

Ingeniero Técnico de Telecomunicación y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Regino Moranchel ha desarrollado toda su carrera profesional en Indra desempeñando distintos puestos. Regino Moranchel desvela a *Antena* los entresijos del sector y el desarrollo de su empresa, de la que es Consejero Delegado.

ENTREVISTA A REGINO MORANCHEL, CONSEJERO DELEGADO DE INDRA

# «Tenemos vocación de ser una compañía global»

Fernando Cohnen, *Jefe de Prensa del COITT*

—Indra fue una de las primeras compañías españolas en salir al extranjero. ¿Se sienten más globales que nunca?

Indra está hoy presente en ochenta países en los cinco continentes y en torno a un tercio de los ingresos procede del negocio internacional. Además, la integración de Azertia y Soluziona nos ha reforzado en Latinoamérica, donde hoy somos una de las principales compañías de TI de la región, en Europa del Este y en Filipinas. Sin embargo, lejos de caer en la complacencia, mantenemos como objetivo de primer orden para la compañía mejorar la capacidad de acceso a otros mercados internacionales. Indra tiene vocación de ser una compañía global y de ofrecer un servicio de valor añadido allí donde estén nuestros clientes.

—Creo que el pasado mes de enero reunieron a una multitud de empleados en Madrid y que mantuvieron contacto por videoconferencia con 26 lugares diferentes en el mundo. ¿Qué sensación guarda de aquella experiencia?

Para mí fue un momento de especial emoción cuando 1.200 profesionales de la nueva compañía resultante de la integración de Indra, Azertia y Soluziona nos juntamos en el Palacio de Deportes de



Madrid. A los que hay que sumar 600 más que nos estaban escuchando, vía videoconferencia, en nuestras principales delegaciones internacionales. Era la culminación de unos meses de intensas negociaciones y, al mismo tiempo, simbolizaba el inicio de una etapa ilusionante para Indra. Supuso un evento clave para que todos los profesionales de la compañía se sintieran parte de este reto y entendieran que el éxito de la integración dependía de todos y cada uno de nosotros. Allí expusimos que, desde el principio, queríamos funcionar con un modelo integrado tanto organizativo como de negocio.

—¿En cuántos países está presente Indra?

Indra cuenta con filiales operativas en 33 países, si bien como ya he comentado hemos realizado proyectos en más de 80 países.

—¿Qué ha supuesto la adquisición de Soluziona y Azertia?

La integración de Soluziona y Azertia ha consolidado la posición de liderazgo de Indra en el sector de TI en España y hemos adelantado en cuatro años nuestro crecimiento como compañía, si lo comparamos con la evolución

que veníamos registrando en los últimos años. Con unas ventas totales pro forma de 1.950M € en 2006 y una plantilla superior a los 20.000 profesionales, somos hoy la cuarta compañía del sector europeo por capitalización y una de las primeras empresas del sector en Latinoamérica. Para 2007, esperamos alcanzar unas ventas en torno a los 2.140M €, lo que representa un crecimiento de casi el 10% sobre la cifra pro forma de 2006 y de más del 50% si se compara con el dato de cierre real del pasado ejercicio (1.407M €). Además, Indra se ha fijado como objetivo para este año cerrar con un margen Ebit de, al menos, el 10%.

### —¿Esto refuerza su presencia en mercados en los que ya actuaba?

**A**zertia y Soluziona han aportado un negocio muy complementario, tanto en los sectores (energía, AAPP, financiero, industria, telecomunicaciones y *media*) como en los mercados geográficos en los que operaban. Esta integración debe permitir optimizar las sinergias de negocio y operativas, así como reforzar la capacidad de gestión resultante, con equipos directivos y profesionales de elevada cualificación y talento. Hoy, sin lugar a duda, somos una compañía más fuerte.

### —La diversidad de la oferta es una de las características más destacadas de las tecnologías de la información. ¿Podría decirse que Indra ha sabido explotar con éxito esta cualidad del mercado?

**L**a oferta de Indra está basada en la innovación y en la creación de valor, y se dirige tanto al sector público como privado, a las administraciones públicas, al área de la sanidad, al sector de defensa y seguridad, a compañías de telecomunicaciones y *media*, de energía y *utilities*, de transporte y tráfico, de industria y comercio, y a entidades financieras y aseguradoras. Somos una empresa con una oferta global.

Si tuviera que enumerar nuestras principales aportaciones diría que un tercio del tráfico aéreo mundial está gestionado por países que utilizan los sistemas desarrollados por Indra para la gestión del tráfico aéreo y que algunos de los principales metros del mundo, como los de Madrid, Barcelona, París, Shangai, Atenas o Santiago

de Chile, entre otros, utilizan los más modernos sistemas de *ticketing* desarrollados por la compañía. También algunas de las principales compañías del mercado han confiado en Indra para sus procesos de desarrollo, integración y consultoría de sistemas, así como de *outsourcing*. Y más de 120 compañías de *utilities* han implantado nuestras soluciones tecnológicas.

No puedo dejar de mencionar que hemos participado en más de 200 procesos electorales en todo el mundo y como líder español en salud digital, Indra ha desarrollado proyectos innovadoras de imagen digital y diagnóstico. Por último, señalar que la red de defensa aérea del Estado español está desarrollada con tecnología de Indra y algunos de los simuladores de aviones que Indra desarrolla han sido calificados como los mejores del mundo por sus usuarios.

### —¿Cuáles son los objetivos de Indra en el exterior?

**L**a expansión internacional representa nuestro mayor reto y para lograrlo vamos a apoyarnos en el crecimiento, la elevada competitividad de nuestras soluciones y servicios y en nuestra reforzada presencia internacional tras la integración de Azertia y Soluziona. Hemos identificado oportunidades en Europa, Latinoamérica, Estados Unidos y Asia; en sectores como banca, *utilities*, tráfico, transporte y defensa, mercados con gran potencial y en los que contamos con soluciones propias de vanguardia.



### —¿Por qué Estados Unidos y Europa?

**E**stos dos mercados son los más avanzados y competitivos del mundo, lo que nos permite contrastar la calidad y competitividad de nuestra oferta y en ellos, además, se dan grandes alianzas y consorcios que permiten participar en iniciativas de primer nivel que, a título individual, no sería posible abordar por ningún país en solitario debido a la inversión tan cuantiosa que comportan.

Operar y triunfar en estos países exige no sólo tecnología y productos del máximo nivel, sino haber desarrollado unos procesos muy rigurosos para su desarrollo, un elemento crítico en proyectos de gran envergadura, así como estar en posesión de certificaciones para abordarlos como compañía que sólo se consiguieren demostrando que se tienen las mejores prácticas en la materia. Por todo ello, quien triunfa en estos mercados triunfa en el resto del mundo.

### —¿El mercado asiático ofrece oportunidades?

**E**n 2006 el 4% de las ventas de la compañía provinieron del mercado asiático. Es indudable que el crecimiento de China hace atractiva esa región. Indra empezó a operar en China en 1997 y cinco años después, en 2002, abrimos una filial en la que hoy trabajan cuarenta profesionales. El grueso del negocio en este país se concentra en los sectores de transporte y tráfico, con sistemas de *ticketing* y control de accesos, gestión aeroportuaria y simulación civil para la formación de tripulaciones de compañías aéreas.

Así, estamos implantando los sistemas de control de tráfico y peaje para la gestión de tres autopistas en la provincia de Shanxi (China), nuestros sistemas de *ticketing* se encuentran en el Metro de Shangai, hemos desarrollado el mayor centro de simulación aeronáutica civil del sudeste asiático para Hainan Airlines y estamos desarrollando simuladores de aviones para China Airlines. Al igual que es crítico para la modernización del país la renovación de sus infraestructuras, en las que ya estamos colaborando, también lo son otras áreas como la Administración y el e-Government, en las que esperamos tener oportunidades en un futuro.



**—Ustedes tienen presencia en el mercado de defensa, por ejemplo, proveen simuladores de vuelo para la Navy de Estados Unidos. ¿Qué posición mantiene actualmente su empresa en este apartado?**

La compañía, a través de la filial Indra Systems, es la única empresa no americana incluida en esta lista de proveedores de la US Navy. Estados Unidos es un mercado muy maduro y estratégico, en el que entramos suministrando simuladores de vuelo y sistemas automáticos de mantenimiento a la US Navy en 1994.

Hoy, Indra es una compañía de referencia en el sector de la defensa y la seguridad gracias a disponer de tecnología propia y productos y servicios plenamente contrastados, como sistemas de mando y control, sistemas de defensa aérea, de simulación y soluciones altamente innovadoras en el área de seguridad, sólo por mencionar algunas referencias. El profundo nivel de conocimiento y compromiso de servicio con el cliente, nuestra presencia internacional y la participación en los consorcios y proyectos multinacionales más significativos son factores clave para explicar la posición de Indra en este mercado.

**—Y en el resto del mercado estadounidense, ¿qué logros destacaría?**

Desde nuestra entrada en la década de los noventa, no sólo hemos abierto

una filial en Florida en el año 2000, sino que hemos ido consiguiendo contratos en otros mercados como el del transporte y tráfico, con dos importantes proyectos para el metro de San Luis y la autopista de Indiana.

Actualmente, además de en los mercados en que ya estamos trabajando, creemos que existen interesantes oportunidades de crecimiento en el mercado de procesos electorales, en la modernización de la Administración y en el área de Seguridad (*Home Land Security*, seguridad de fronteras y puertos, sistemas de identificación...).

**—¿Podría decirse que el problema que se avecina en España es la falta de I+D+i?**

La capacidad de innovación de un país será clave en su desarrollo y competitividad, máxime en un mundo globalizado como en el que ahora vivimos. Es un hecho que España está lejos de la media europea en cuanto a inversión en I+D+i, pero también lo es que se ha avanzado mucho en los últimos años y que existe una conciencia y voluntad por seguir haciéndolo.

En Indra, conscientes de este reto, hemos hecho de nuestra vocación por la I+D+i la columna vertebral del negocio de la compañía, y hoy es la tercera empresa española por volumen de inversión

destinado a esta partida. Sólo el pasado año invertimos en I+D+i 99,1 millones de euros, cifra que representa un 7% de las ventas totales de la compañía.

**—¿Tenemos especiales dificultades los españoles a la hora de crear empresas?**

Tradicionalmente, en España se ha fomentado poco el espíritu emprendedor desde la escuela, sin embargo, creo también que esta situación está cambiando. Además, la llegada de las nuevas tecnologías a la Administración ayudará a agilizar y reducir de manera significativa los trámites burocráticos necesarios para poner en marcha un negocio, una de las trabas más extendidas en nuestra sociedad.

**—¿Cree que los ingenieros deberían recibir una mayor formación académica en marketing y empresas?**

Toda formación complementaria es bien recibida de cara a dotar a los profesionales de conocimientos que le permitan aspirar a una carrera profesional de éxito, pero creo que lo más importante es que los estudiantes de ingeniería reciban la mejor formación posible en ingeniería y en la especialidad que elijan, porque es la base de su conocimiento profesional y si eso falla, no podrá ser cubierto con ninguna formación complementaria. Creo, por tanto, que nuestras Universidades y Escuelas de Ingeniería deben aspirar a formar a los mejores ingenieros.

**—¿Podría señalar cuál es el peso de los profesionales de telecomunicación en Indra?**

Tradicionalmente en Indra, los ingenieros en Telecomunicaciones y en Informática, tanto técnicos como superiores, han representado más de un tercio de los profesionales. El gran salto experimentado por la compañía en el último año puede haber hecho variar en algo estos porcentajes pero no de forma sustancial, ya que sigue siendo un colectivo de importancia fundamental para la compañía. El éxito de Indra se debe al talento de sus profesionales. ●