

REASON

ABES Software Conference 2013

“Desafios que as empresas enfrentam para
incorporar a **inovacao** como parte de sua
estratégia de crescimento e aumento de
competividade”

Guilherme Bernard





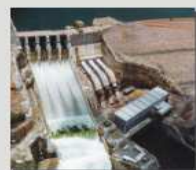
Tópicos:

- . Introdução da Reason
- . “Definição” de Inovação – visão da Reason
- . Modelo de estratégias de Inovação
- . O que está dando certo na Reason?

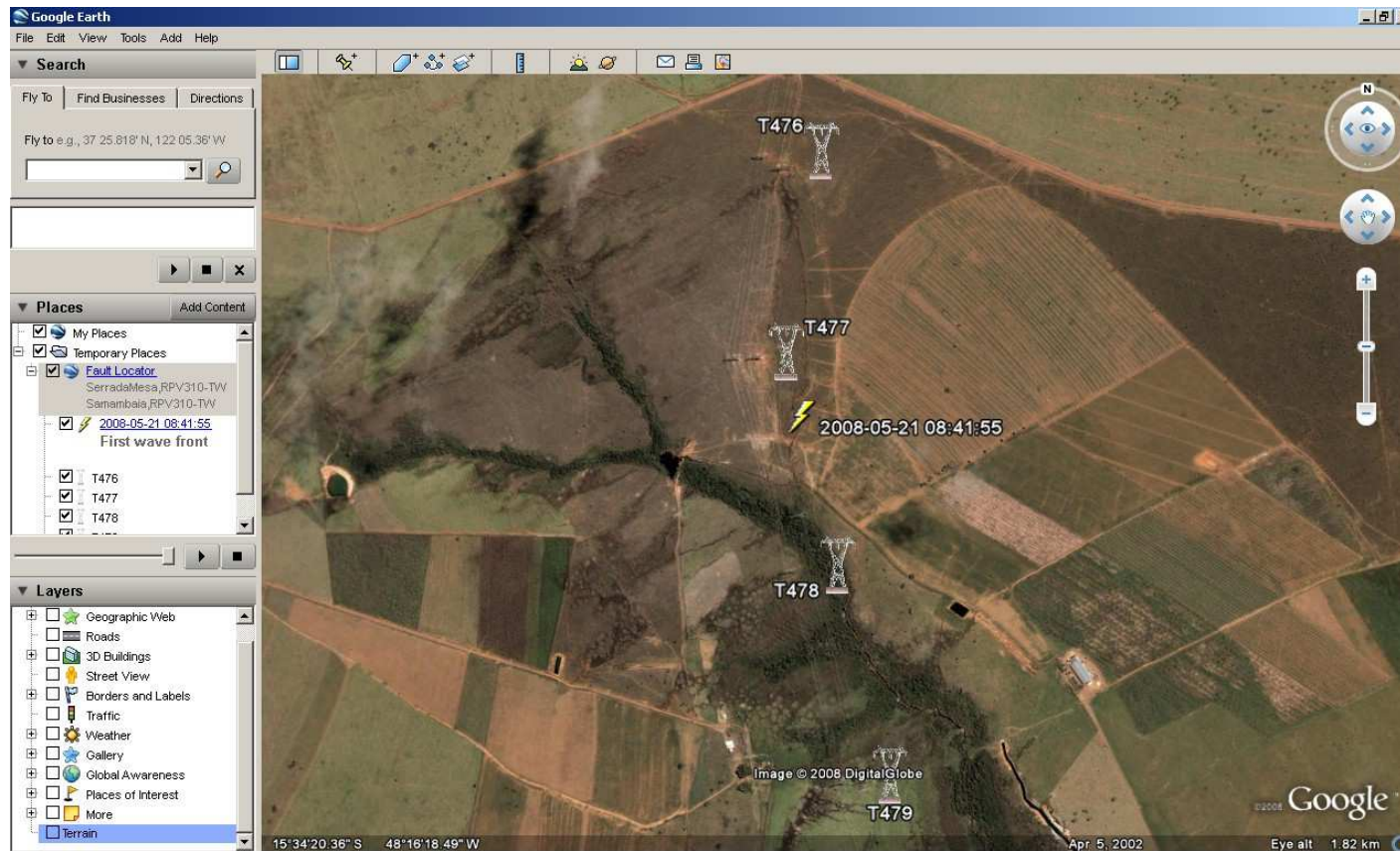
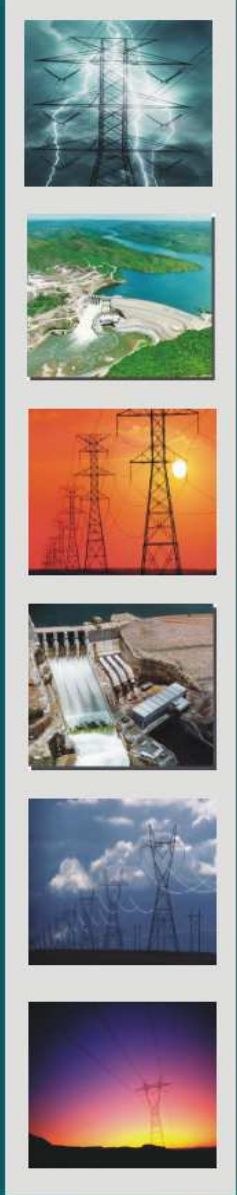
1. Introdução da Reason





Registrador de Perturbações



Localizador de Faltas

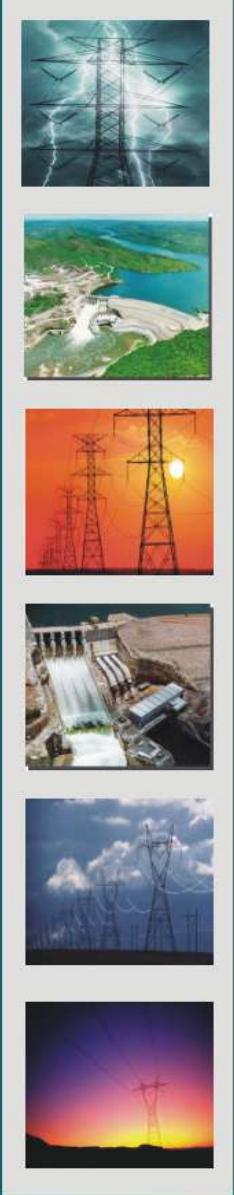


Histórico Reason:

- 1991 na incubadora em Florianópolis
- 2000 capital de risco
- concorrência players globais
- 2008 estratégia de internacionalização (Berlin, Austin)
-  produto ; cliente; R\$; mercado;
ambiente inovador → “irresponsabilidade”
-  tecnologia; motivação;

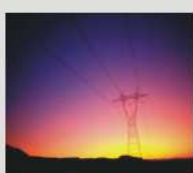


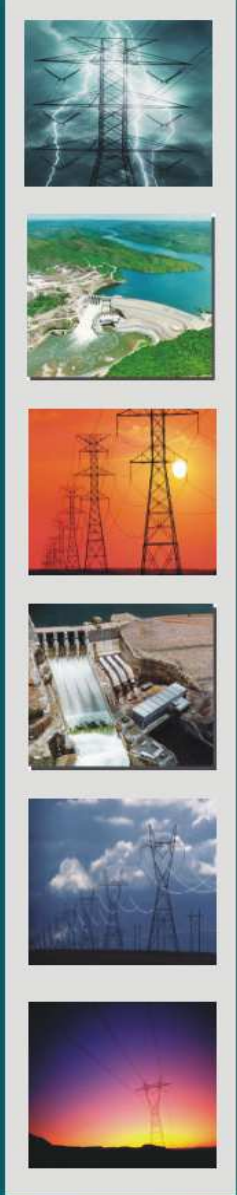
2011 Prêmio FINEP de Inovação



2. “Definição” de Inovação – visão da Reason

Inovação: “ *introdução, **com êxito**, no mercado, de produto,....., que não existiam anteriormente melhorando em relação aos competidores..”*





Grande empresa

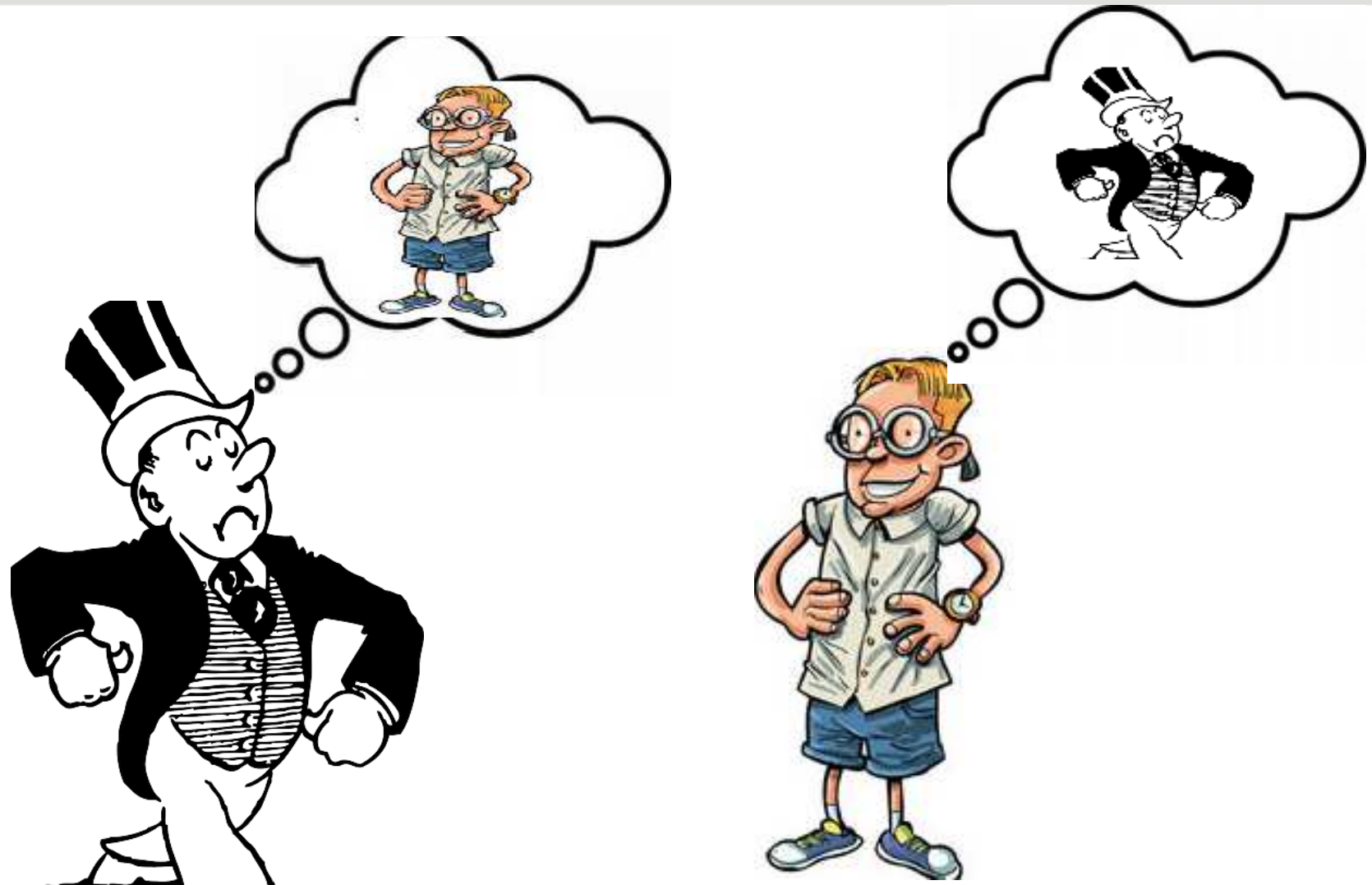
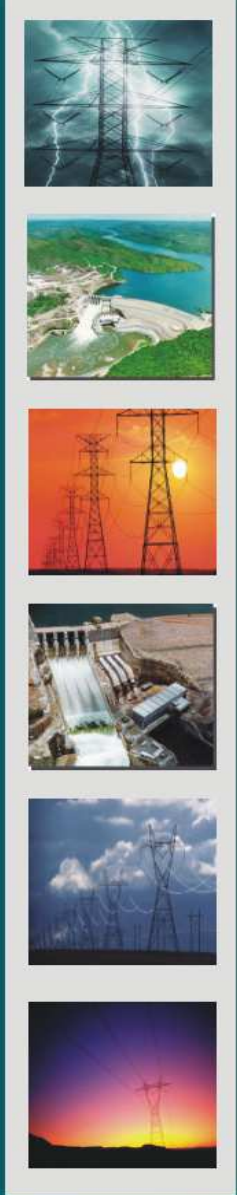
MPE empresa

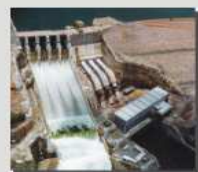


Axiomas
Universidade Stanford

Cliente, \$, boas
práticas, etc...





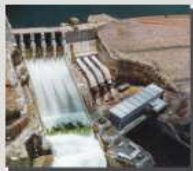


- . Mudança CULTURA
- . Alinhamento estratégia de Inovação com modelo de negócio
 - Ação interna



- . Acesso mercado → “cliente inovador”
 - Ação interna
- . R\$
 - Políticas públicas
- . Poder de compra + boas práticas + imagem institucional
 - Entidades de classe + parques tech.

3. Modelo de estratégias de Inovação



“the culture of innovation: what makes San Francisco Bay Area companies different?”

Abordagem inovação:

- “Need Seekers”, foco no cliente, objetivo ser 1o mercado (3M, apple)
- “Market Readers”, monitora mercado, inovação incremental, “seguidores rápidos” (Samsung)
- “Technology Drivers”, inovação ruptura (Google)



San Fr. Bay area:

60% “top ten” são Need Seeker

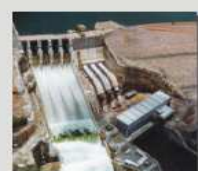
46% San Fr. Bay são Need Seekers x 27%
global

Cultura Inovação é chave sucesso

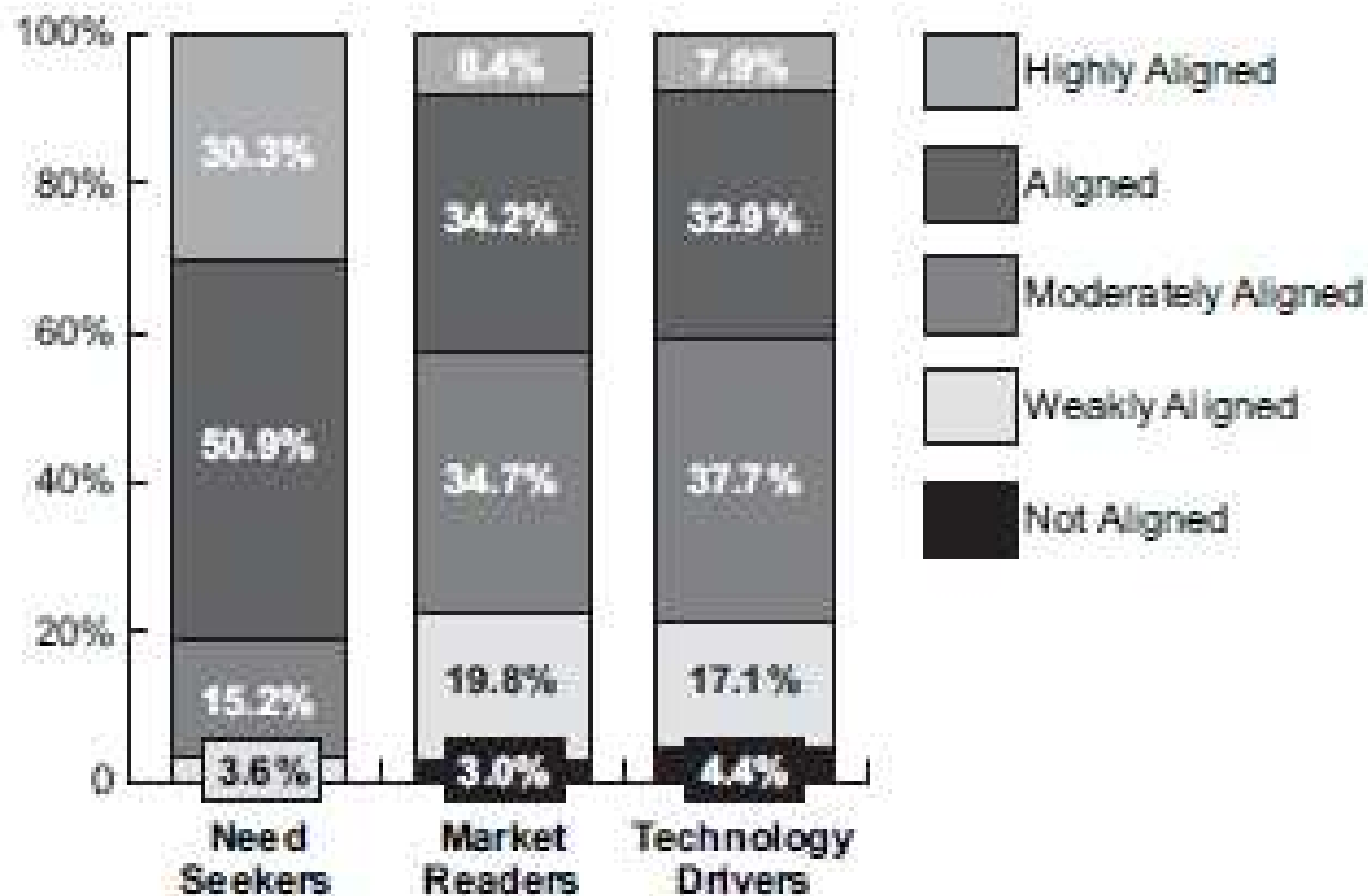
Top 20 global investem > 10% receita em P&D

→ Alinhamento cultura inov. + estrat. Inv. +
modelo negócio

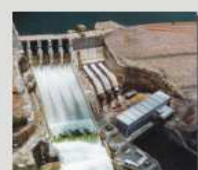




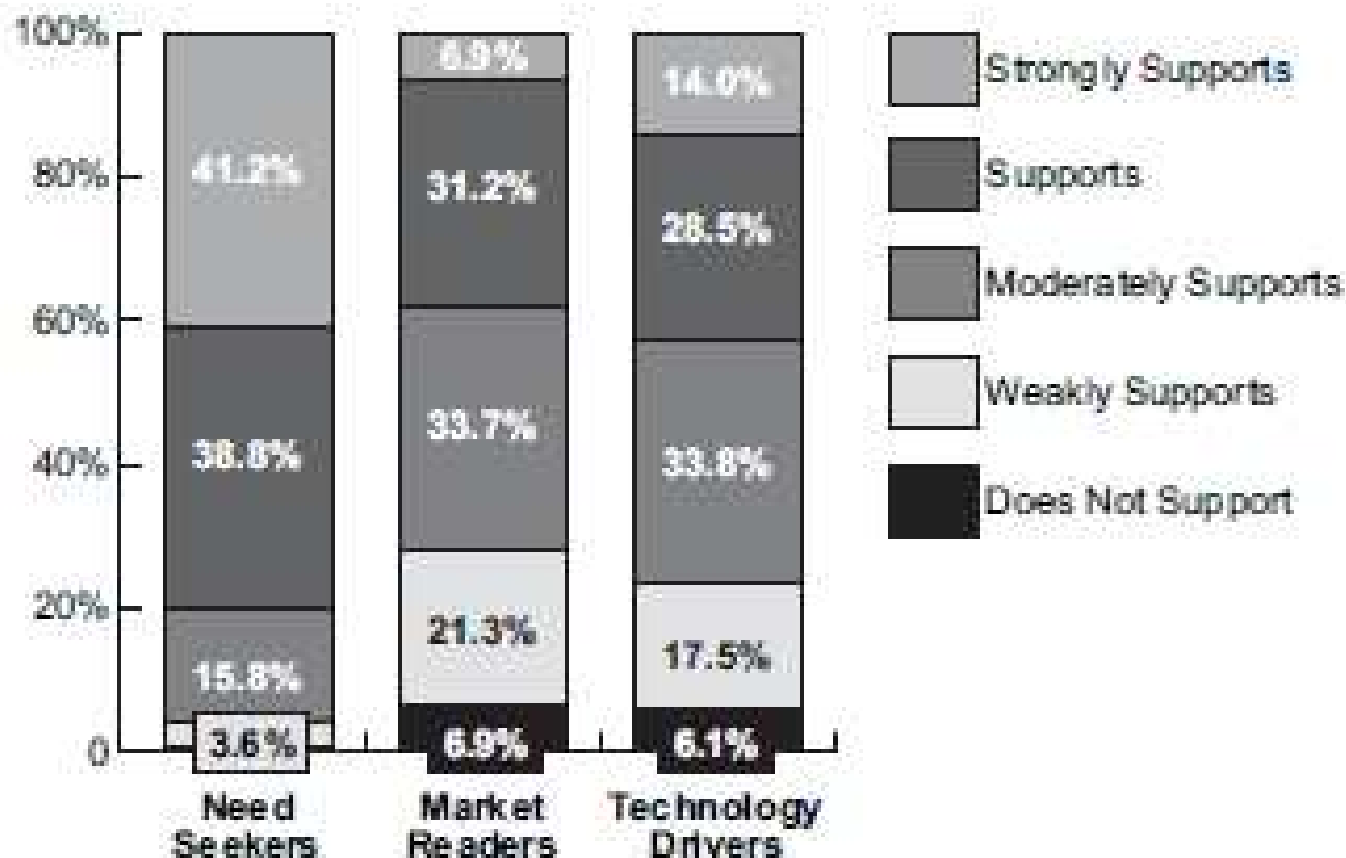
Innovation Strategy Alignment with Business Strategy



Source: Booz & Company analysis

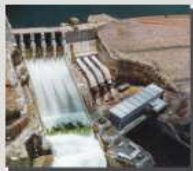


Company Culture Alignment with Innovation Strategy



Source: Booz & Company analysts

4. O que está dando certo na Reason?



Visão da Reason:

“Ser uma empresa de tecnologia, com atuação internacional, reconhecida pela excelência no fornecimento de soluções ao setor elétrico”





Mercado:

- . 90% marketing share
- . Investimento em P&D > 10% receita
- . Crescimento > 20% a.a



Caso Reason: Fatores de sucesso

- . *Alinhamento: Cultura + PE + modelo de negócio*
- . *3T de Richard Flórida*
- . *Cliente Inovador*
- . *Dedicação*
- . *Estratégia “need seeker” → nicho mercado*

Obrigado !

Guilherme Stark Bernard

Guilherme.bernard@reason.com.br

