



Indra

La compañía adelanta en seis meses el objetivo de plantilla para final de año y, con las cifras de junio, confía en poder superar al cierre del ejercicio las previsiones de ingresos

LA FILIAL DE INTERNET DE INDRA ADOPTA EL NOMBRE DE ATLANTE

- Del latín "*Atlantes*" (persona que es firme y ayuda de algo difícil) y del griego "*Atlas*" o "*Atlante*" (el portador), que "sostenía las altas columnas que separaban el cielo de la tierra y estaba dotado de ciencia universal".

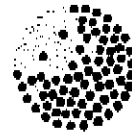
Indra, la empresa española de Tecnologías de la Información, ha decidido dotar de nombre propio a su filial de consultoría y servicios para negocios Internet, hasta ahora denominada Indranet. El nuevo nombre adoptado es ATLANTE, que será la marca con la que esta compañía operará en el mercado a partir de ahora. La marca ATLANTE responde a la decisión de adoptar una nueva denominación que refleje un marco propio de identidad que responda plenamente a la cultura de *e-business*.

La presentación de la nueva imagen corporativa, así como la reciente incorporación de su primer ejecutivo, Andrés Blanco, suponen la apertura de una nueva etapa de consolidación para la compañía, que viene trabajando ya con plena operatividad desde su constitución en su oferta completa a empresas en consultoría y servicios para *e-business*. De hecho, los datos provisionales a 30 de junio, pendientes de cierre definitivo, permiten poder confiar en que se superarán los objetivos marcados el pasado mes de enero para todo el año. En concreto, al término del primer semestre la cifra de ingresos alcanzó los 1.350 millones de pesetas, con un volumen de contratación del entorno de los 2.000 millones, cuando en enero se anunció el objetivo de incrementar la facturación de 1999 (1.600 millones) hasta situarla por encima de los 2.500 millones de pesetas este año.

En cuanto a plantilla, el objetivo de sobrepasar el centenar de profesionales al cierre del año se ha adelantado seis meses, dado que a final de junio el número de profesionales se elevaba ya a 110.

Marca sonora y con contenido

El nuevo nombre ha pretendido expresamente evitar cualquier referencia a actividades operativas determinadas. Asimismo se han descartado acrónimos o nombres compuestos que, en su caso, hubieran condicionado el impacto y la sonoridad de la marca. ATLANTE proviene de la voz latina "*Atlantes*" ("persona que es firme y ayuda de algo pesado o difícil", según el Diccionario de la RAE), que a su vez se deriva del griego "*Atlas*" o "*Atlante*" ("el Portador"), quien, según Homero, "sostenía las altas columnas que separaban el cielo de la tierra y estaba dotado de ciencia universal". También atlantes



Indra

son las estatuas de hombres que, a modo de columnas, sustentan sobre sus hombros el peso de un edificio, y el mismo nombre recibían los mitológicos habitantes de la Atlántida, caracterizados por su fortaleza y su inteligencia. Finalmente, comparte este nombre raíz con Atlántico, el océano que une el mundo hispanohablante.

Por su parte, el símbolo mantiene los cuatro puntos de colores (azul, amarillo, verde y rojo), que configuran la logomarca de la empresa cabecera, pero en este caso han desarrollado su propia evolución por aceleración. Al igual que ATLANTE nace desde la propia Indra, su símbolo está contenido en el de la sociedad matriz y surge de un proceso de "desenvolvimiento" del logo de la cabecera.

La nueva logomarca posee los siguientes atributos:

- Solidez y solvencia
- Integración
- Globalidad
- Confianza, apoyo y ayuda
- Velocidad, inmediatez

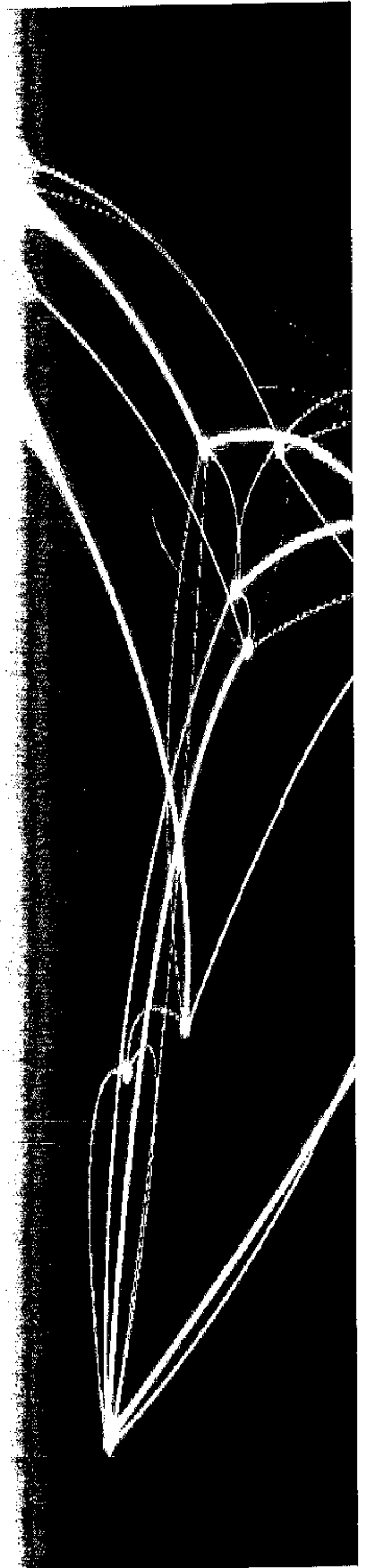
Estas propiedades convierten a la nueva denominación en el término idóneo para una compañía que pretenda operar en un mercado diferenciado por estas características de innovación, complejidad y dinamismo, así como para desarrollar la vocación empresarial de ATLANTE de ser apoyo y acompañante de las empresas en su trayectoria hacia la nueva economía, y consolidarse como líder en el mercado hispanohablante; un mercado que, en su tránsito a la Nueva Economía, estará unido no sólo por un océano sino también por una marca:

 **Atlante**

Indra e-business solutions

●●● Atlante

Indra e-business solutions



Atlante



- La respuesta para un nuevo segmento de negocio
- Soluciones integrales en e-business
- Líder en mercado de lengua hispano-portuguesa
- Competitivo en mercado global

Objetivos y Realidades

Constituida 31.03.2000

Plenamente Operativa

PLANTILLA

Dic 2000 (*)

100

Jn 2000

110

INGRESOS (MPts.)

Dic 1999

1.600

Dic 2000 (*)

2.500

Jn 2000

1.350

CONTRATACIÓN (MPts.)

Jn 2000

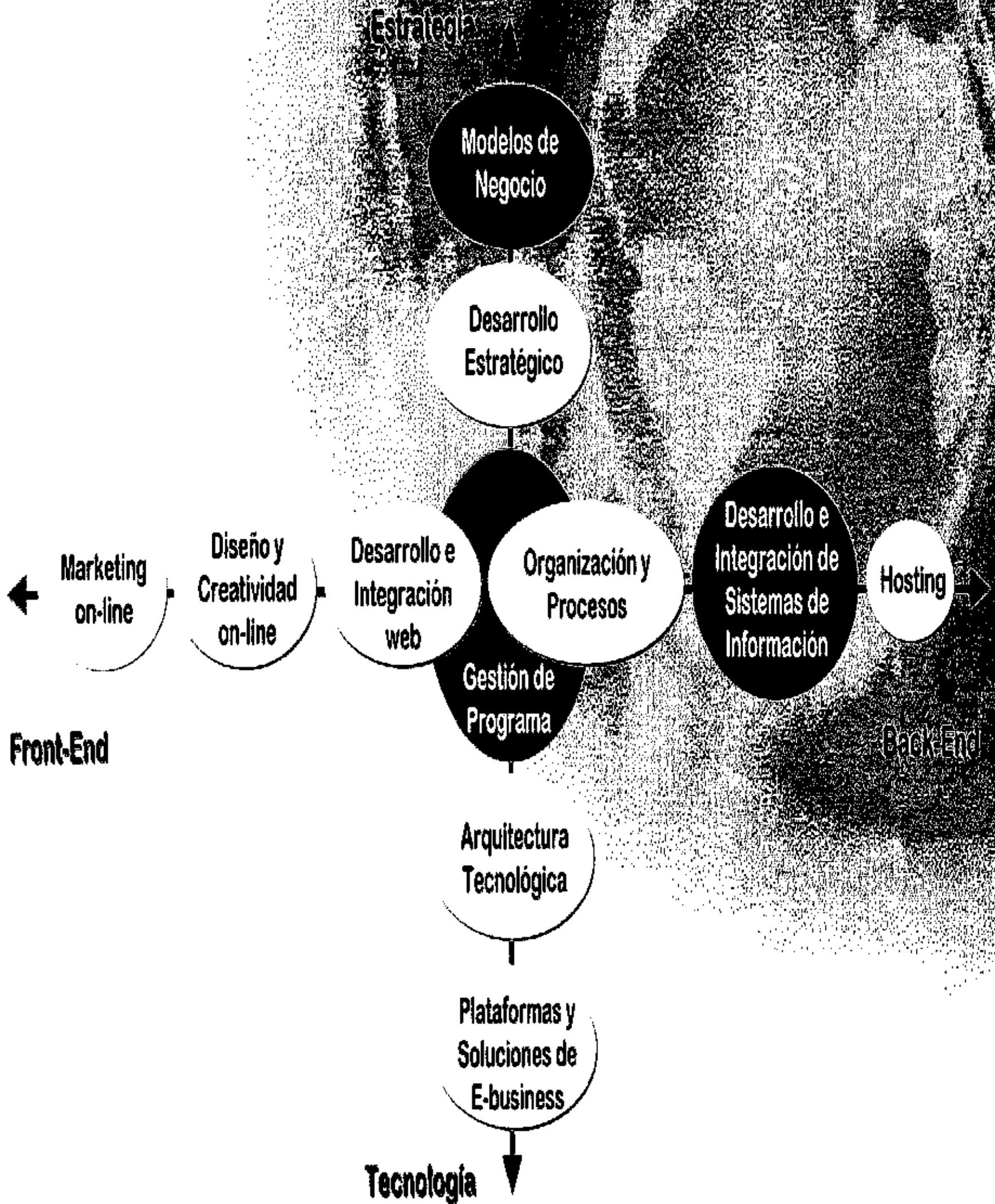
2.000

(*) Objetivos anunciados en enero 2000

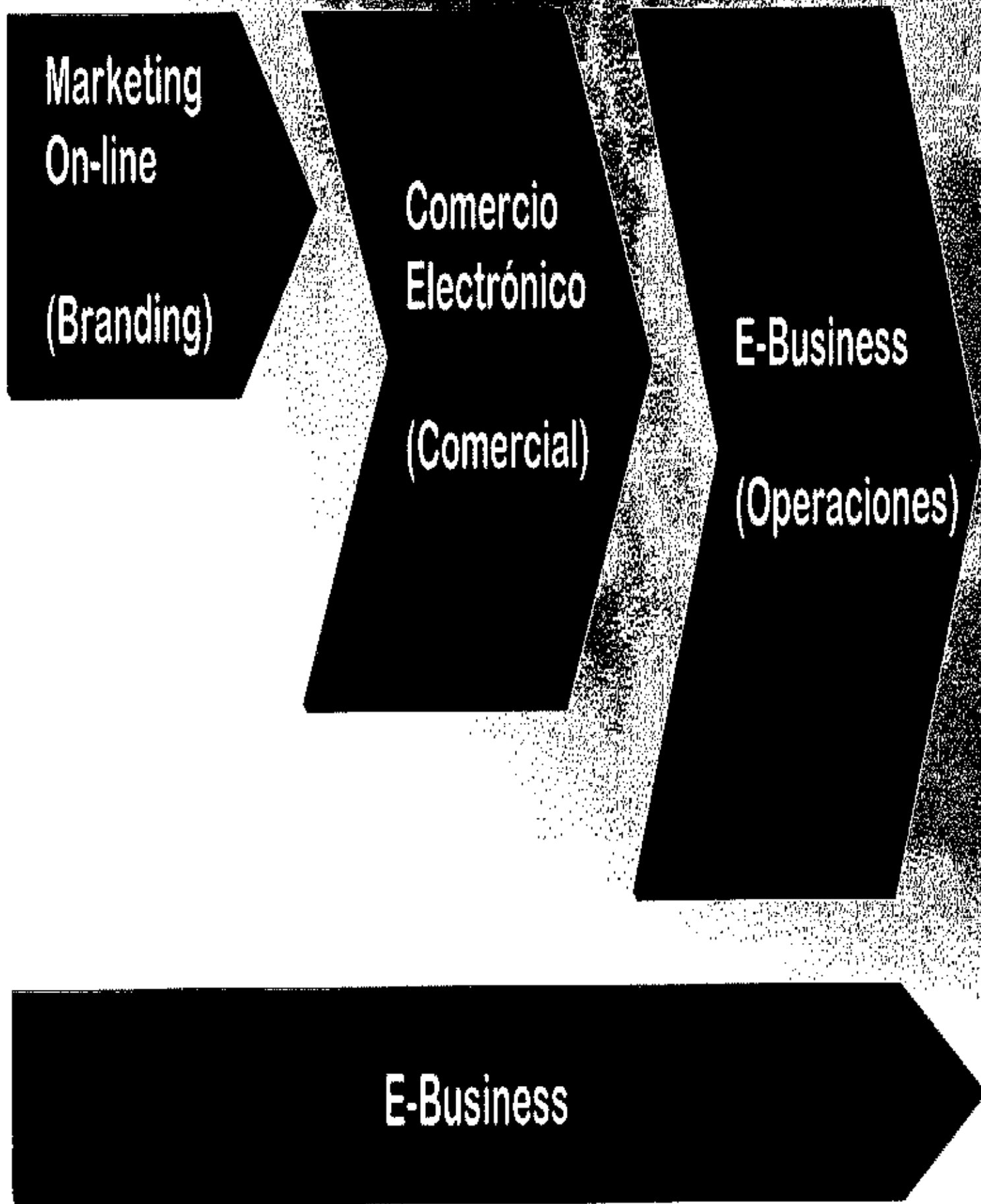
Indra e-business solutions

●●● Atlante

Oferta Completa de Servicios



Hacia la Nueva Economía



Áreas Estratégicas de Desarrollo

Internet
Móvil

Comercio
Electrónico

Ventajas Competitivas

¿Qué aporta Atlante?

- Innovación
- Soluciones integrales y a medida en e-business
- Equipos multidisciplinares y especializados
- Base de Clientes
- Capacidad para grandes proyectos

Diferenciación frente a:

- Empresas IT / Sistemas
- Consultores Estratégicos
- Arquitectos Interactivos