

INDRA - FERNANDO MARTÍN MUÑOZ

He entrevistado a Fernando Martín Muñoz, empleado de la empresa Indra. Indra es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y la empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. En el ejercicio 2019, Indra tuvo unos ingresos de 3.204 millones de euros, más de 49.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países. Esta empresa se compone de un departamento de compras; departamento de ingeniería; departamento de calidad; departamento de posventa; departamento administración y fabricación con sus correspondientes responsables y que a su vez dependen todos ellos del director gerente. Fernando Martín es el director gerente.

Las reuniones que mantiene la empresa se fijan en base a sus necesidades de cada proyecto, no hay una norma fija, se pueden reunir cargos de distintos niveles para sus propias necesidades y tampoco hay fechas fijadas. Antaño al coronavirus se reunían presencialmente pero debido a la pandemia se reúnen principalmente por Video-Call. A la hora de reunirse se avisan por email casi siempre aunque cuando hay una reunión muy urgente por llamada telefónica. De los detalles y de los informes que se ejecutan en la reunión se le muestra a los demás trabajadores a través de reuniones y posteriormente se oficializan con un informe escrito.

Indra no dispone de buzón sugerencias, encuestas clima, círculos calidad, entrevistas, acción sindical, etc. para la ayuda de sus trabajadores. La comunicación de directivos hacia los empleados y viceversa se realiza dependiendo del tema por email o personalmente.

El propósito y los nuevos valores definidos para Indra identifican a la compañía. “At the Core” es el concepto que se presenta junto a Indra, ya que define y refleja su evolución estratégica: Indra es el socio tecnológico de las operaciones clave de sus clientes, se sitúa en el corazón de sus negocios y pone foco en lo que realmente importa. Los nuevos valores que le identifican son:

- liderazgo: generando impacto real a través de resultados tangibles
- Flexibilidad: potenciando la cercanía al cliente y diferenciando a Indra de sus competidores
- Enfoque: proyectando avance en una clara dirección, clave en la especialización de los negocios
- Fiabilidad: construyendo confianza y relaciones a largo plazo basadas en la experiencia y en la excelencia.