

CLUSTER TIC NAVARRA

DEFICIÓN, OBJETIVOS Y CALENDARIO DE SESIONES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Grupo 1: Empresas con “producto propio”- aplicaciones de negocio (Programas estándar propios)

▪ **Objetivo y temas clave**

Realizar un proceso de reflexión estratégica con las empresas con “producto propio” para determinar:

- Las variables clave del negocio (mercado, competencia, opciones estratégicas, ...)
- Factores críticos de éxito (tamaño, capacidades, alianzas, ...)
 - El tamaño como factor de ventaja competitiva
 - Compras, fusiones y adquisiciones (Ejemplos en Navarra, ejemplos en otras comunidades)
 - Capital riesgo en TIC
 - Las alianzas como factor de crecimiento dentro y fuera de Navarra
- Modelos de comercialización
 - Del networking a la profesionalización de las ventas
 - Canales alternativos de venta dentro y fuera de Navarra (alianzas con integradores o empresas con producto/servicio complementario)
 - Criterios de compra de la demanda
- El entorno como favorecedor y incentivador de la innovación

▪ **Sesión 1 – Actualización de retos estratégicos**

Fecha Prevista 29 Mayo

- **Introducción metodológica (10 min.)**
- **Actualización de retos estratégicos (40 min.)**
 - El negocio de “EAS”¹ a nivel global y en España
 - Opciones estratégicas y factores críticos de éxito en el negocio (tamaño, comercialización, capacidades, alianzas, ...)
 - Las empresas de producto en Navarra (Caracterización y posicionamiento).
 - Pregunta para el debate
- **Debate (60 min.)**
- **Consensuar un líder de grupo (10 min.)**

▪ **Sesión 2 – Definición del plan de acción**

Fecha Prevista 13 junio

- **Introducción y resumen principales conclusiones sesión anterior (20 min.)**
- **Definición de acciones y debate (60 min.):**
 - El equipo técnico aportará acciones para el debate
 - *Ej: realización de planes estratégicos individualizados, acciones de consecución de masa crítica (compras, fusiones, adquisiciones, alianzas), la paquetización del producto o servicio (escalabilidad), modelos de comercialización del producto (integradores, “software as a service”, comercialización propia,), definición de mercados objetivo, ...)*
- **Definición de líderes de cada acción (20 min.)**
- **Presupuesto de cada acción y plan de trabajo (20 min.)**

Grupo 2: Empresas de “servicios” – integradores y proyectos a medida

▪ Objetivo y temas clave

Realizar un proceso de reflexión estratégica con las empresas integradoras de servicios para determinar:

- Las variables clave del negocio (mercado, competencia, opciones estratégicas, ...)
- Factores críticos de éxito (tamaño, capacidades, alianzas, ...)
 - Estrategias de crecimiento (gama, geográfica, escalabilidad)
 - Alianzas para la explotación de presencia local
- Modelos de comercialización
 - Del networking a la profesionalización de las ventas
 - Canales alternativos de venta dentro y fuera de Navarra (abrir oficinas, subcontratación de servicios con grandes españolas)
 - Criterios de compra de la demanda
- El entorno como favorecedor y incentivador de la innovación

▪ Sesión 1 – Actualización de retos estratégicos

Fecha Prevista 30 Mayo

- **Introducción metodológica (10 min.)**
- **Actualización de retos estratégicos (40 min.)**
 - El negocio de “los integradores de servicios” a nivel global y en España
 - Opciones estratégicas y factores críticos de éxito en el negocio (tamaño, comercialización, capacidades, alianzas, ...)
 - Las empresas integradoras de servicios en Navarra (Caracterización y posicionamiento).
 - Pregunta para el debate
- **Debate (60 min.)**
- **Consensuar un líder del grupo (10 min.)**

▪ Sesión 2 – Definición del plan de acción

Fecha Prevista 14 Junio

- **Introducción y resumen principales conclusiones sesión anterior (20 min.)**
- **Definición de acciones y debate (60 min.):**
 - El equipo técnico aportará acciones para el debate
Ej: realización de planes estratégicos individualizados, acciones de consecución de masa crítica (compras, fusiones, adquisiciones, alianzas con grandes), la paquetización del servicio (escalabilidad), modelos de comercialización de horas, definición de mercados objetivo, etc9. Facilitar la incorporación de perfiles comerciales profesionales en la empresa, catalogo de servicios de la oferta TIC en Navarra
- **Definición de líderes de cada acción (20 min.)**
- **Presupuesto de cada acción y plan de trabajo (20 min.)**

Grupo 3: Grandes contratos: identificación y consecución

▪ Objetivo y temas clave

Identificar **proyectos integradores** y emblemáticos que ayuden a las empresas TIC Navarras mejorar y estructurar su oferta de productos y servicios con la consecución de los criterios de compra exigidos

- La **administración pública** como impulsor de la excelencia en la oferta.
 - Estudio de los criterios de compra
 - Detección y presentación de proyectos emblemáticos
- Los criterios de compra de la **demanda local sofisticada** (empresa media de capital Navarro) – ENERGÍAS RENOVABLES, LOGÍSTICA, PROVEEDORES AUTOMOCIÓN, AGROALIMENTARIO, ...
- Los criterios de compra de la **demanda de capital foráneo** (empresa grande presente en Navarra) - SECTORES OEM, EDITORIAL,
- Creación de consorcios para la consecución de tamaño y habilidades tecnológicas
 - Alianzas estratégicas con empresas TIC de Navarra
 - Alianzas estratégicas con empresas TIC fuera de Navarra

▪ Sesión 1 – Actualización de retos estratégicos

Fecha Prevista 30 Mayo

- **Introducción metodológica (10 min.)**
- **Actualización de retos estratégicos (40 min.)**
 - La compra sofisticada de la AAPP como impulsor de la excelencia
 - Información los criterios de compra de la administración pública Navarra
 - Los criterios de compra de la demanda local y multinacional
 - Detección de proyectos específicos (explotación del knowhow local)
 - Alianzas estratégicas
 - con empresas TIC de Navarra: Iniciativas existentes de la oferta presentes en Navarra, como estructurarlas y potenciarlas.
 - con empresas TIC fuera de Navarra
 - Pregunta para el debate
- **Debate (60 min.)**
- **Consensuar un líder del grupo (10 min.)**

▪ Sesión 2 – Definición del plan de acción

Fechas Prevista 14 Junio

- **Introducción y resumen principales conclusiones sesión anterior (20 min.)**
- **Definición de acciones y debate (60 min.):**
 - El equipo técnico aportará acciones para el debate
- **Definición de líderes de cada acción (20 min.)**
- **Presupuesto de cada acción y plan de trabajo (20 min.)**

Grupo 4: Valorización y comercialización de proyectos de I+D en TIC de instituciones tecnológicas

▪ **Objetivo**

Establecer o mejorar el sistema de vigilancia, valorización y ayuda a la comercialización de proyectos de I+D en TIC (transferencia de tecnología) de las instituciones tecnológicas de Navarra (Universidades y centros tecnológicos).

▪ **Sesión 1 – Actualización de retos estratégicos**

Fecha Prevista 29 Mayo

- **Introducción metodológica (10 min.)**
- **Actualización de retos estratégicos (40 min.)**
 - La transferencia de tecnología (sistemas a nivel internacional)
 - Universidad de Glasgow, El modelo Holandés, España, ...
 - La transferencia de tecnología en Navarra
 - Ejemplos prácticos
 - Oportunidades comerciales en la oferta actual de la investigación de Navarra
- **Debate (60 min.)**
- **Consensuar un líder del grupo (10 min.)**

▪ **Sesión 2 – Definición del plan de acción**

Fecha Prevista 13 Junio

- **Introducción y resumen principales conclusiones sesión anterior (20 min.)**
- **Definición de acciones y debate (60 min.):**
 - El equipo técnico aportará acciones para el debate
 - *Ej: Estructuración de un sistema de transferencia de tecnología que enfoque la I+D de los centros tecnológico y las universidades hacia el mercado (dos visiones desarrollo regional + venta a nivel global, sistemas de priorización y financiación, sistemas de seguimiento y evaluación de proyectos, fomento de los equipos de R+D competitivos, financiación de spinoffs, ...)*
- **Definición de líderes de cada acción (20 min.)**
- **Presupuesto de cada acción y plan de trabajo (20 min.)**