



# CRI Minas

## Inovação em tempos de recessão

04 maio 2016

FUNDAÇÃO DOM CABRAL



DESENVOLVIMENTO DE EXECUTIVOS E EMPRESAS

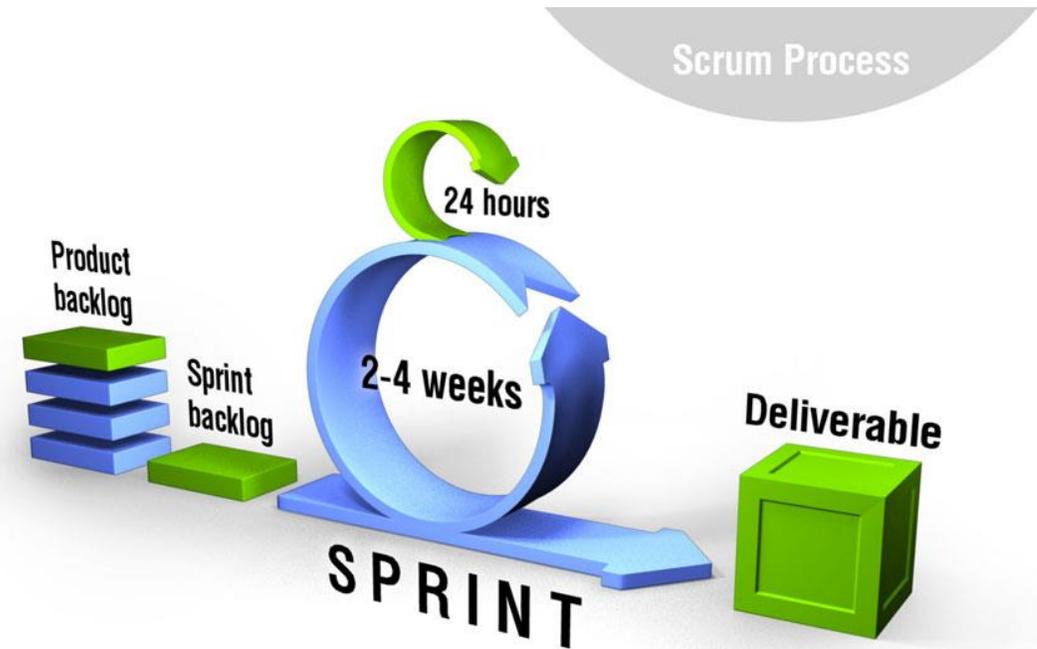
# Agenda

- O que é inovação
- Porque inovar
- Cases de inovação
- Provocações

# Exemplos de inovação - Produto



# Outras formas de inovação - processo



# Outras formas de inovação - Marketing



Logística Multimodal

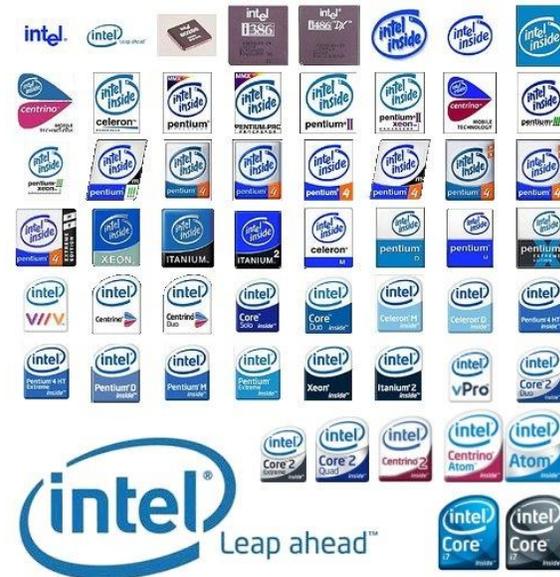


Sachet Marketing



Multichannel

# Disruptiva x Incremental



# Porque inovar? Competição



Qualidade



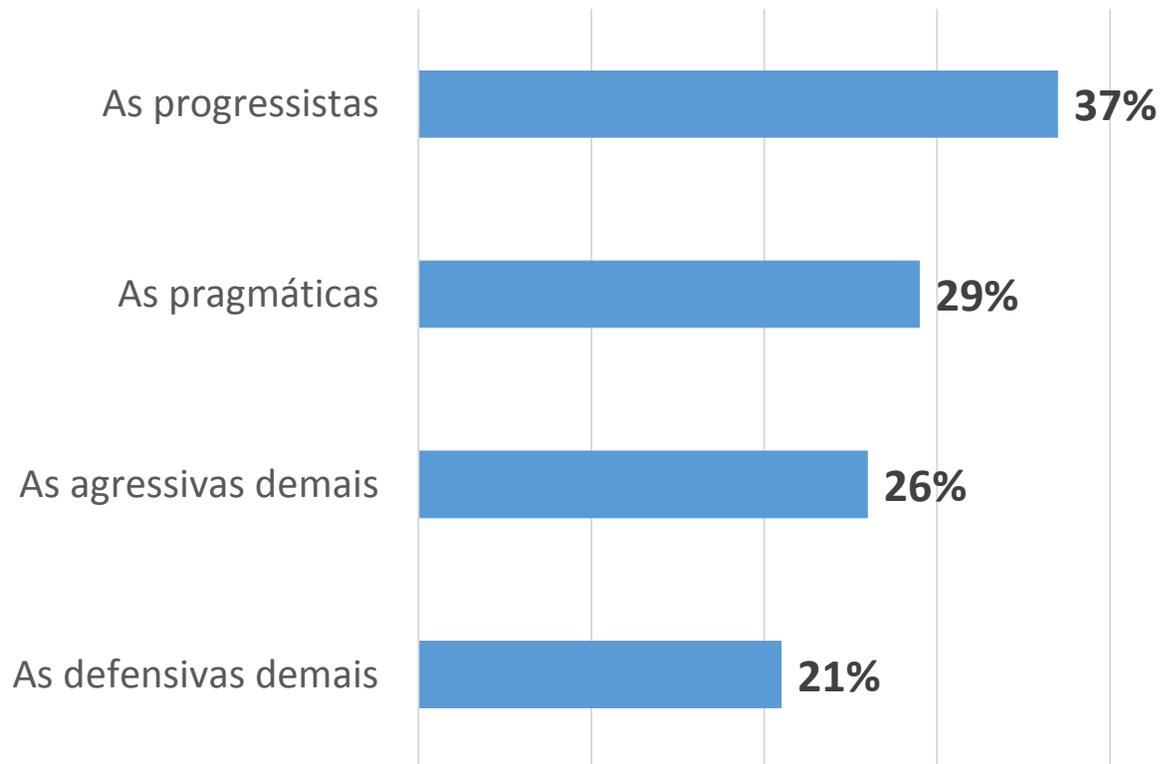
Preço

# Porque Inovar? Situação do Brasil

- Desindustrialização do país
- Criação de produtos com valor agregado
- Baixa capacidade de inovação - patentes

# Estudo de casos de inovação na crise

Reações diante da crise



## Target - EUA

- Entre 2000 e 2002, durante a recessão, ampliou o número de lojas de 947 para 1107 e abriu 88 Megastores
- Criou produtos exclusivos com designers conhecidos
- Reduziu custos e fez programas para melhorar a produtividade e aumentar a eficiência

Resultado: aumentou as vendas em 40% e os lucros em 50% ao longo da recessão

# Estudo de casos de inovação na crise

## Reação de empresas brasileiras na crise

### Conexões Tigre

- Inovação para garantir o futuro
- Destinou R\$5 milhões para investir em startups que desenvolvem materiais e produtos complementares ao seu portfolio

### Ri Happy

- Em 2015 abriu 21 minilojas com artigos para bebês dentro de unidades maiores
- Gerou vendas adicionais de 10% por loja

# Provocações

- Devemos perguntar se vale a pena inovar na crise ou qual tipo de inovação realizar na crise?
- Como competir sem inovar?
- Como garantir sobrevivência no médio e longo prazo sem inovação?
- Como expandir, entrar em novos mercado ou lançar novos produtos?