


IMPLEMENTAÇÃO DOS NÚCLEOS DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

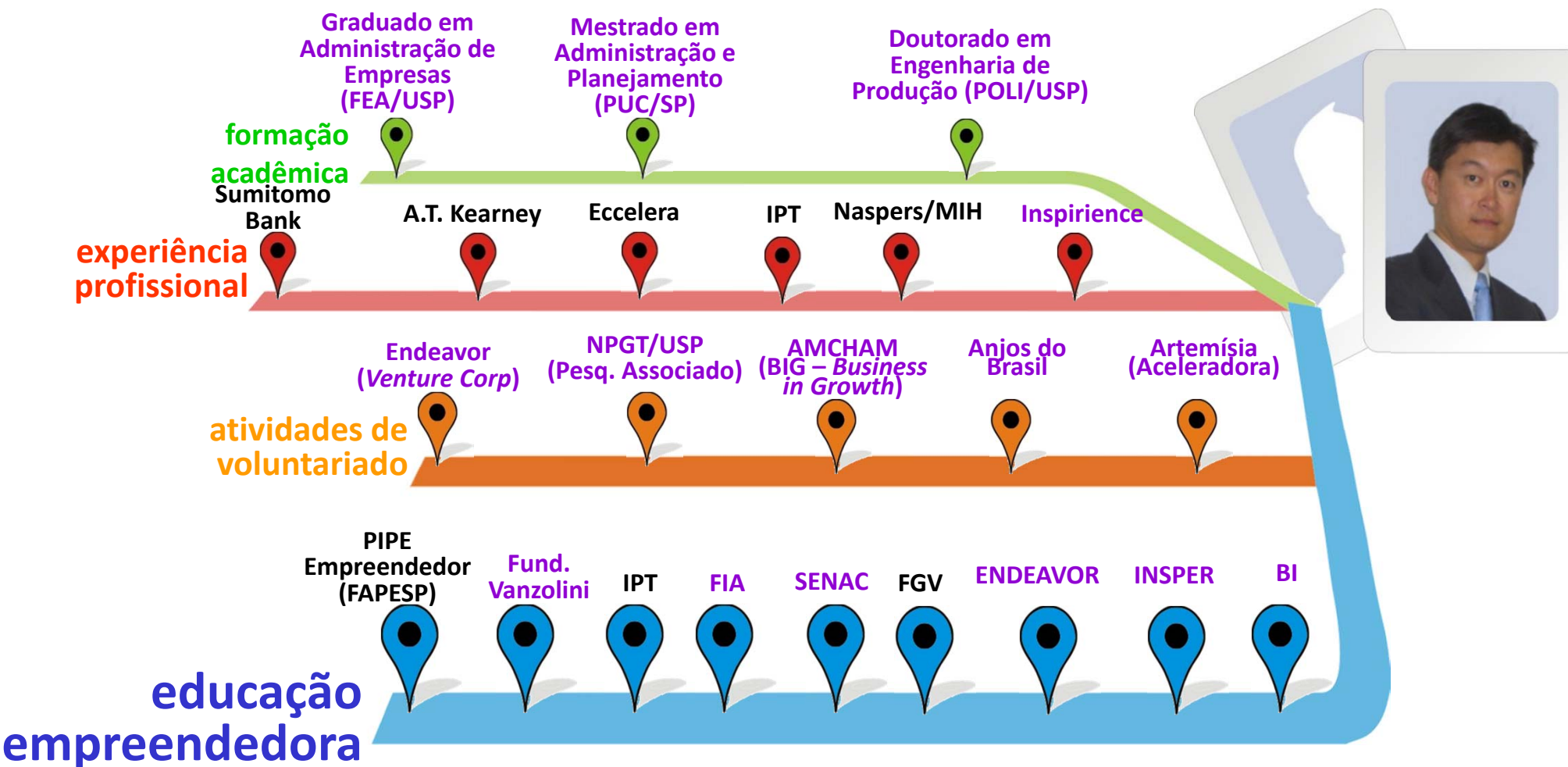


**Práticas de negociação com o mundo
empresarial, com ênfase para a negociação
de propriedade intelectual**

Marcelo Nakagawa

24 e 25 de abril de 2013

Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa



Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa



Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa



BLOG



Você é míope?

Escrito por: Marcelo Nakagawa
terça-feira, 28 fevereiro, 2012 -

Por mais incrível que pareça atuam. Isto vale para as gran pequeno porte. Por esta r publicado pela Harvard Busi literatura de negócios, ainda



Menos é mais
11/10/11 07:35 | Marcelo Nakagawa

Tive um choque quando entrei no dormit que iria ficar durante uma semana em u curso de verão em Babson College, que 1 região de Boston, em julho passado. Um escrivaninha, cadeira e um guarda-roupi simples de madeira.

Sobre a cama, um colchão e um saco plástico c travesseiro, fronha e um lençol que parecia feit gaze de tão fino. Ainda bem que iria ficar sozin Não iria ser fácil dividir "tudo" aquilo. Já tinha si avisado que deveria trazer o resto, como toalh: sabonete e shampoo.

Só não sabia que o banheiro era coletivo. "Ainda bem que não tinha trazido sabonete líquido. Vai que o



BLOG

BLOG DO EMPREENDEDOR

O cotidiano da pequena empresa como você nunca viu antes



Blog do Empreendedor

O cotidiano de empreendedores como você



A + A

Mas afinal de contas, o que é um negócio?

22 de fevereiro de 2013



Desculpa, filho 04/12/12

Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa

globo.com | notícias | esportes | entretenimento | vídeos CENTRAL E-MAIL ENTRAR >

PEQUENAS & GRANDES Empresas & Negócios **APROVEITE A PROMOÇÃO LEVE MAIS POR MENOS DA EDITORA GLOBO**

 **MOVIMENTO EMPREENDA**
Para encorajar e capacitar o empreendedor brasileiro Like <18k Seguir

PARCEIRO EDUCACIONAL **Insper** Instituto de Ensino e Pesquisa
Inspirar para Transformar

O QUE É ▾ PREPARE-SE ▾ INFORME-SE ▾ DIVIRTA-SE ▾


88 90 92 94 96
550 600 700
TODO DOMINGO
Ouça todos os boletins do Movimento Empreenda na rádio CBN

APROVEITE A PROMOÇÃO LEVE MAIS POR MENOS DA EDITORA GLOBO

 **Movimento Empreenda**

18,517 people like Movimento Empreenda.

CEDD ANA ENTAC

Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa



[CURSO](#) [PROFESSORES](#) [INSCRIÇÃO](#) [CONTATO](#)

PROFESSORES CONVIDADOS



**ANN
CHRISTENSEN**

Ann Christensen é



**CLAYTON
CHRISTENSEN**

Clayton Christensen é



**MARCELO
NAKAGAWA**

Inspier

Marcelo Nakagawa é



**TADDY
HALL**

Harvard

Taddy Hall se destaca



**TINA
SEELIG**

Stanford

Tina Seelig é diretora

Apresentação do docente: Marcelo Nakagawa



Projeto
**Visão
de Sucesso**

EMPREENDEDORISMO DE ALTO IMPACTO NA BASE DA PIRÂMIDE

O PROJETO EMPREENDEDORES GALERIA **INSCREVA-SE**

VOCÊ TAMBÉM ACREDITA QUE É POSSÍVEL TRANSFORMAR A REALIDADE DA BASE DA PIRÂMIDE E GERAR RECEITA PARA A SUA EMPRESA?

O APOIO QUE VOCÊ PRECISA ESTÁ AQUI!

O **Projeto Visão de Sucesso**, uma iniciativa do BID em parceria com o Itaú e a Endeavor Brasil, oferece o apoio necessário para o desenvolvimento da sua empresa e consequentemente, para a evolução do país.

CONHEÇA O PROJETO ▾



NO BRASIL,
APROXIMADAMENTE



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Agenda de trabalho

- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial”
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Pesquisadores negociando com o mundo empresarial

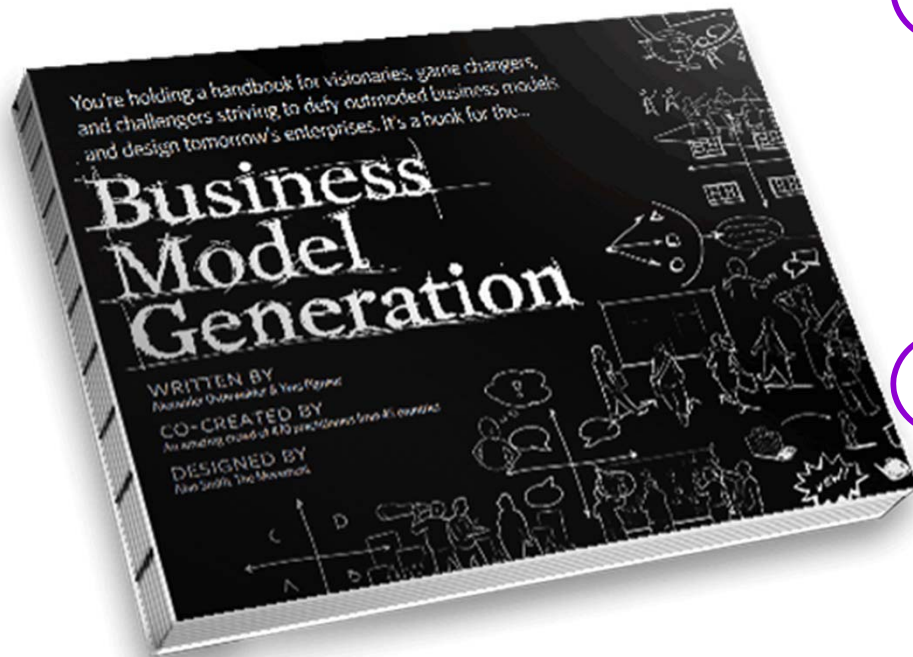


Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Agenda de trabalho

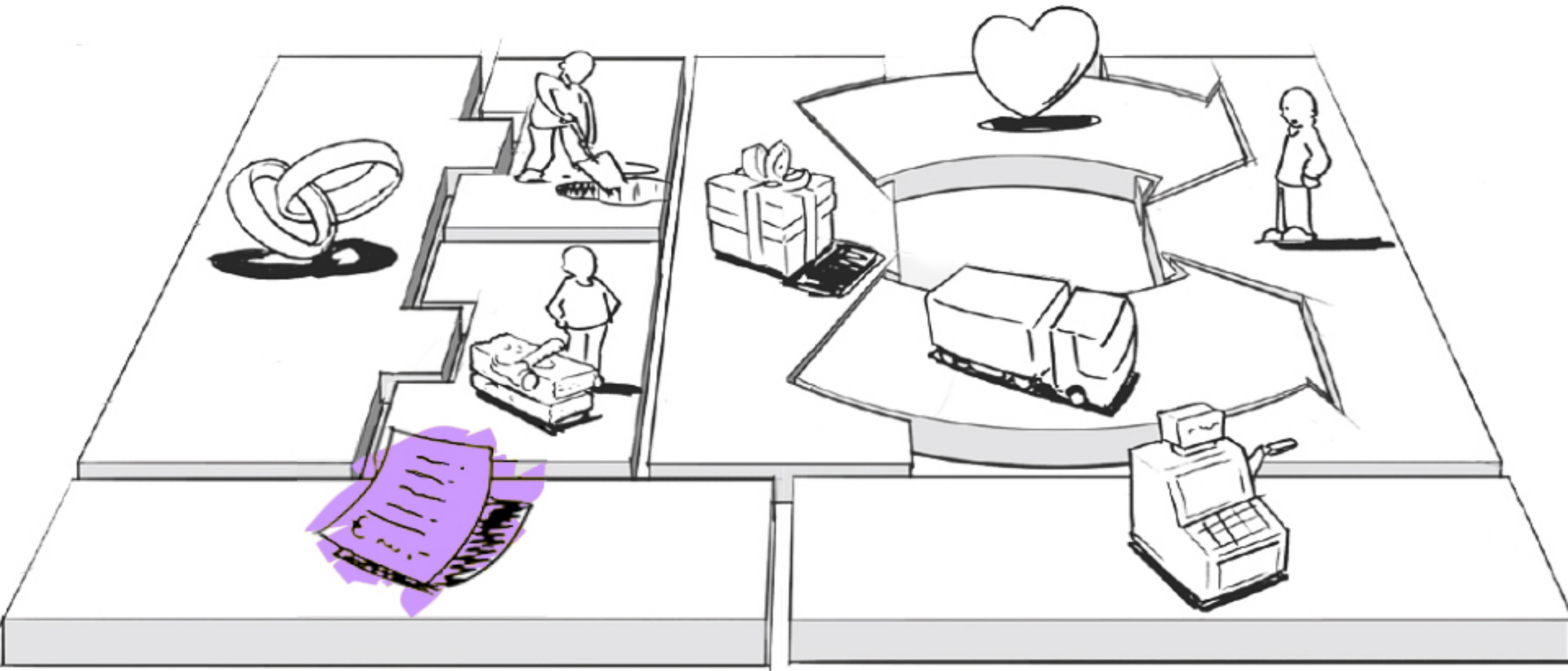
- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial”
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Business Model Generation



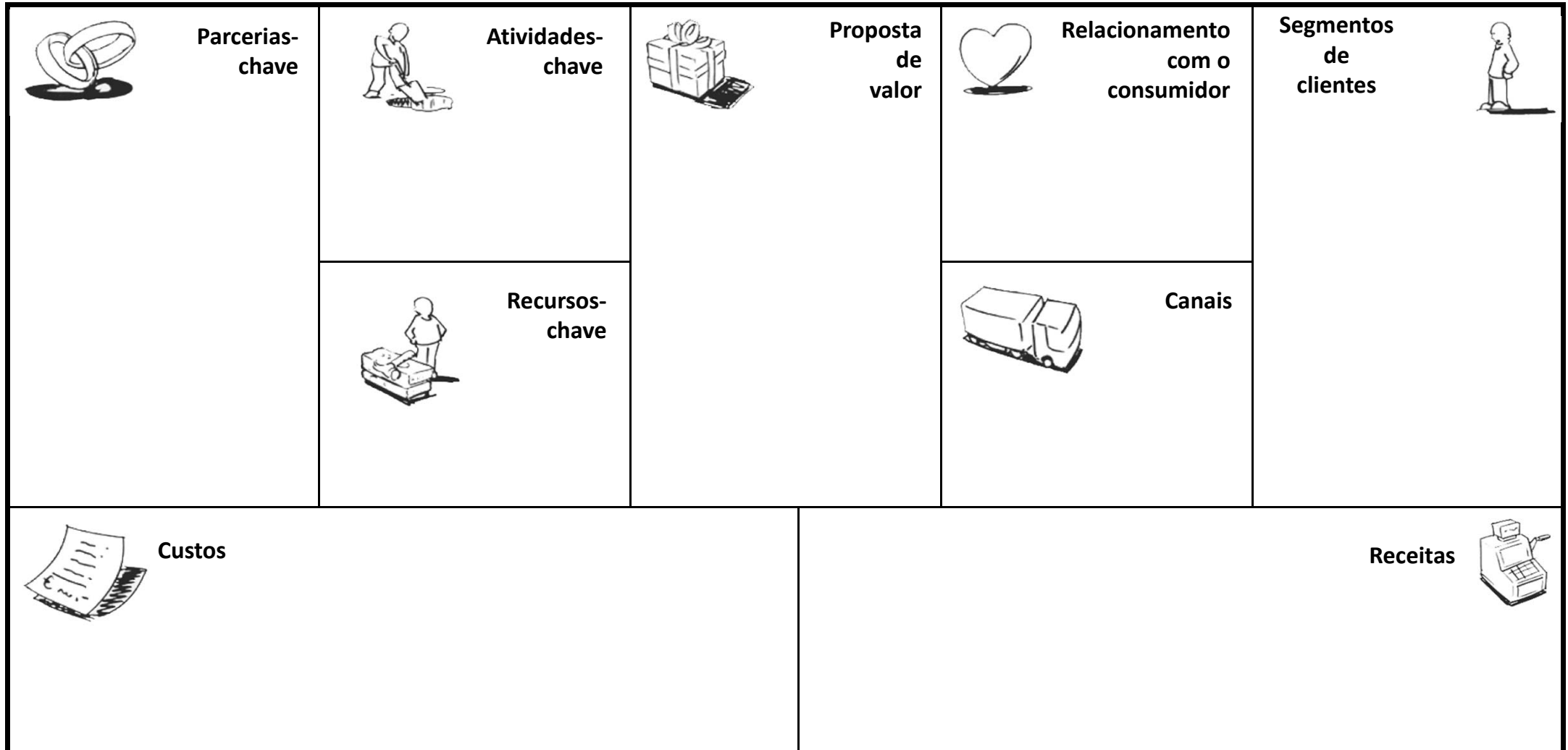
Fonte: OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation*. Amsterdam: Modderman, 2009. O. 18-19

Business Model Canvas



Source: OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation*. Amsterdam: Modderman, 2009. p 18-19

Business Model Canvas

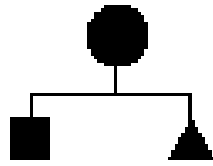
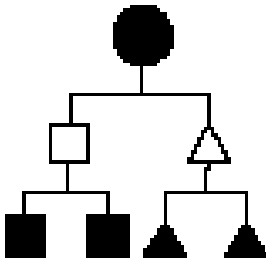
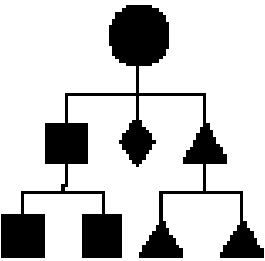
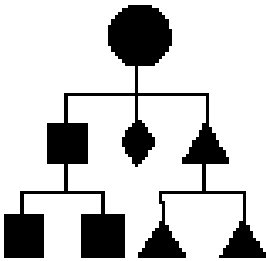
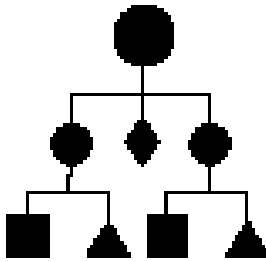
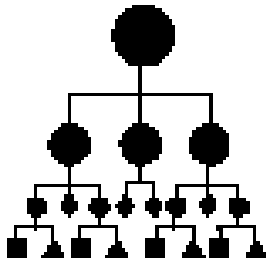

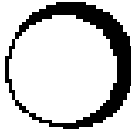



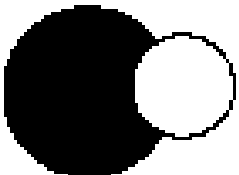


Source: OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation*. Amsterdam: Modderman, 2009. p.44

Agenda de trabalho

- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial”
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Empreendedores: Evolução da estrutura das empresas

	Estágio I	Estágio II	Estágio III-i	Estágio III-c	Estágio IV	Estágio V
	Existência	Sobrevivência	Sucesso Inicial	Sucesso Crescimento	Decolagem	Maturidade
Estilo de Gestão	Supervisão Direta	Direção Supervisionada	Funcional	Funcional	Divisional	Linha e Função
Organização						
Sistema Formal	Não existente à mínimo	Mínimo	Básico	Em desenvolvimento	Desenvolvido	Amplo e detalhado
Orientação Estratégica	Existência	Sobrevivência	Manter-se lucrativo	Recursos para o crescimento	Crescimento	Retorno sobre Investimento
Negócio e Dono do Negócio*						

* Círculo menor representa o dono. Círculo maior representa o negócio

Fonte: CHURCHILL, Neil.; LEWIS, Virginia. The Five Stages of Small Business Growth. Harvard Business Review. Vol. 61, May-June. 1983. p30-50.

Empreendedores sociais

Quem se importa

Mais Que um Filme O Filme O Movimento Empreendedor social Participe Escolas Loja Virtual "Patrocinador" Contato

assista o trailer

Mais Que um Filme

Sejam bem-vindos ao portal social QUEM SE IMPORTA!

Quem se importa é mais que um filme, é um MOVIMENTO!

Um movimento que inspira as pessoas a serem TRANSFORMADORAS.

Somos uma plataforma de divulgação do Empreendedorismo Social que com sua ajuda levará a mensagem do filme para escolas, redes sociais e qualquer pessoa interessada em potencializar o seu próprio poder de transformação.

Entre na página da loja virtual para saber sobre o lançamento do DVD!

Empreendedores de negócios sociais

The screenshot displays the Conscious Capitalism website interface. At the top, the logo is followed by the text "CONSCIOUS CAPITALISM®" and a navigation menu with "PURPOSE / STAKEHOLDER / LEADERSHIP / CULTURE : ENGAGE". A search bar and an "OPEN" button are also visible. The main banner features the text "Elevating Humanity" and "CONSCIOUS CAPITALISM® 2013". Below this, four columns of content are presented:

- PURPOSE:** Includes articles like "Laura Roberts and Pantheon Enterprises" and "Man's Search for Meaning".
- STAKEHOLDER ORIENTATION:** Includes "Firms of Endearment: How World-Class Companies Profit from Passion and Purpose" and "A Conversation with Kip Tindell".
- CONSCIOUS LEADERSHIP:** Includes "Servant Leadership" and "Authentic Leadership".
- CONSCIOUS CULTURE:** Includes "Peak: How Great Companies Get Their Mojo from Maslo" and "A Conversation with Walter Robb".

At the bottom, there is a footer with "Site Map / FAQ / Contact Us / Terms of Use", social media icons, a "DONATE" button, and a "powered by SSD" notice.

Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Agenda de trabalho

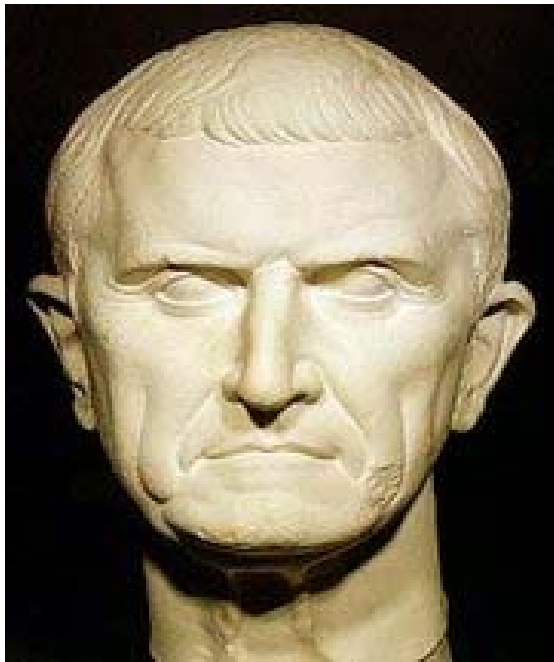
- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial” (investidor)
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Capital de risco: também não é fácil, mas existe!

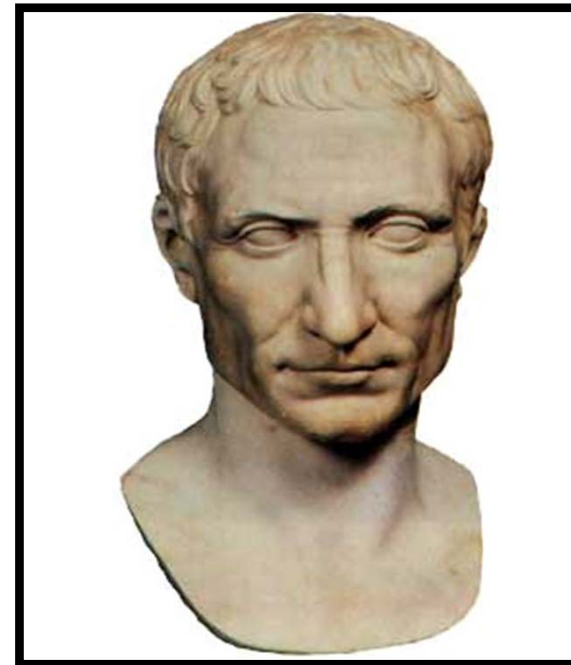


Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Capital de risco: Um pouco de história...



Marcus Licinius Crassus



Julio Cesar

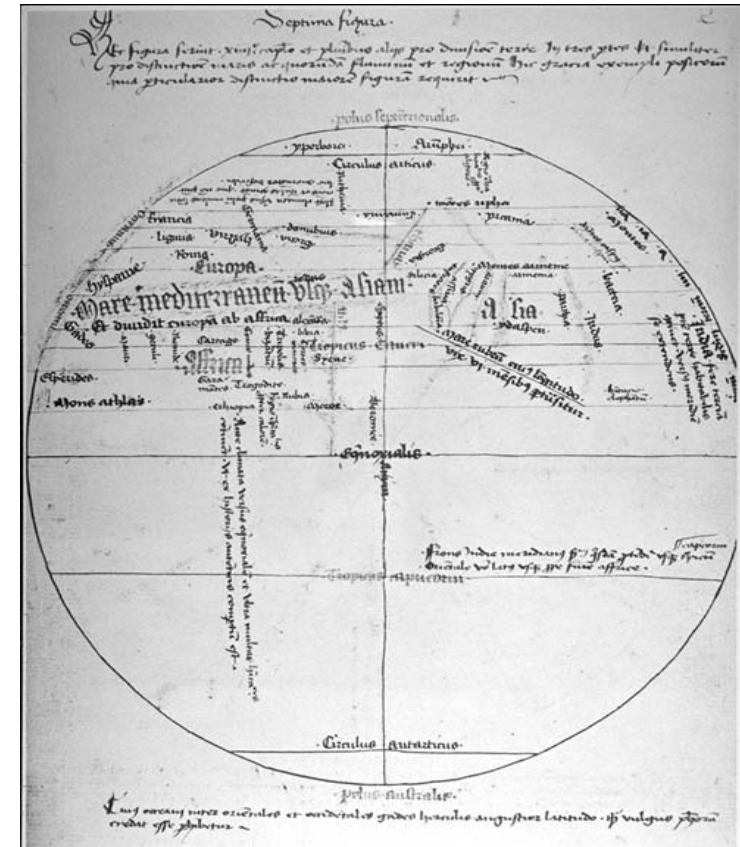
(13 de Julho, 100 a.C. – 15 de Março, 44 a.C.)

Capital de risco: Um pouco de história...



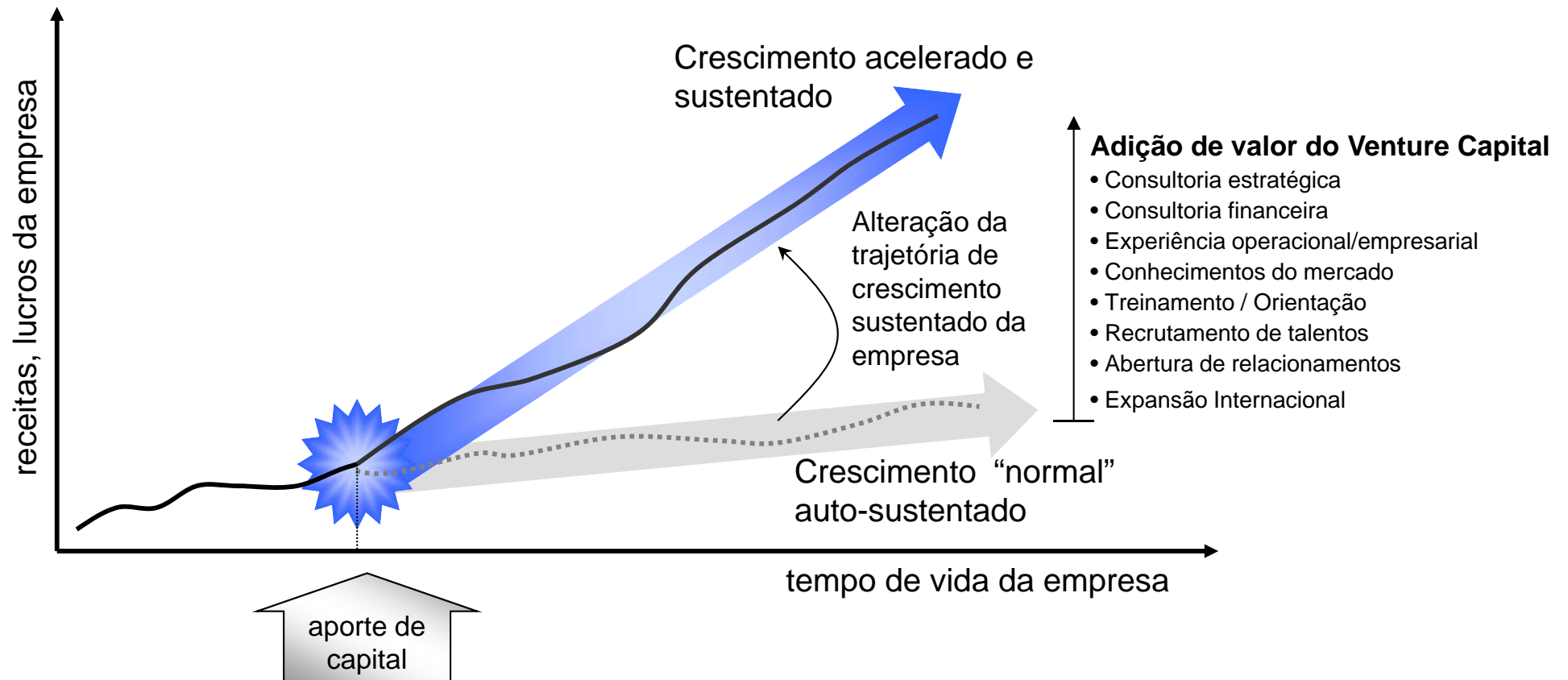
1492

The experiences of these years led directly to the genesis of Columbus's plan to reach the east by going west, what he called his "Enterprise of the Indies." (To Europeans in Columbus's day, all lands to the east of the Indus River in Asia were "the Indies.")



Pierre d'Ailly's World Map in his Ymago Mundi , 1410

A lógica do Venture Capital



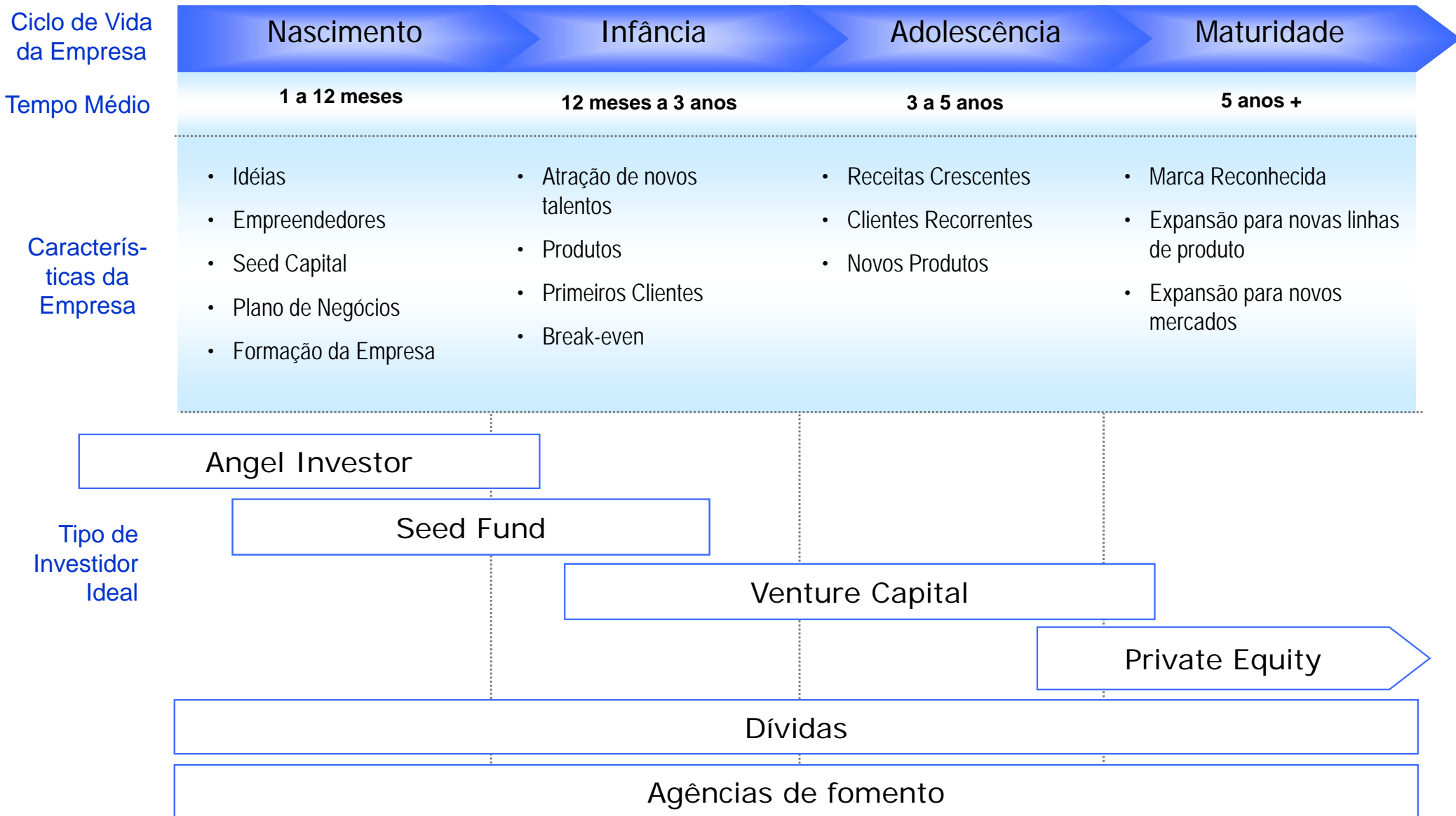
Capital de risco: A história mais recente

- 1945 : Publicação do livro “Small Business and Venture Capital: An Economic Program” por Rudolf Weissman
- Junho de 1946: Fundação da American Research and Development (AR&D) por Ralph Flanders (presidente do Federal Reserve Bank of Boston), Georges Doriot (professor da Harvard Business School) , Frederic C. Blackhall (diretor do Federal Reserve Bank of Boston e membro do conselho do MIT), Bradley Dewey (co-fundador da Dewey & Almy Chemical Company e presidente da Sociedade Norte-americana de Química), Horace S. Ford (tesoureiro do MIT), Carl T. Compton (presidente do MIT), Edward R. Gilliland (professor de engenharia química do MIT), Jerome C. Hunsaker (chefe do departamento de engenharia mecânica e aeronáutica do MIT), além de alguns advogados e investidores individuais.)
- 1934: Charterhouse Development, fundada em 1934 e Industrial and Commercial Finance Corporation (3i), fundada em 1945, foram as pioneiras em prover Venture Capital de forma institucional.
- Fevereiro de 1946 quando foi fundado o fundo de Venture Capital J. H. Whitney & Co
- 1958 : Small Business Investment Company pelo presidente norte-americano Lyndon Baines Johnson.
- 1979 : Regulamentado o ERISA (*Prudent Men*) que autoriza fundos de pensão a investir em Venture Capital.

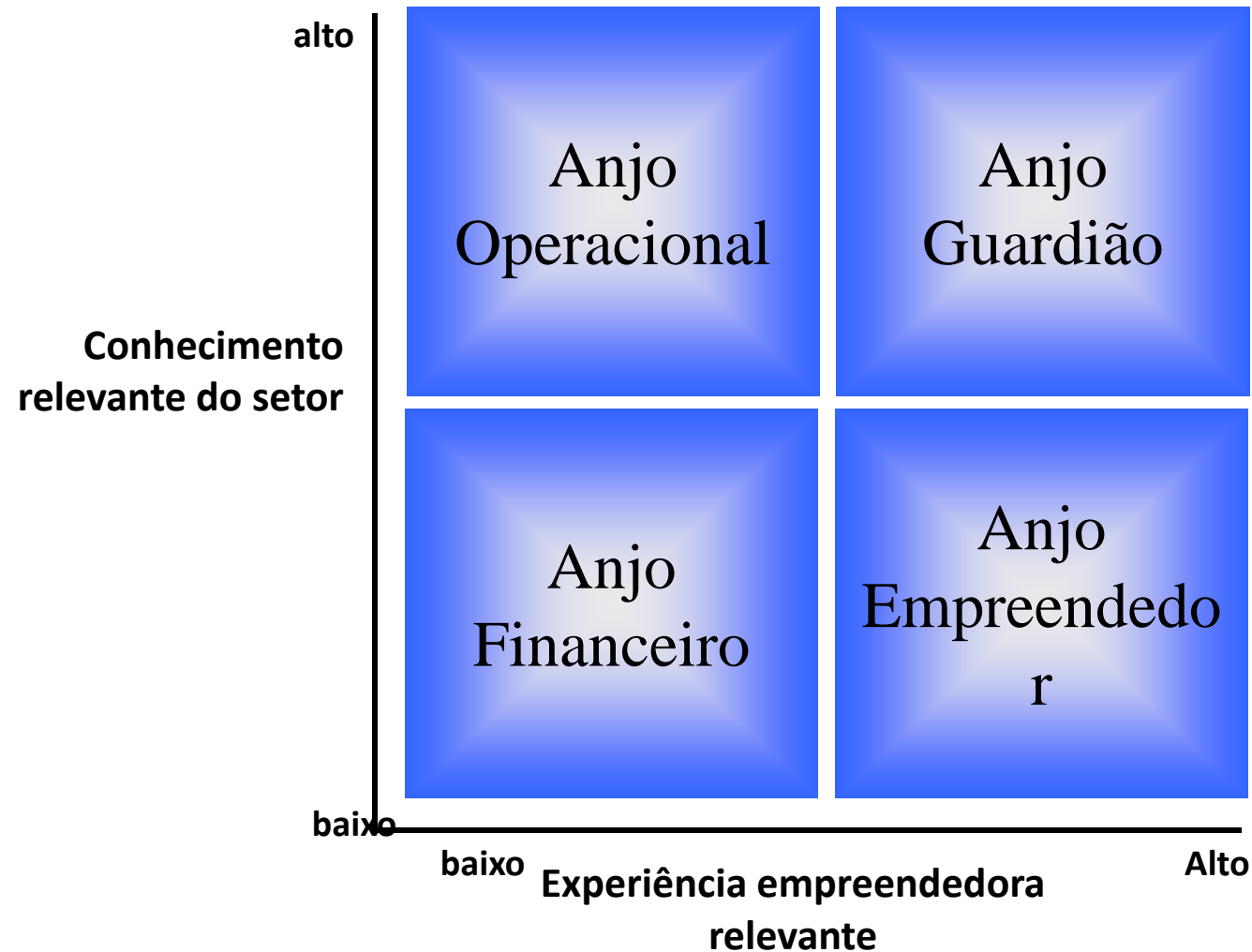
Venture Capital: A história mais recente no Brasil

- 1973: Criação do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Empresa Nacional (ADTEN), administrado pela FINEP, iniciado em caráter experimental em 1973 e formalmente lançado em 1976.
- 1974: A primeira entidade formal a ser organizada para capitalizar pequenas empresas no Brasil por intermédio de participações acionárias temporárias foi a IBRASA – Investimentos Brasileiros S.A., criado pelo então Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico – BNDE
- 1982 : Surge BNDESPar a partir da fusão da IBRASA, EMBRAMC e FIBASA.
- 1975 : Fundado a Brasilpar, que só só começou a operar com Venture Capital em 1981.
- 1981: 1o. Seminário Internacional sobre Venture Capital
- 1981 : Fundada a Companhia Rio-Grandense de Participações (CRP)
- 1986: O Decreto Lei nº 2.287 de 23 de julho de 1986 criou as Sociedades de Capital de Risco – SCR. O Banco Central regulamentou a SCR por meio da Resolução 1.184 de 04 de setembro de 1986 (Posteriormente alterada pela Resolução 1.346 de 23 de junho de 1987).
- 1994: CVM publicou a Instrução no. 209 que criava a modalidade de Fundo Mútuo de Investimento em empresas emergentes – FMIEE
- 1995: Regulamentação do Condomínio de Capitalização de Empresas de Base Tecnológica (CONTEC)
- 2000 - Maio : Lançamento do Projeto Inovar pela FINEP em parceria com BID/Fumin, Sebrae, Petros, ANPROTEC, Softex, CNPq e CNI/IEL
- 2000 – Julho – Fundada a Associação Brasileira de Capital de Risco (ABCR). Em 2005 altera seu nome para Associação Brasileira de Private Equity & Venture Capital (ABVCAP)
- 2001 – Resolução CVM 2829 – investimento de fundos de pensão em venture capital.
- 2004: Abertura de capital da GOL – Advent
- 2005 : Fundo de Empresas Inovadoras (209)

Capital de risco por etapa do ciclo de vida das empresas



O que o anjo traz para o empreendedor:



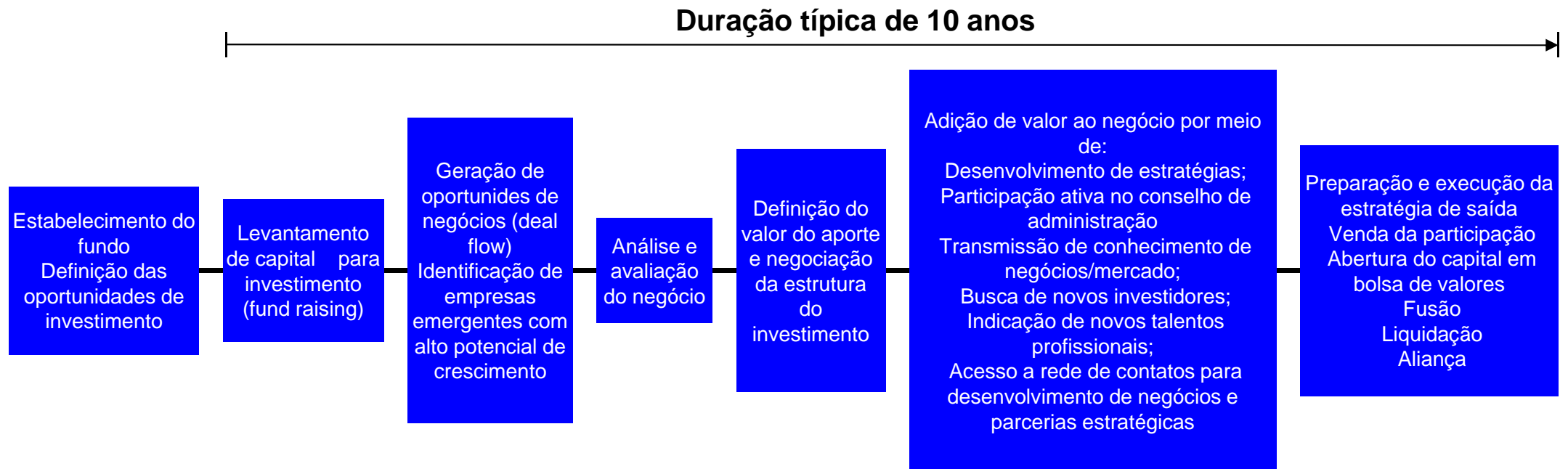
Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Por que os anjos investem?



Ciclo de vida de um fundo

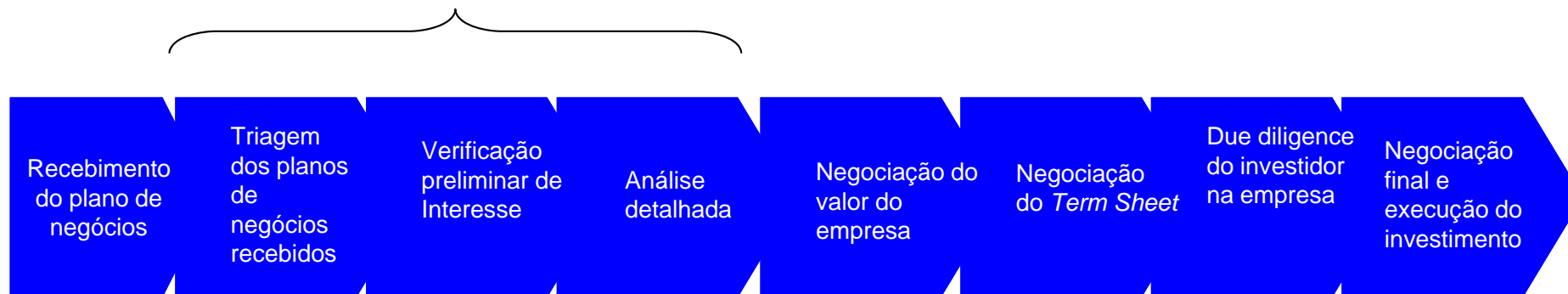
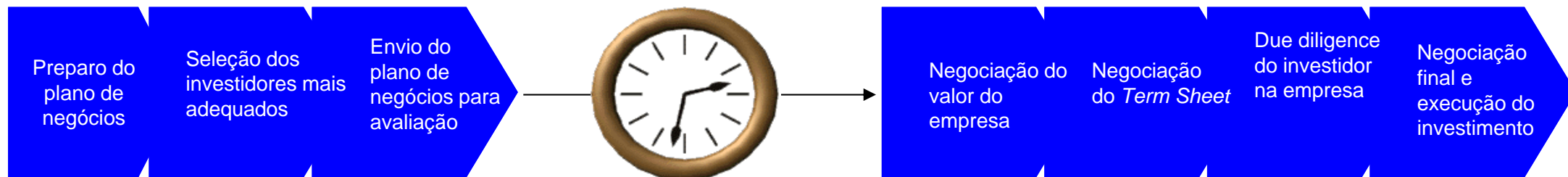
Ciclo de Vida de um Fundo



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Início da relação Empreendedor - Investidor

Fases principais do processo de investimento em *Venture Capital* - Empreendedor

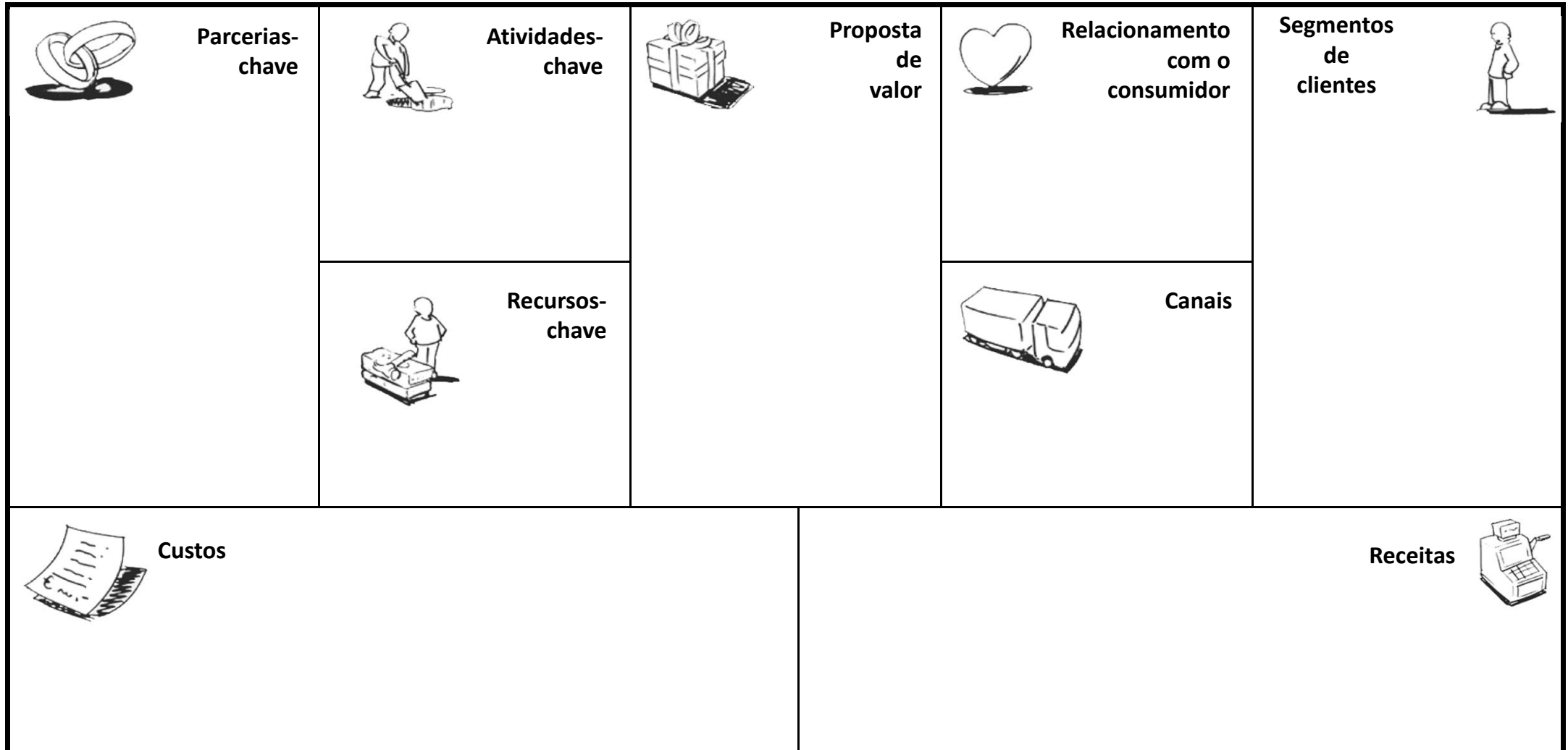


Fases principais do processo de investimento em *Venture Capital* - Investidor

Agenda de trabalho

- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial”
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Business Model Canvas

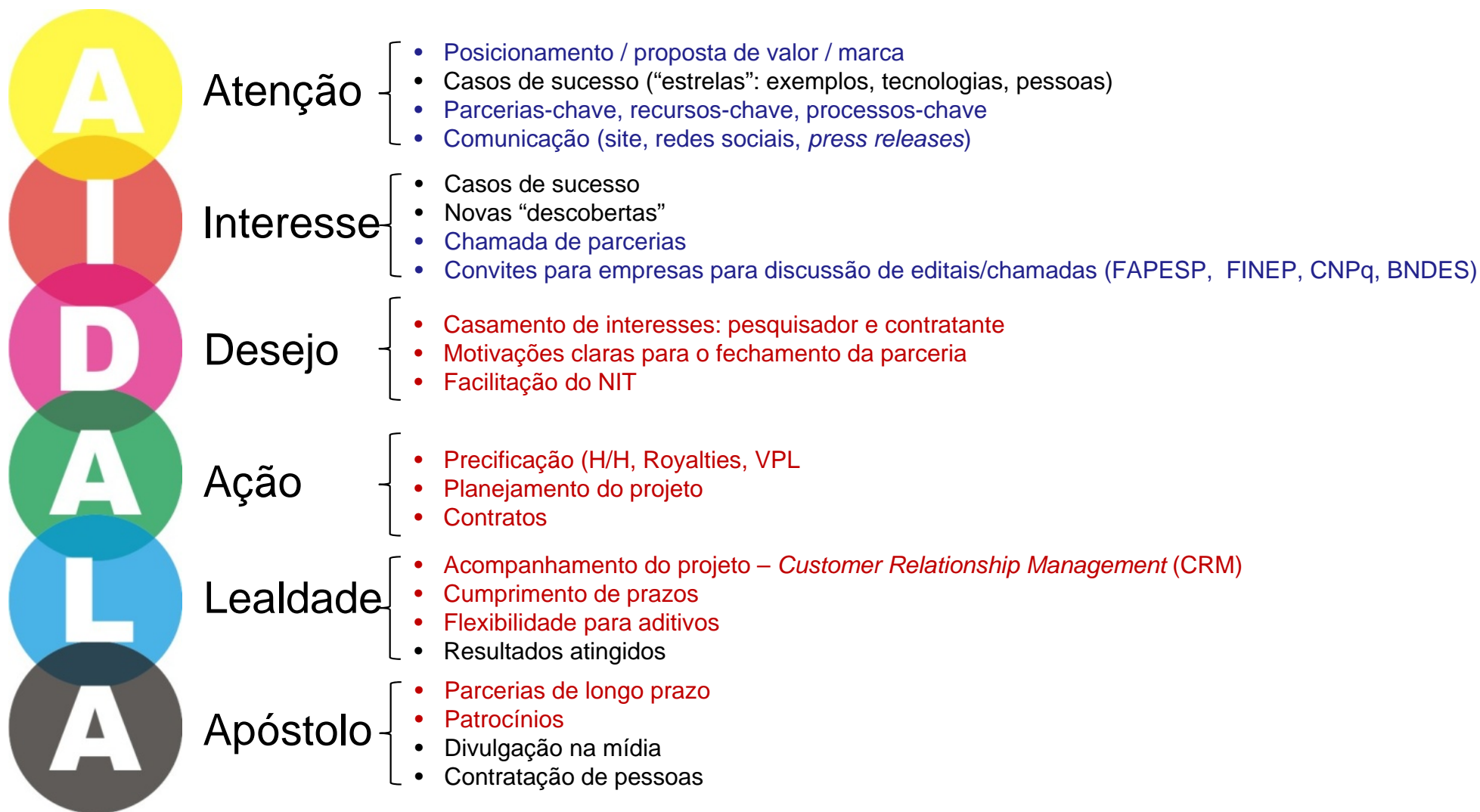


Source: OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. *Business model generation*. Amsterdam: Modderman, 2009. p.44

Agenda de trabalho

- Pesquisadores negociando com o mundo empresarial
- Desenhando um modelo de negócio para sua NIT
- Conhecendo o “mundo empresarial”
- Ampliando o modelo de negócio da sua NIT
- Técnicas de apresentação e negociação

Etapas de trabalho do NIT e respectivas negociações



■ Negociações internas/institucionais

■ Negociações com clientes

Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Estudo de caso: Inova Unicamp

- A universidade não tem tradição em comercialização: contratação de 1 profissional do mercado.
- Produção acadêmica baseada na oferta ao invés da demanda: priorização segundo o potencial de mercado (UNICAMP: *screening* de 300 patentes: priorização de 70).
- Divulgação: facilitar o acesso da empresa às tecnologias da universidade: banco de patentes visível na web, mala direta, workshops, jornais, revistas.
- A universidade faz publicações em revistas científicas: acrescentar veículos da mídia acessíveis ao meio empresarial.
- Prospecção:
 - Chamada em meio eletrônico (mala direta);
 - Contato direto: time próprio, time terceirizado (custos menores), empresas parceiras, pesquisadores (*).
 - Vinda espontânea da empresa.
- Atração do capital privado: Garantias ao investidor
 - Qualidade dos relatórios descritivos de patentes.
 - Eliminação de conflitos de titularidade.
- Formalização das relações com:
 - agências de fomento.
 - instituições executoras
- Licenciamento de patentes depositadas: relatórios de buscas de anterioridade.
- Recuperação dos investimentos: Exclusividade na exploração comercial.

Estudo de caso: Inova Unicamp

- Contratos adequados às duas partes
 - Cláusulas de sigilo: autorização das 2 partes para divulgação;
 - Obrigações e prazos para produção;
 - Parceria no desenvolvimento: financiamento pela empresa e remuneração ao pesquisador;
 - Patentes derivadas: 100% UNICAMP ou co-titularidade com o parceiro;
 - Repasse de despesas com patentes (originais, derivadas, nacionais e internacionais) para a empresa licenciada (taxas de depósito, manutenção, gastos com litígios);
 - Rescisões:
 - Pela empresa: caso se conclua pela inviabilidade da industrialização;
 - Pela UNICAMP caso a empresa não inicie a produção no prazo estabelecido;
 - Exclusividade ao parceiro investidor na exploração comercial (maioria dos casos).
 - Estrutura: convênio, aditivo para desenvolvimento, contrato
- Negociação de prazos e valores
 - Com 2 ou 3 empresas: escolha da melhor oportunidade;
 - Desenvolvimento: materiais, viagens, consultorias técnicas externas e internas, contratação de serviços;
 - Licenciamento: royalties (usual na UNICAMP);

Estudo de caso: Inova Unicamp

- Valoração: qual é mercado, qual o *market share* da empresa, de quanto é o mínimo?
 - É o mercado quem define (e não o custo);
 - Custos e margens de lucro;
 - Cuidado para não inviabilizar o negócio;
 - Licenças exclusivas são mais caras;
 - Nem sempre temos todos os dados na hora certa: arriscar.
 - Contratos de 10 a 15 anos de duração.
 - Royalties: 2% a 10%.
- Diferença do timing da universidade e empresa: parcerias internas.
- Política de PI: deve garantir (linhas principais)
 - Partilha de titularidade;
 - Condições para exclusividade;
 - Intercâmbio de pesquisadores entre universidades;
 - Intercâmbio de materiais (ex: materiais biológicos) para fins não comerciais (somente pesquisa);
 - Incentivos ao pesquisador (1/3 dos royalties): disseminação da cultura de proteção e TT;
 - Sigilo: atenção às cláusulas contratuais de pesquisas subsidiadas.

Técnicas de Apresentações Eficazes

Um é cinco,
Três é dez!



Qual é o principal motivo para o fracasso de um projeto no Brasil?



Qual é o principal motivo para o fracasso de um projeto no Brasil?

*“O problema de comunicação é antigo, mas está se tornando mais evidente. **Não sabemos escrever bem, não falamos bem o que queremos, não nos relacionamos bem com todos os perfis existentes num ambiente de projeto.**”*



Walther Krause,
Diretor PMI Rio

Será que já não tem graça?



Como o cliente explicou...



Como o líder de projeto entendeu...



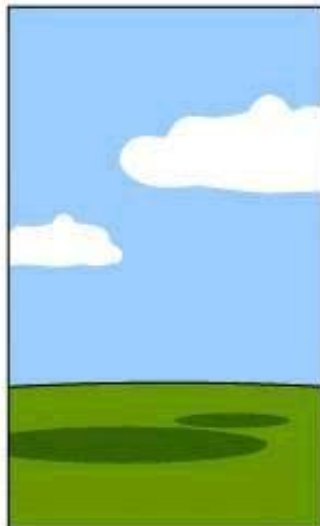
Como o analista projetou...



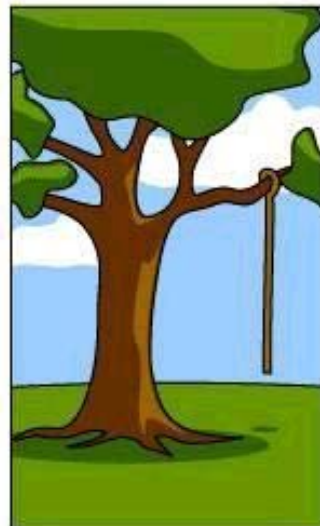
Como o programador construiu...



Como o Consultor de Negócios descreveu...



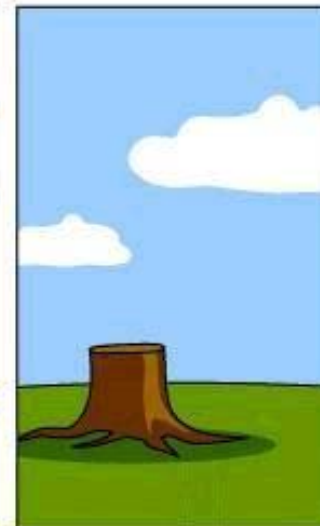
Como o projeto foi documentado...



Que funcionalidades foram instaladas...



Como o cliente foi cobrado...

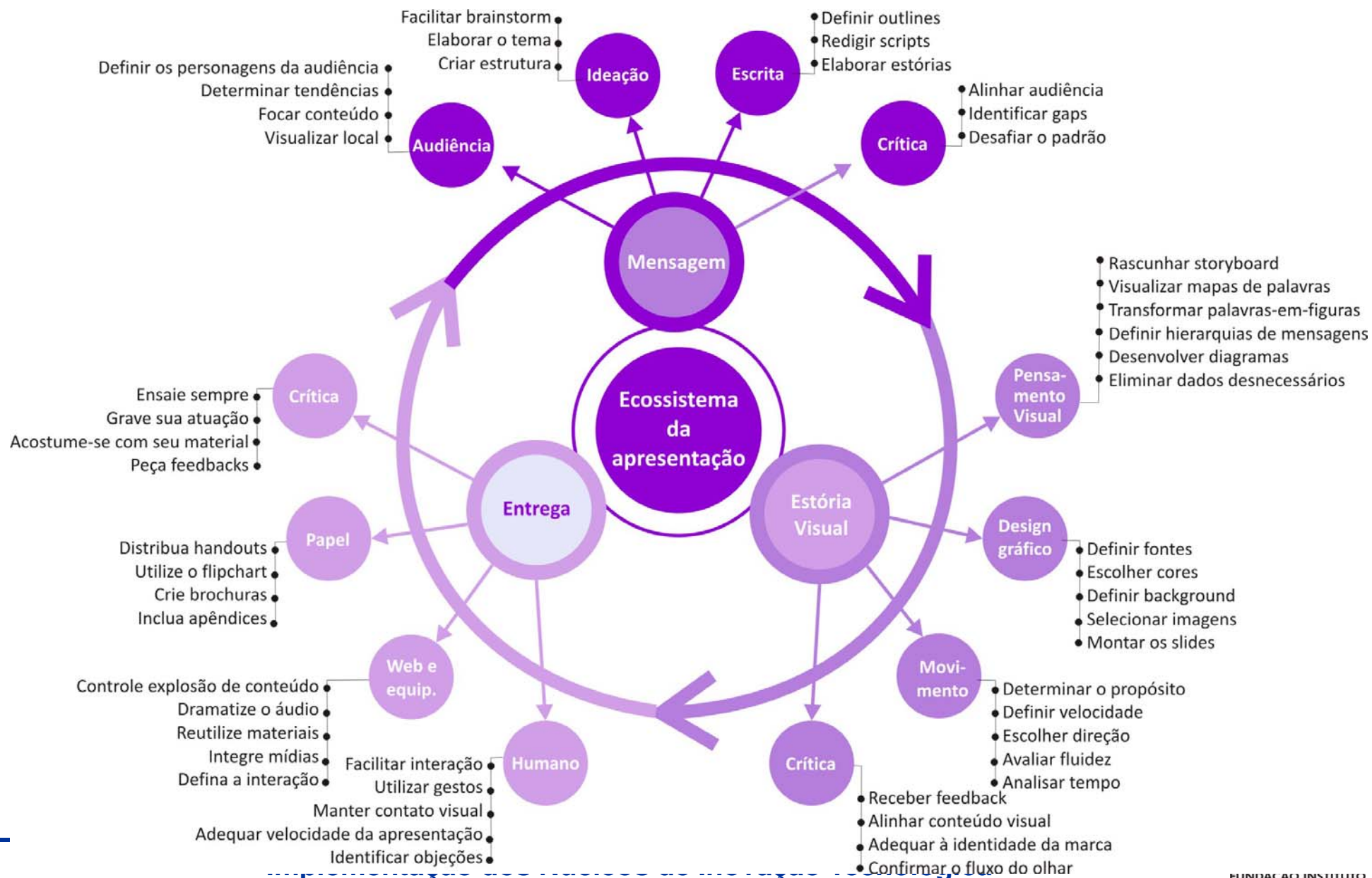


Como foi mantido...



O que o cliente realmente queria...

Nosso mapa de trabalho



Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



**Pintura
nas
cavernas**

(2000 imagens
são encontradas
nas cavernas de
Lacaux, França)

Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



**Pintura
nas
cavernas**

(2000 imagens
são encontradas
nas cavernas de
Lacaux, França)

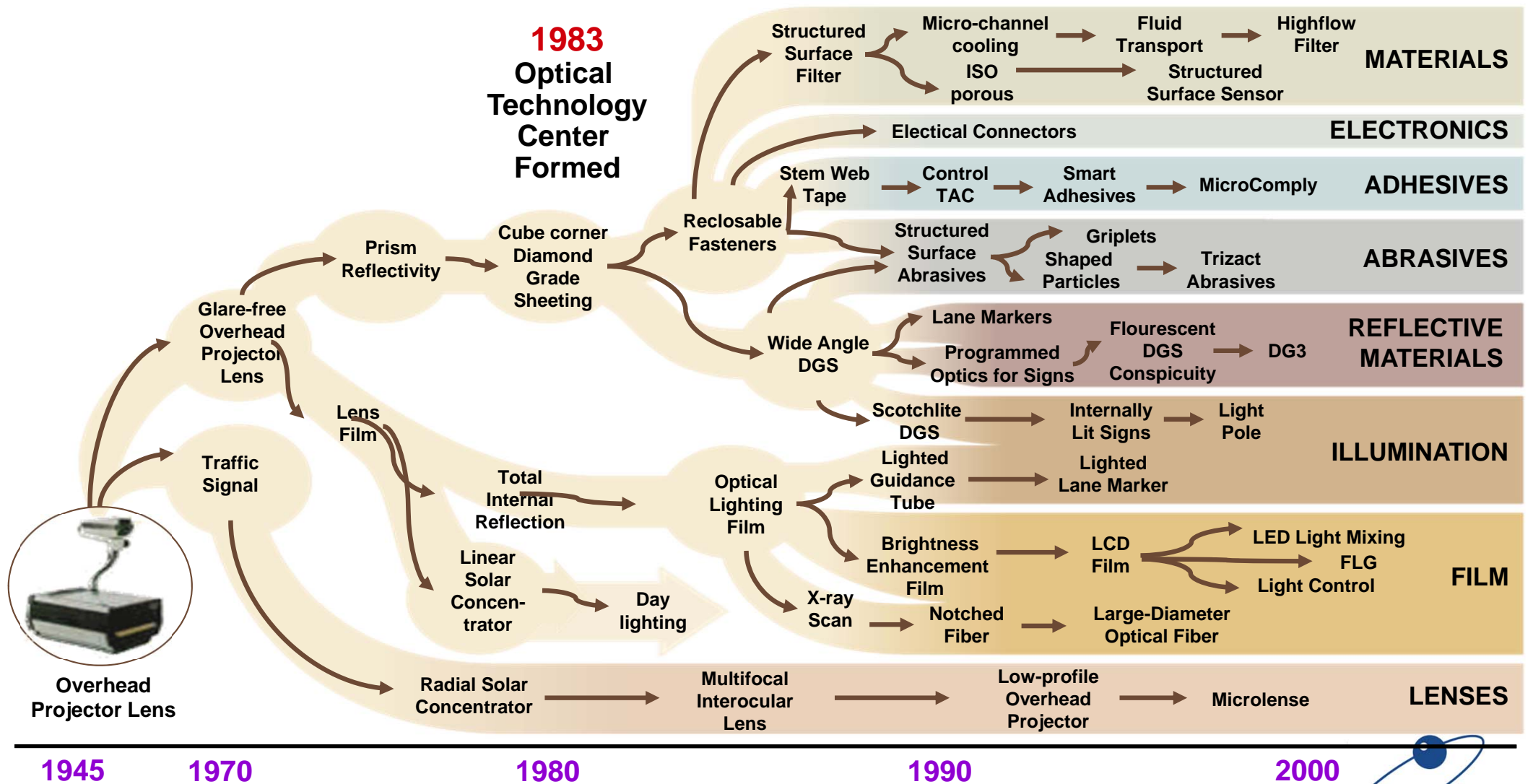
1945



Projektor

(Começa a ser
utilizado pela
política dos
Estados Unidos,
depois militares,
educadores e
negócios)

Evolução das técnicas de apresentação



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



Pintura nas cavernas

(2000 imagens são encontradas nas cavernas de Lascaux, França)

1945



Projektor

(Começa a ser utilizado pela política dos Estados Unidos, depois militares, educadores e negócios)

1950



Slides de 35 mm

(Imagens coloridas de alta qualidade para uma ampla audiência. Custo de US\$ 300 a 1.500/slides)

Evolução das técnicas de apresentação



Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



Pintura nas cavernas

(2000 imagens são encontradas nas cavernas de Lascaux, França)

1945



Projektor

(Começa a ser utilizado pela política dos Estados Unidos, depois militares, educadores e negócios)

1950



Slides de 35 mm

(Imagens coloridas de alta qualidade para uma ampla audiência. Custo de US\$ 300 a 1.500/slides)

1987



Power Point

(Sai o ppt para Macintosh. Apresentação “profissional” ao alcance de qualquer um)

E em 1987, a Microsoft compra o Powerpoint por US\$ 14 mi



Evolução das técnicas de apresentação



José Carlos A. Cintra
Professor Titular,
USP / São Carlos
cintrajc@sc.usp.br



Prof. Cintra tem mais de 10 anos de experiência na preparação de pós-graduandos da USP / São Carlos para fazerem apresentações com o uso do projetor multimídia.

A técnica de apresentação desenvolvida por ele tem se mostrado muito eficaz não só no ambiente universitário (seminários em disciplinas de graduação ou de pós-graduação, exames de qualificação e defesas de tese na pós-graduação, e provas didáticas em concurso de ingresso de docente), como também em eventos (técnicos, científicos, etc.), em diversos tipos de reunião, e no âmbito das empresas.

Com essa técnica, o apresentador deixa de ser um mero explicador de slides, ou um refém da projeção, e passa a ter um papel de destaque na apresentação.

Aprenda você também a técnica do Prof. Cintra e tenha muito sucesso nas suas próximas apresentações.

Essa técnica é apresentada, neste DVD, em quatro capítulos: 1. Introdução (causas do não-êxito de uma apresentação) - 11min; 2. Slides e Cenário (a base conceitual para a criação de bons slides e a importância da comunicação frente a frente) - 39min; 3. Recursos de Oratória (ênfase em como superar o medo de falar em público e a timidez) - 44min; 4. Conclusão (síntese dos principais aspectos da técnica de apresentação) - 12 min. Esses capítulos, na forma de palestras, ao mesmo tempo que detalham os fundamentos da técnica de apresentação constituem exemplos demonstrativos de uso da técnica.



Produzido no Polo Industrial de Manaus por Sonopress Rimo da Amazônia Indústria e Comércio Fonográfica LTDA - Indústria Brasileira - CNPJ: 84.494.129/0001-93 - Rua Iça, n° 100 - Distrito Industrial - Manaus - AM - Indústria Brasileira - Sob encomenda de Deodatum Comunicações



José Carlos A. Cintra

Técnica de Apresentação

Técnica de Apresentação

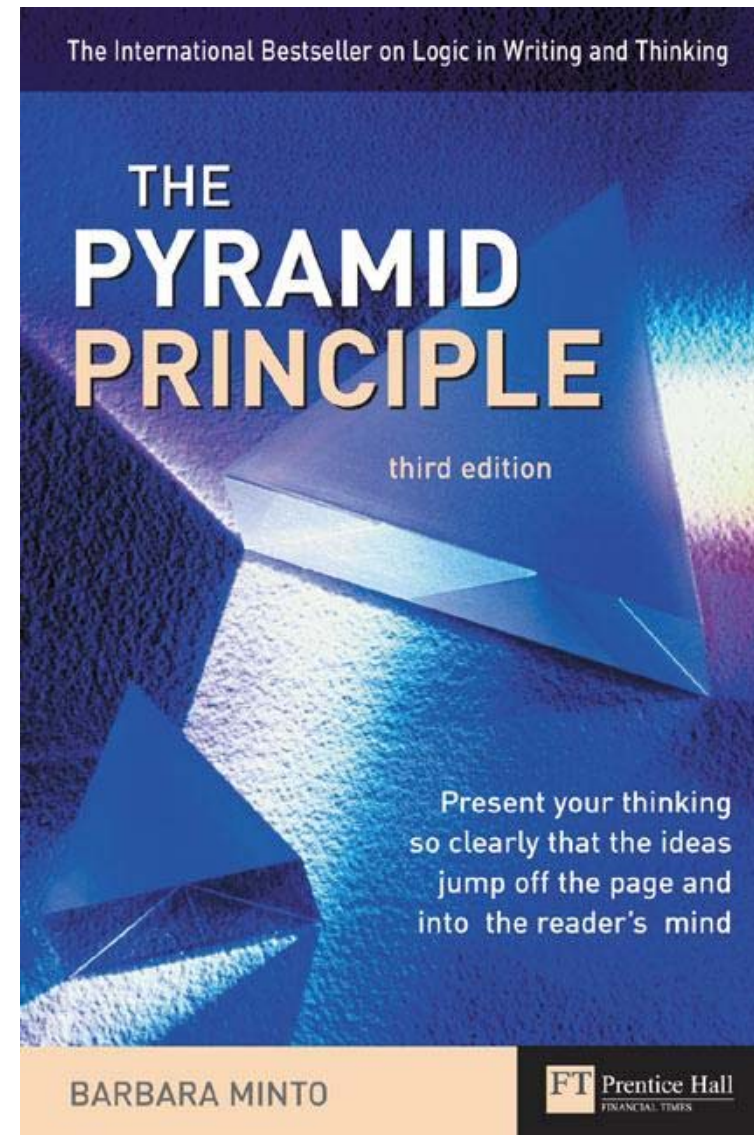
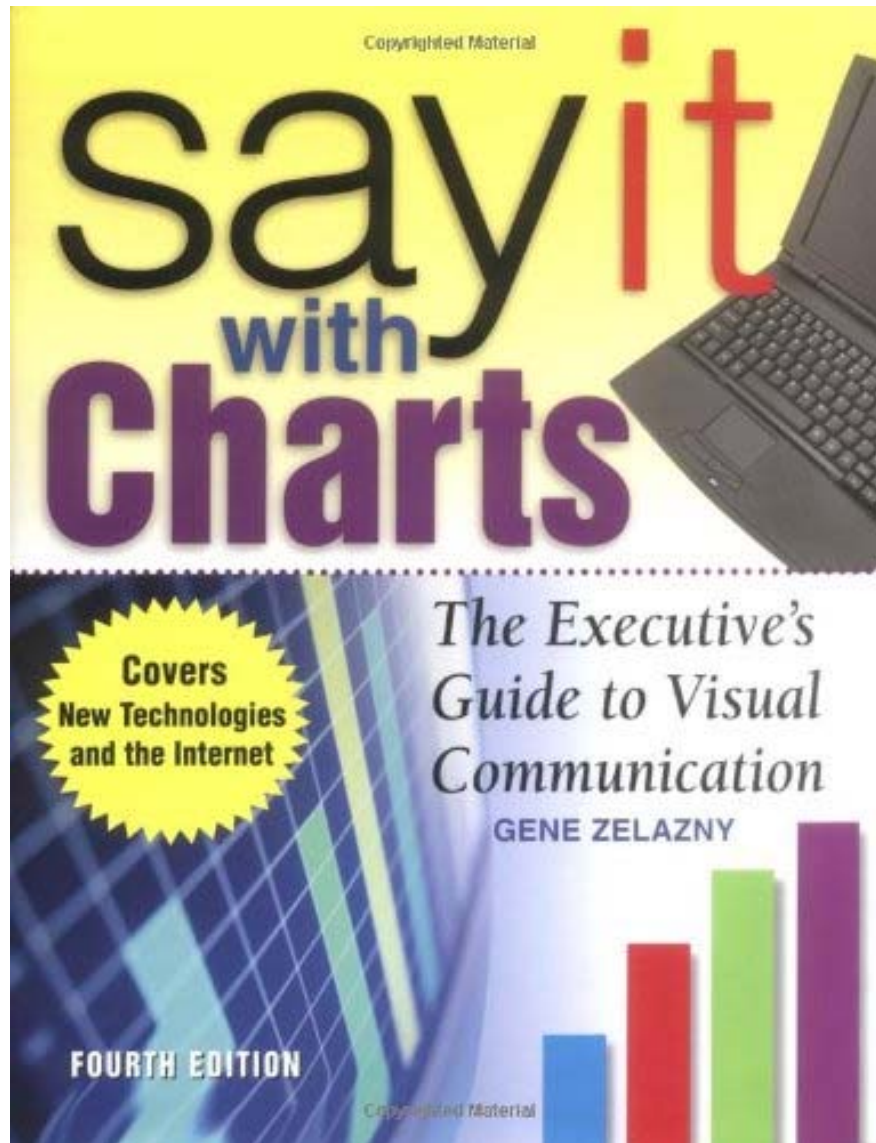
Oratória Aplicada às Apresentações com o Uso de Projetor Multimídia, na Universidade, em Eventos, em Reuniões, e na Empresa.



Apresentações são oportunidade de sucesso. Não as desperdice por falta de técnica. Não tenha mais receio em fazer apresentações. Ao contrário, sinta prazer e faça sucesso nas suas próximas apresentações utilizando a técnica do Prof. Cintra, demonstrada neste DVD.

Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Evolução das técnicas de apresentação



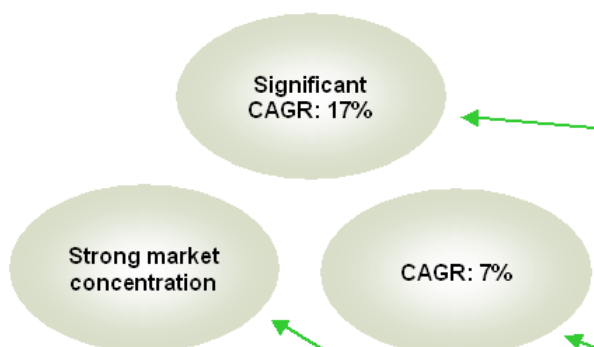
Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Evolução das técnicas de apresentação

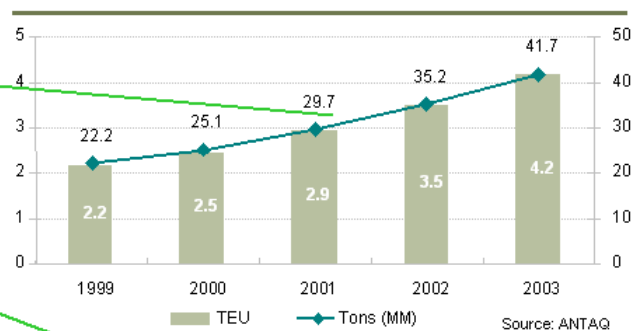
III. The Brazilian port sector

Overview of the Brazilian port sector

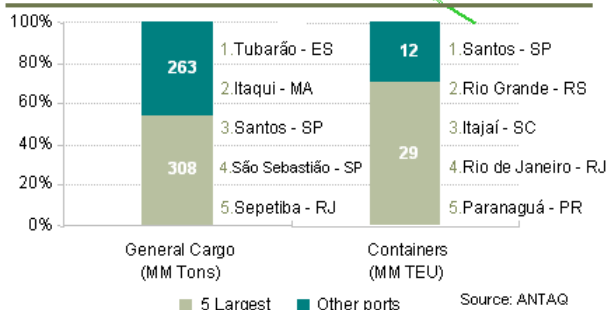
Brazilian market growth has followed global trends, with increasing container share



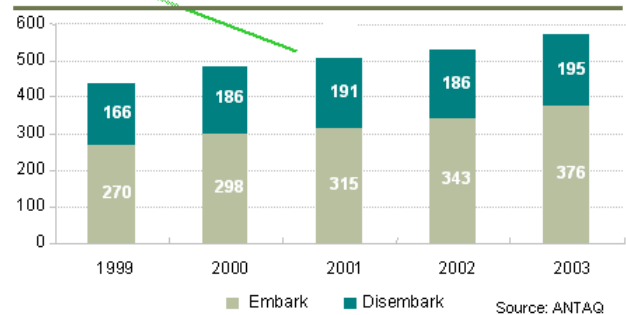
Container movement



Concentration of cargo movement



Cargo movement (MM of tons)



Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



Pintura nas cavernas

(2000 imagens são encontradas nas cavernas de Lascaux, França)

1945



Projektor

(Começa a ser utilizado pela política dos Estados Unidos, depois militares, educadores e negócios)

1950



Slides de 35 mm

(Imagens coloridas de alta qualidade para uma ampla audiência. Custo de US\$ 300 a 1.500/slides)

1987



Power Point

(Sai o ppt para Macintosh. Apresentação “profissional” ao alcance de qualquer um)

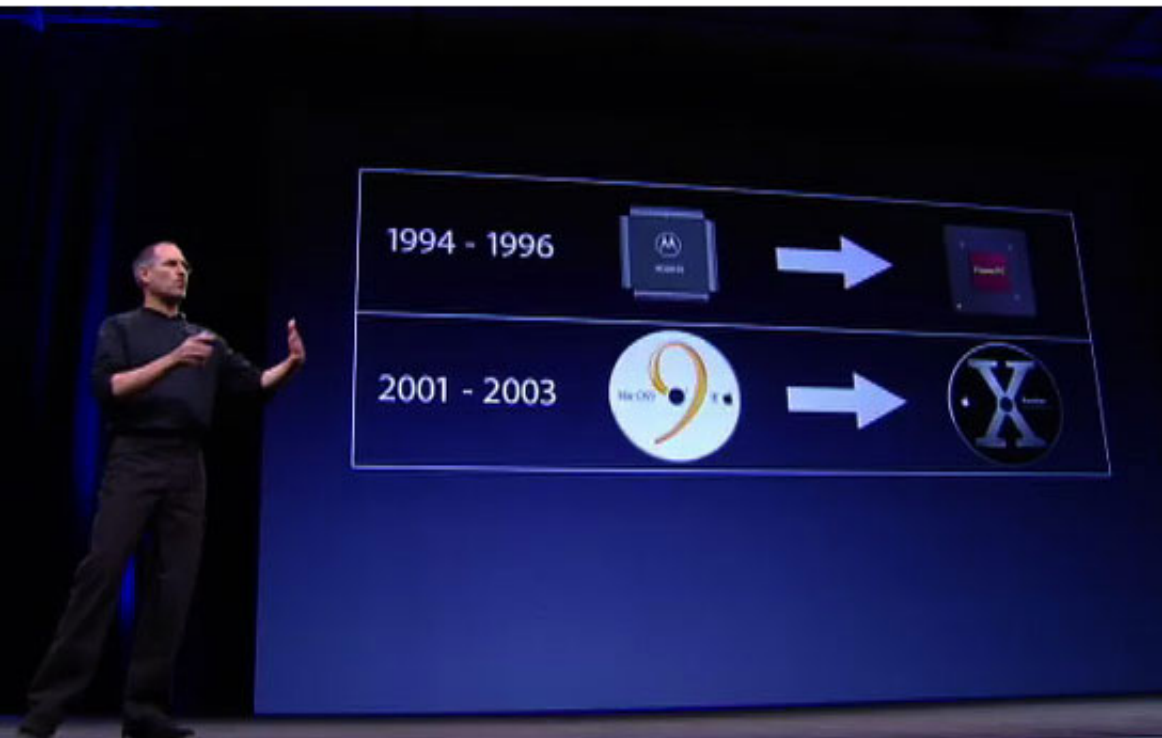
1997



Retorno de Jobs à Apple

(Apresentações minimalistas)

Você samba de que lado, de que lado você samba?



<http://video.google.com/videoplay?docid=7945084053124129040&hl=pt-BR&emb=1#>

Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



Pintura nas cavernas

(2000 imagens são encontradas nas cavernas de Lascaux, França)

1945



Projektor

(Começa a ser utilizado pela política dos Estados Unidos, depois militares, educadores e negócios)

1950



Slides de 35 mm

(Imagens coloridas de alta qualidade para uma ampla audiência. Custo de US\$ 300 a 1.500/slides)

1987



Power Point

(Sai o ppt para Macintosh. Apresentação “profissional” ao alcance de qualquer um)

1997



Retorno de Jobs à Apple

(Apresentações minimalistas)

2007



Uma verdade inconveniente

(Al Gore ganha um oscar com uma apresentação)

Evolução das técnicas de apresentação



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Evolução das técnicas de apresentação

15000 aC



Pintura nas cavernas

(2000 imagens são encontradas nas cavernas de Lascaux, França)

1945



Projektor

(Começa a ser utilizado pela política dos Estados Unidos, depois militares, educadores e negócios)

1950



Slides de 35 mm

(Imagens coloridas de alta qualidade para uma ampla audiência. Custo de US\$ 300 a 1.500/slides)

1987



Power Point

(Sai o ppt para Macintosh. Apresentação “profissional” ao alcance de qualquer um)

1997



Retorno de Jobs à Apple

(Apresentações minimalistas)

2007



Uma verdade inconveniente

(Al Gore ganha um oscar com uma apresentação)

2010+



Em qualquer lugar

(Nova safra de aplicações web para apresentações)

Agenda

- Definir os personagens da audiência ●
- Determinar tendências ●
- Focar conteúdo ●
- Visualizar local ●

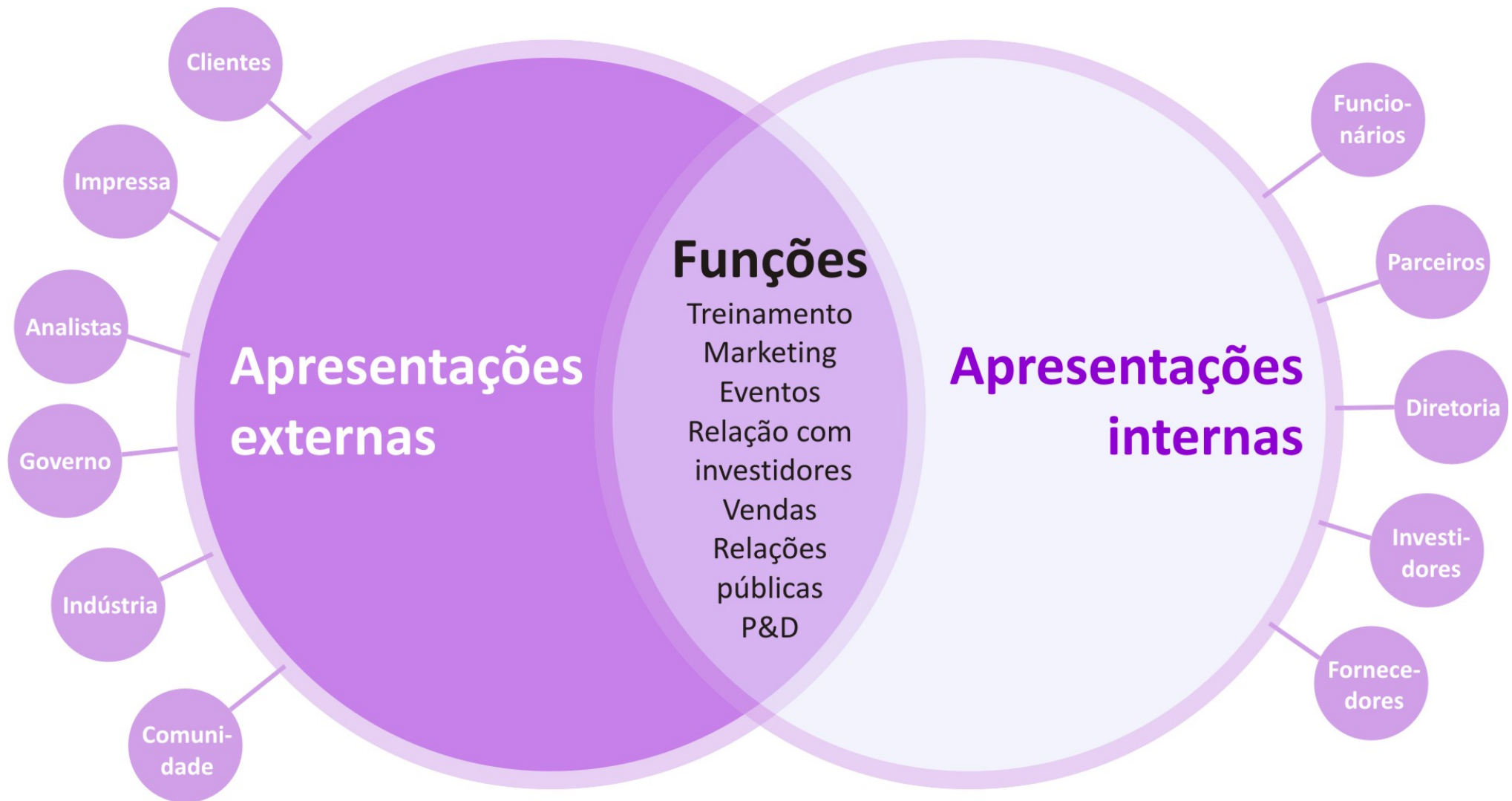
Audiência

Mensagem

Ecosistema
da
apresentação

Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Quem são os personagens da audiência?



Qual é a principal tendência para a audiência das apresentações?

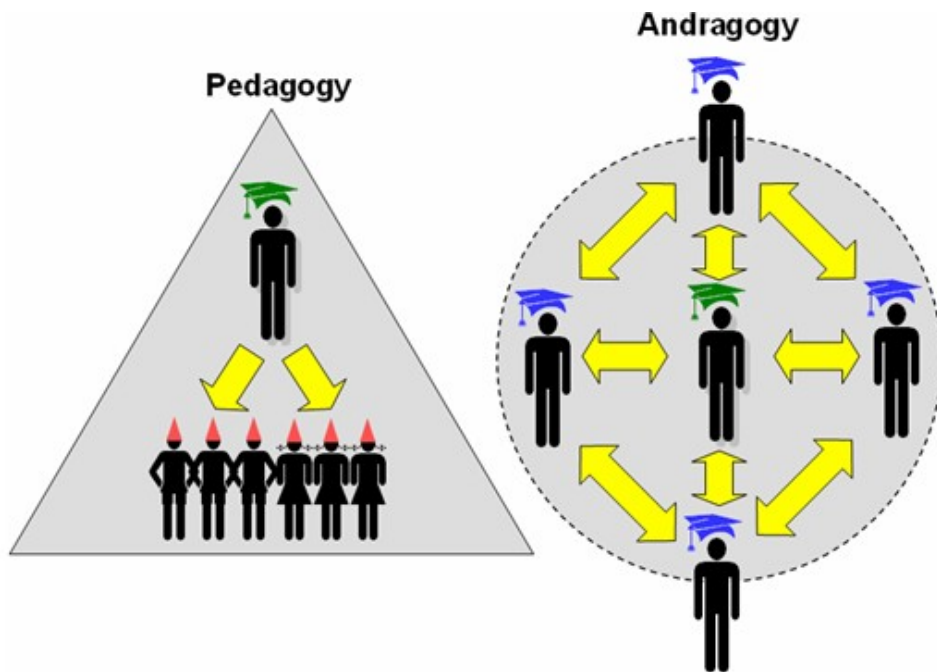


http://www.baumon.com.br/39516_flash/39516/index.html

Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

E como isto interfere no conteúdo?

Andragogia = aprendizado efetivo



- Necessidade de conhecimento prévio
 - O quê, por quê, como
- Conceito da audiência
 - Autônoma, auto-dirigida
- Relevância do conhecimento prévio da audiência
 - Recursos, modelos mentais, carreira
- Prontidão para aprender
 - Relacionamento com sua vida, desenvolvimento comportamental
- Orientação para o aprendizado
 - Contextual, centrado em problemas
- Motivação para aprender
 - Recompensa pessoal

Fonte: KNOWLES, Malcolm. The adult learner: the definitive classic in adult education and human. Elsevier: San Diego, 2005

Duas abordagens do conteúdo

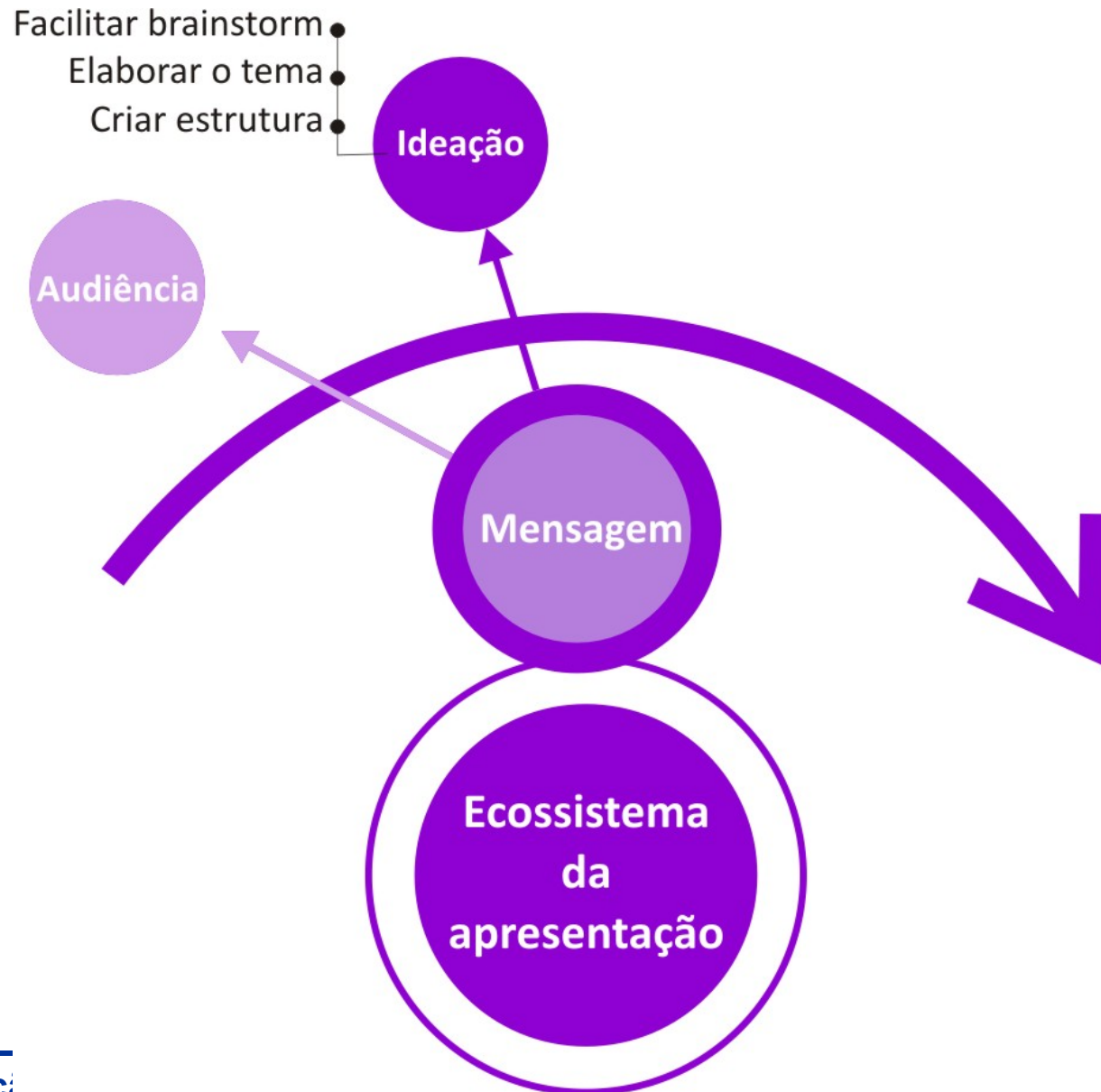
Agrupamento Indutivo (Grupo Lógico)



Agrupamento Dedutivo (Processamento Lógico)



Agenda

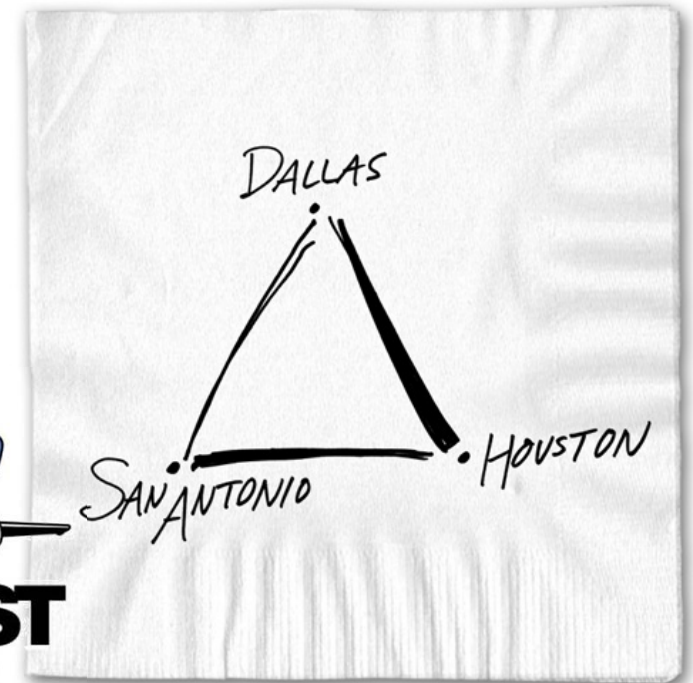
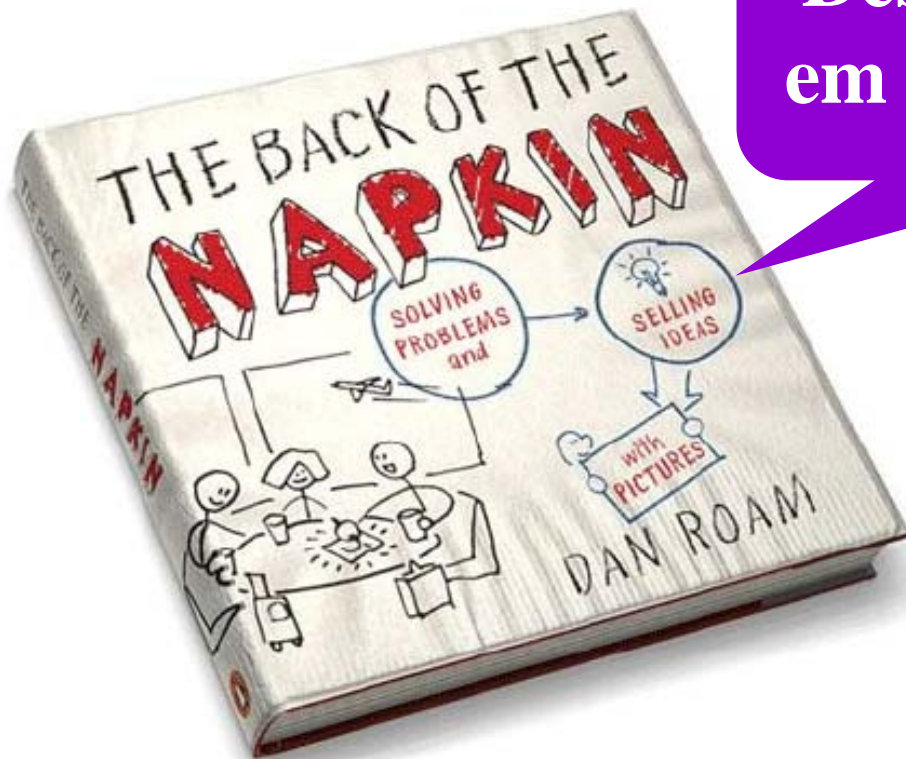


Implementação



Técnicas de brainstorming: The back of the napkin

Desenhe seu negócio em um guardanapo...



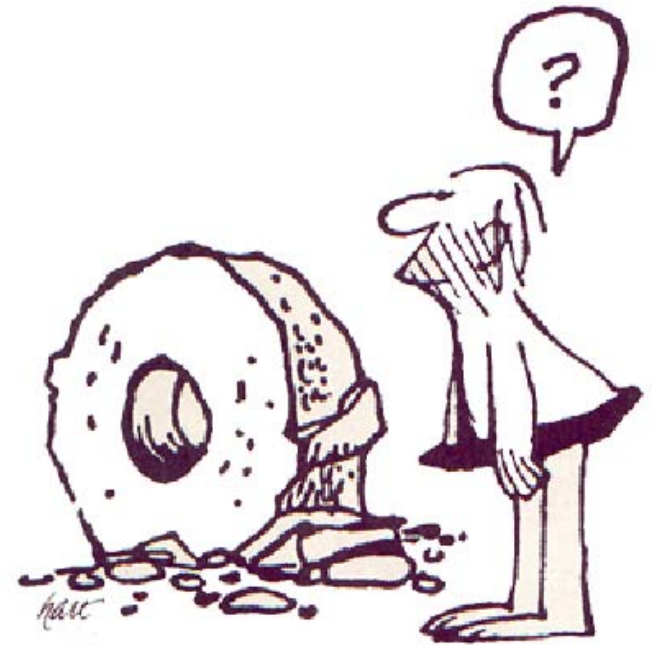
Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Source: ROAM, Dan. *The back of napkin*. New York: Portfolio Hardcover, 2008. p.

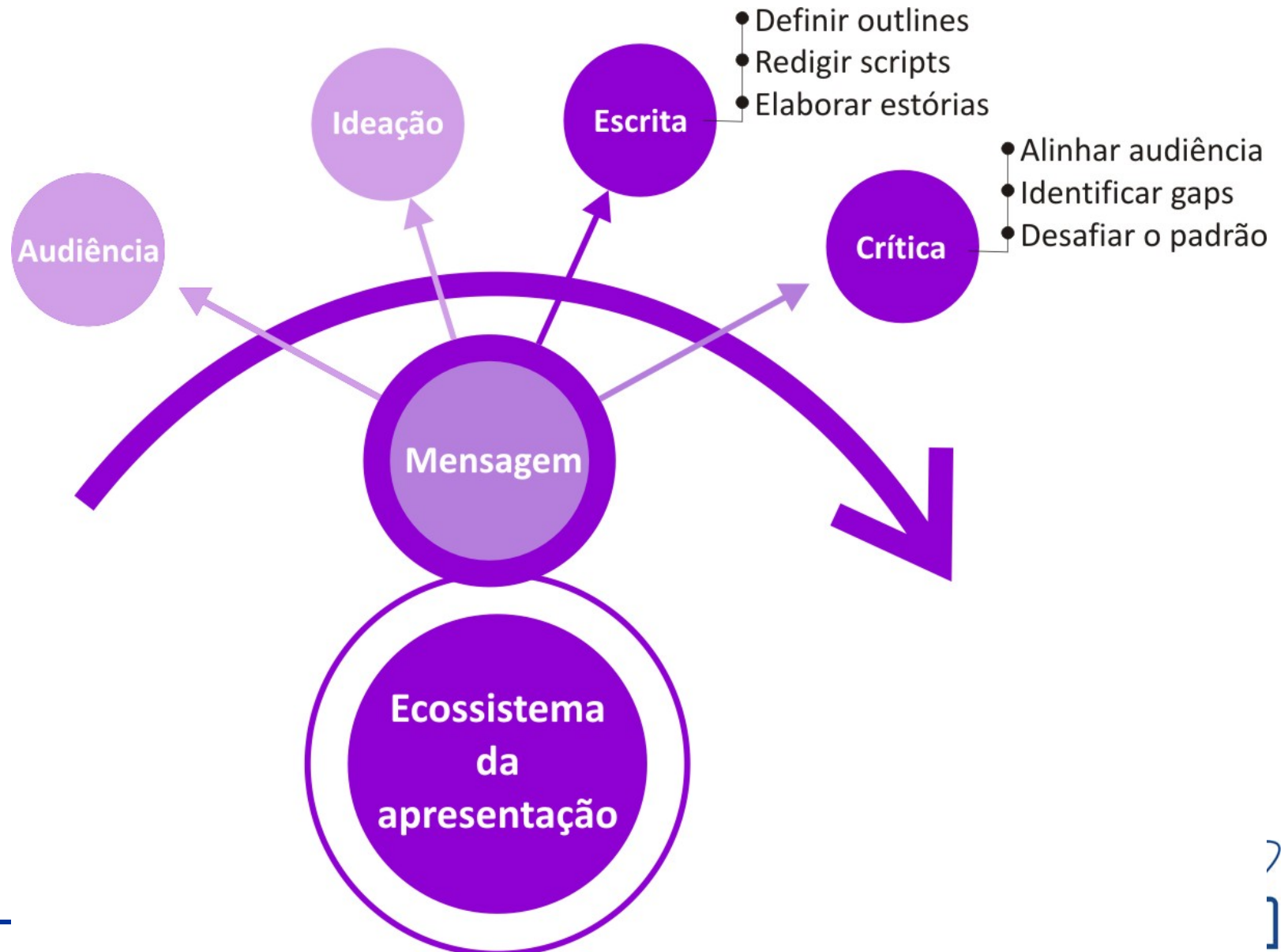
Estrutura da apresentação deve ser persuasiva.

Passos da Venda Persuasiva

- Resumo da Situação
- Expressar a Idéia
- Como Funciona
- Reforçar os Benefícios
- Fechamento



Agenda



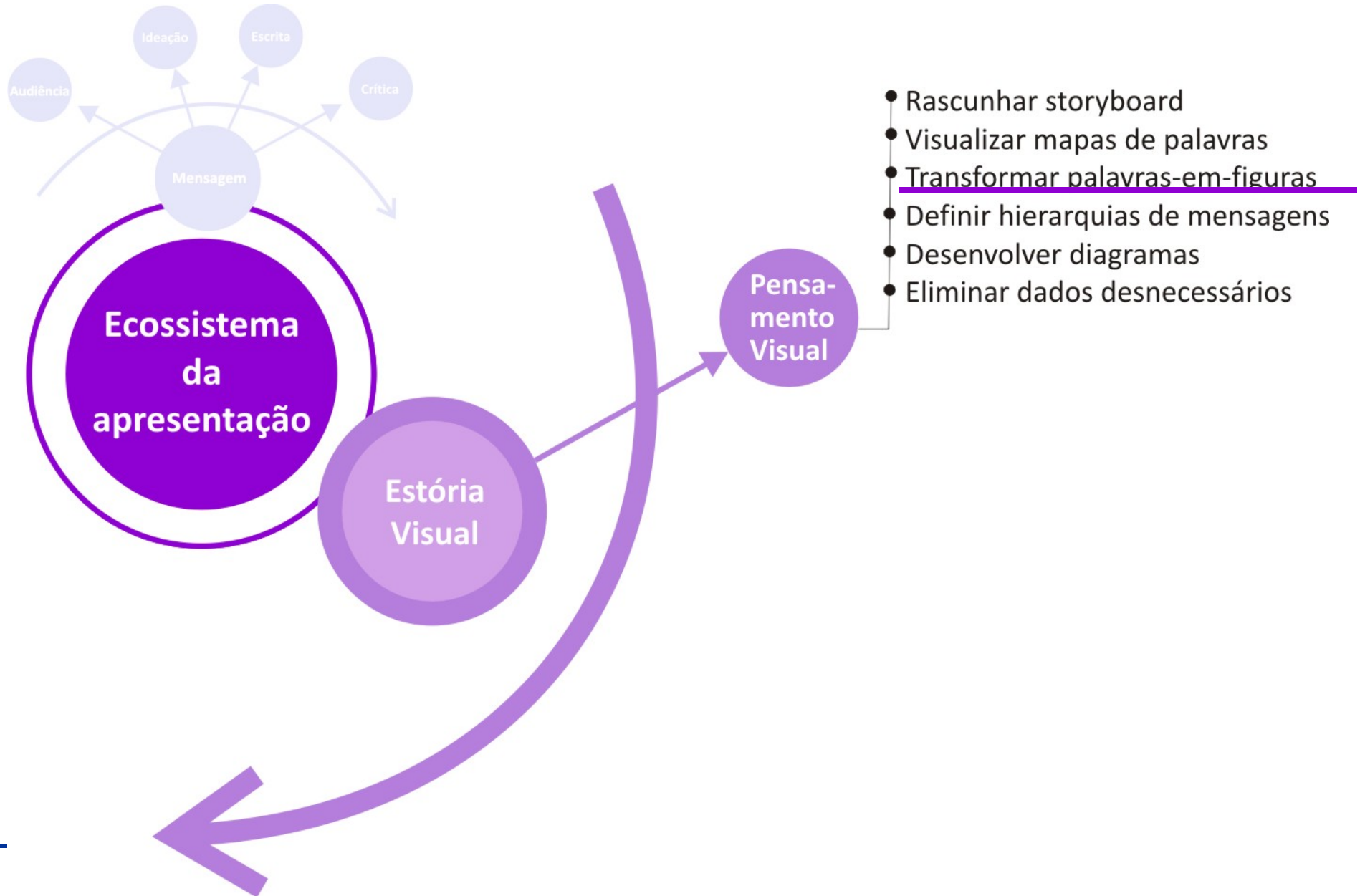
Implementação dos padrões de interação tecnológica

Como desafiar o padrão das apresentações

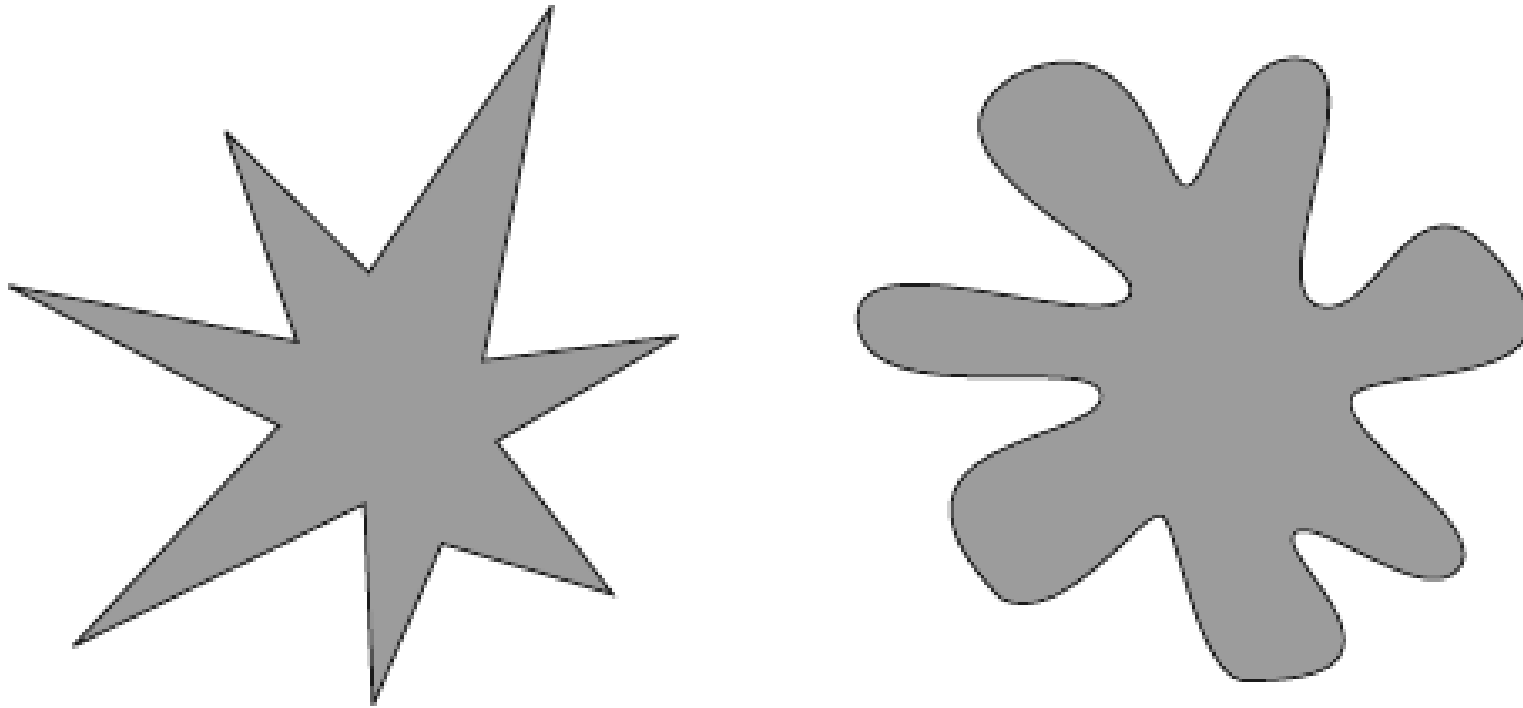
FOLHA DE S.PAULO



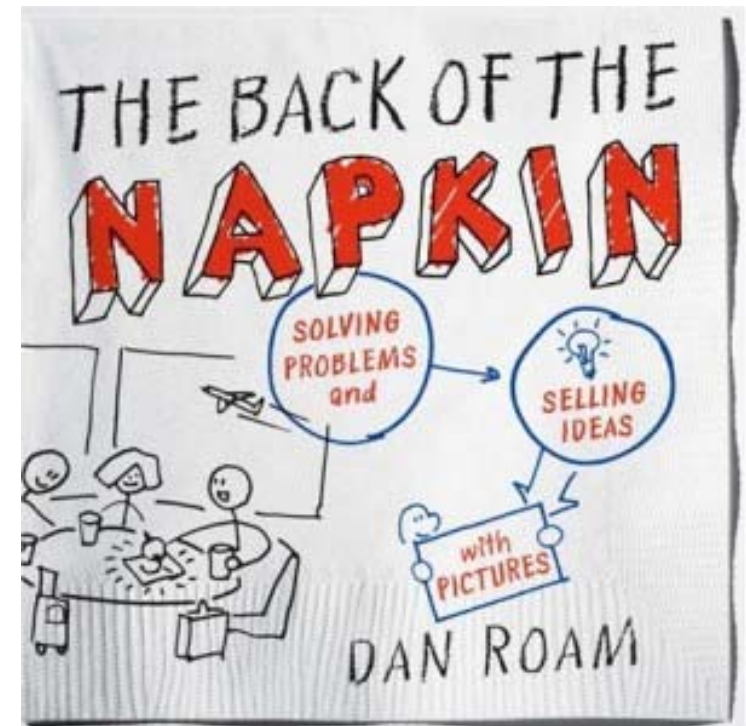
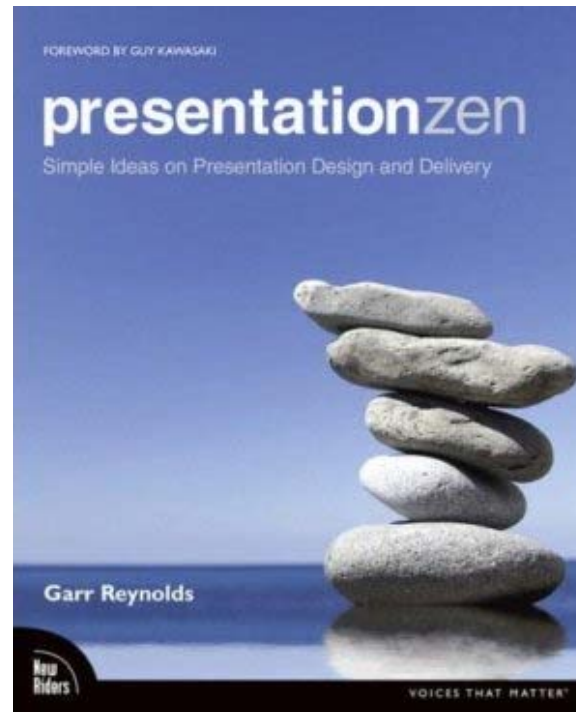
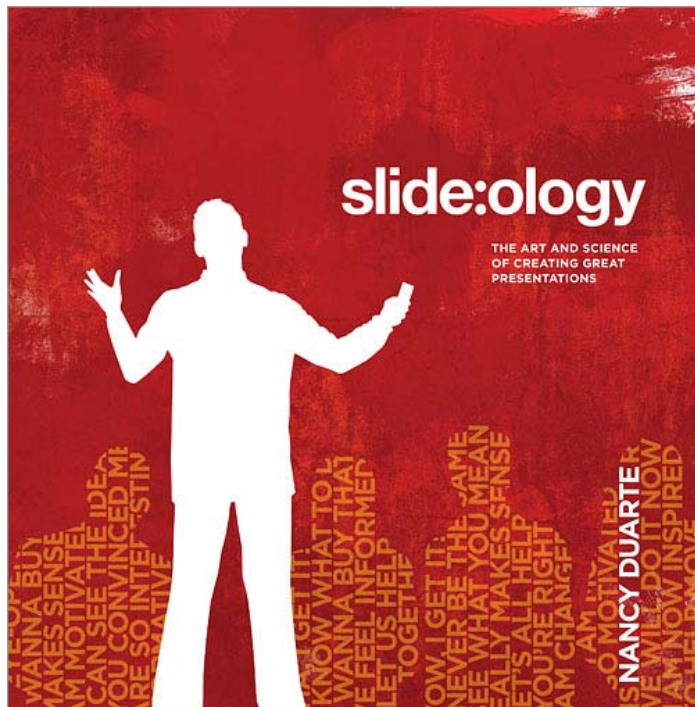
Agenda



Mas qual é a lógica do pensamento visual?



Referências em pensamento visual



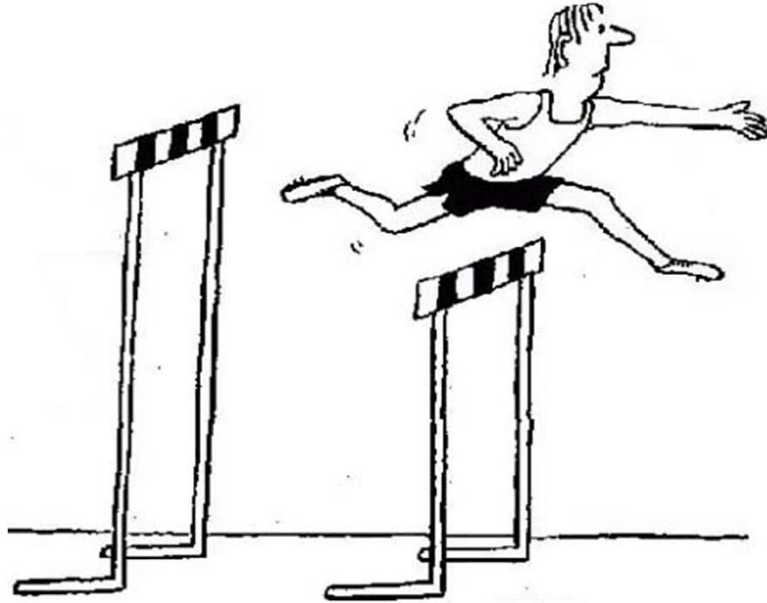
Sua apresentação conta uma estória?



**Ter plano de
negócios aceito**

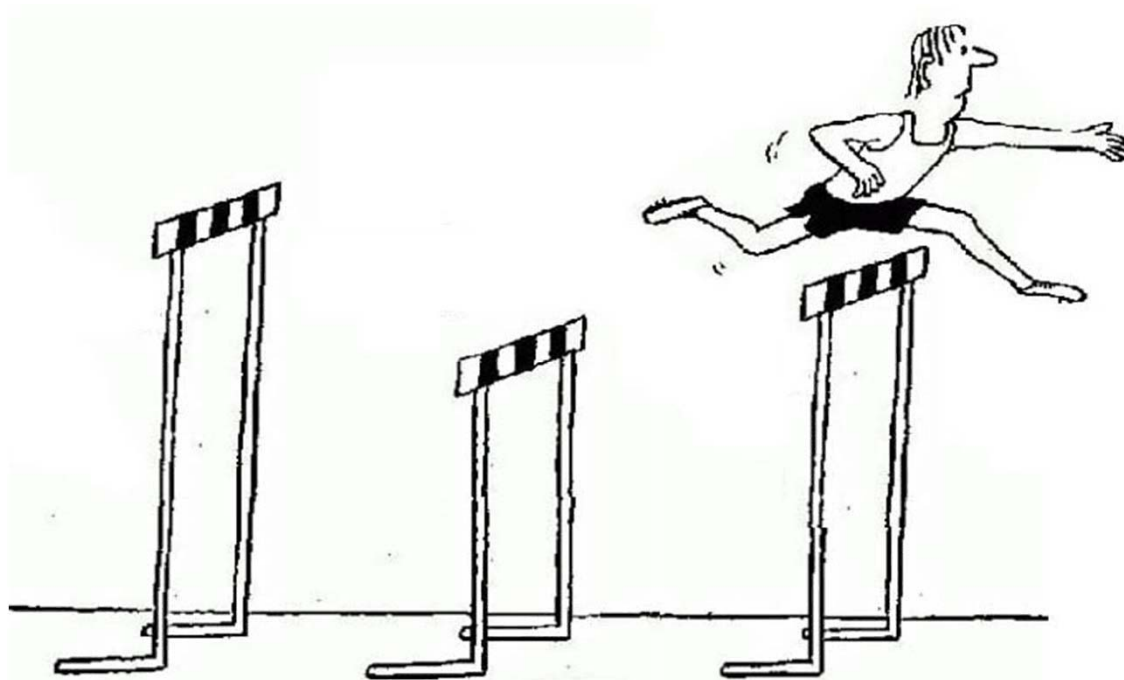
Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Sua apresentação conta uma estória?



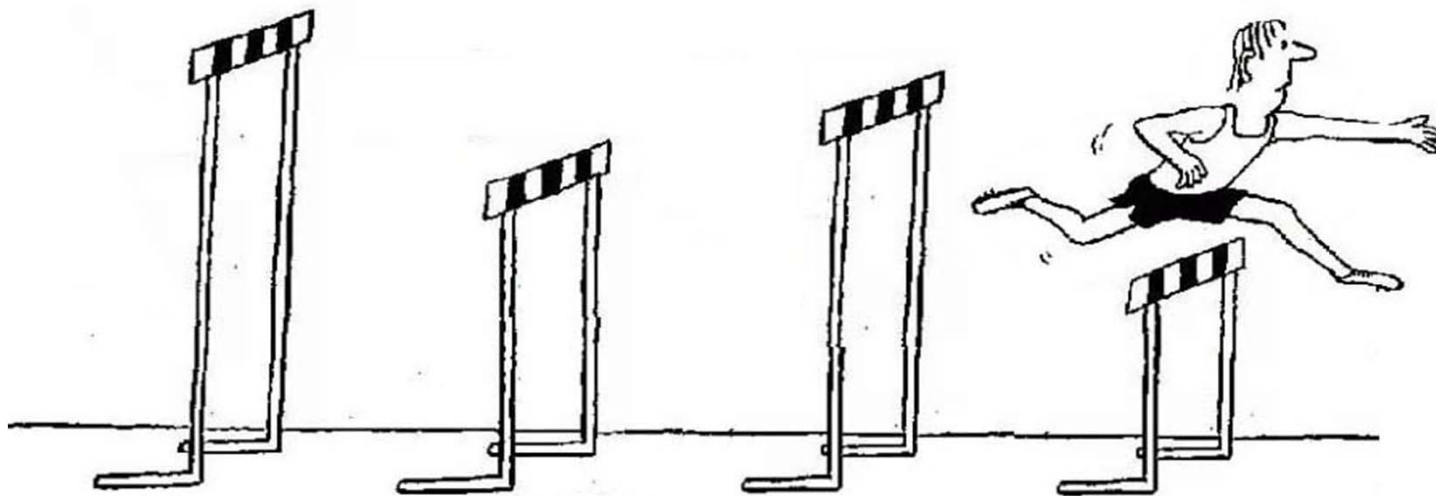
**Passar na
entrevista
pessoal**

Sua apresentação conta uma estória?



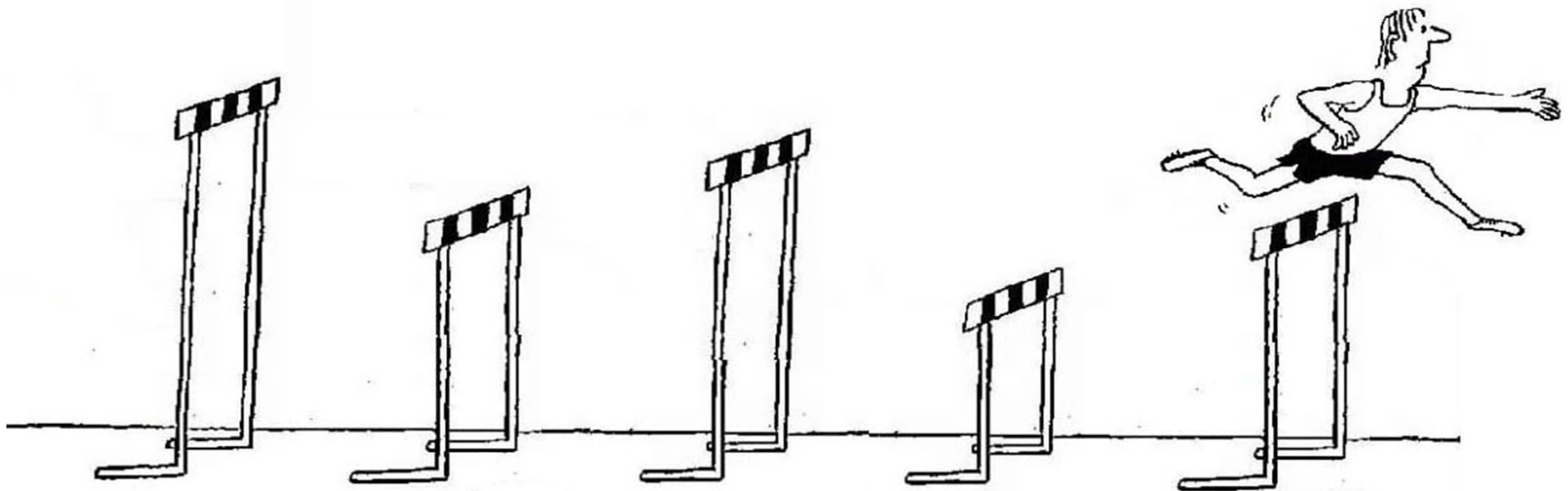
**Chegar a um acordo sobre
termos e condições do
investimento**

Sua apresentação conta uma estória?



**Ser aprovado pelo
Comitê de
Investimentos**

Sua apresentação conta uma estória?



Passar pelo *Due Dilligence*

Um nova tendência para contar estória...



<http://www.youtube.com/watch?v=NugRZGDbPFU>

Você tem uma boa estória para contar?



http://www.ted.com/talks/lang/eng/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html

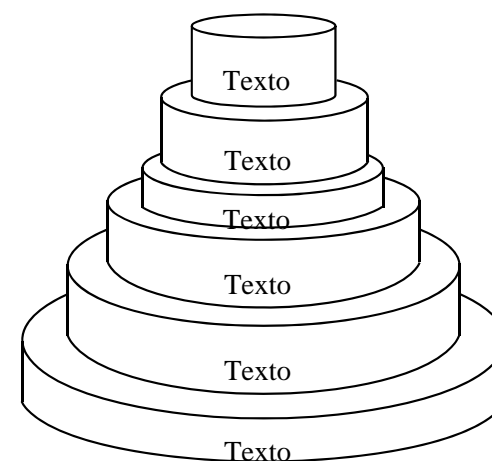
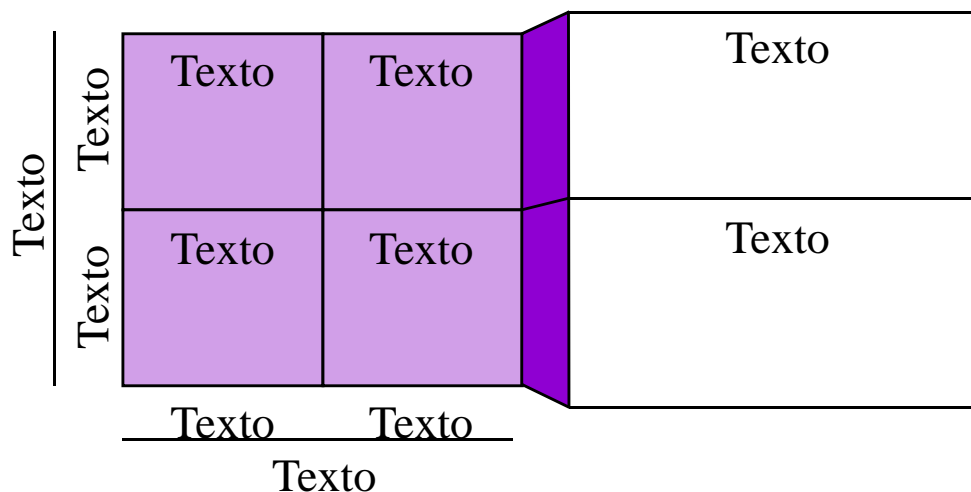
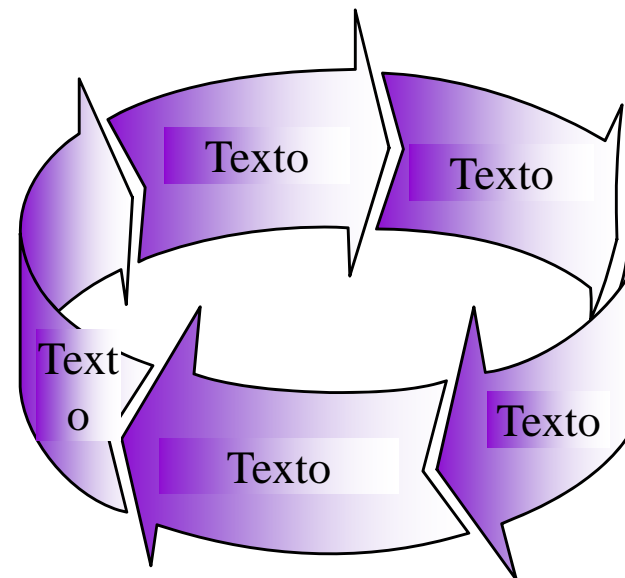
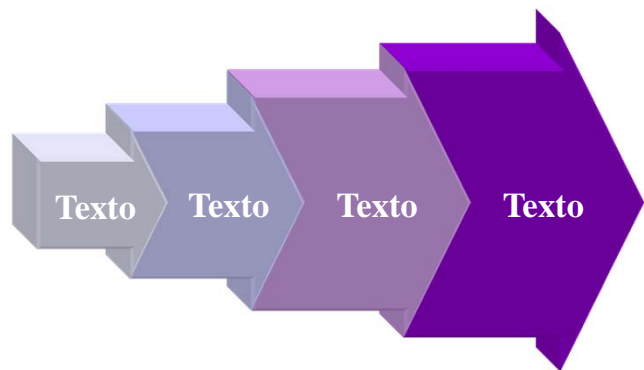
Sua empresa em palavras...

What do these verbs tell you about the character of your company?

Accomplish	Confirm	Enlist	Launch	Present	Serve
Acquire	Connect	Enliven	Lead	Produce	Share
Adopt	Consider	Entertain	Liberate	Progress	Speak
Advance	Contact	Enthuse	Light	Promise	Stand
Affirm	Construct	Excite	Live	Promote	Summon
Alleviate	Continue	Explore	Love	Provide	Support
Amplify	Counsel	Express	Make	Pursue	Surrender
Appreciate	Create	Extend	Manifest	Realize	Sustain
Ascend	Decide	Facilitate	Master	Receive	Take
Associate	Defend	Finance	Mature	Reclaim	Tap
Believe	Delight	Forgive	Measure	Reduce	Teach
Bestow	Deliver	Foster	Mediate	Refine	Team
Brighten	Devise	Franchise	Mentor	Reform	Touch
Build	Direct	Further	Model	Regard	Trade
Call	Discover	Gather	Mold	Relax	Translate
Cause	Discuss	Generate	Motivate	Relate	Travel
Claim	Distill	Give	Move	Release	Understand
Choose	Distribute	Grant	Negotiate	Rely	Use
Coach	Draft	Heal	Nurture	Remember	Utilize
Collect	Dream	Hold	Open	Renew	Value
Combine	Drive	Identify	Participate	Resonate	Venture
Command	Educate	Illuminate	Pass	Respect	Verbalize
Communicate	Elect	Implement	Perform	Restore	Work
Compel	Embrace	Improvise	Persuade	Revise	Worship
Compete	Enjoy	Integrate	Play	Sacrifice	Write
Compliment	Encourage	Involve	Possess	Safeguard	Yield
Compose	Endow	Keep	Practice	Satisfy	
Conceive	Engage	Know	Praise	Save	
Conquer	Enhance	Labor	Prepare	Sell	

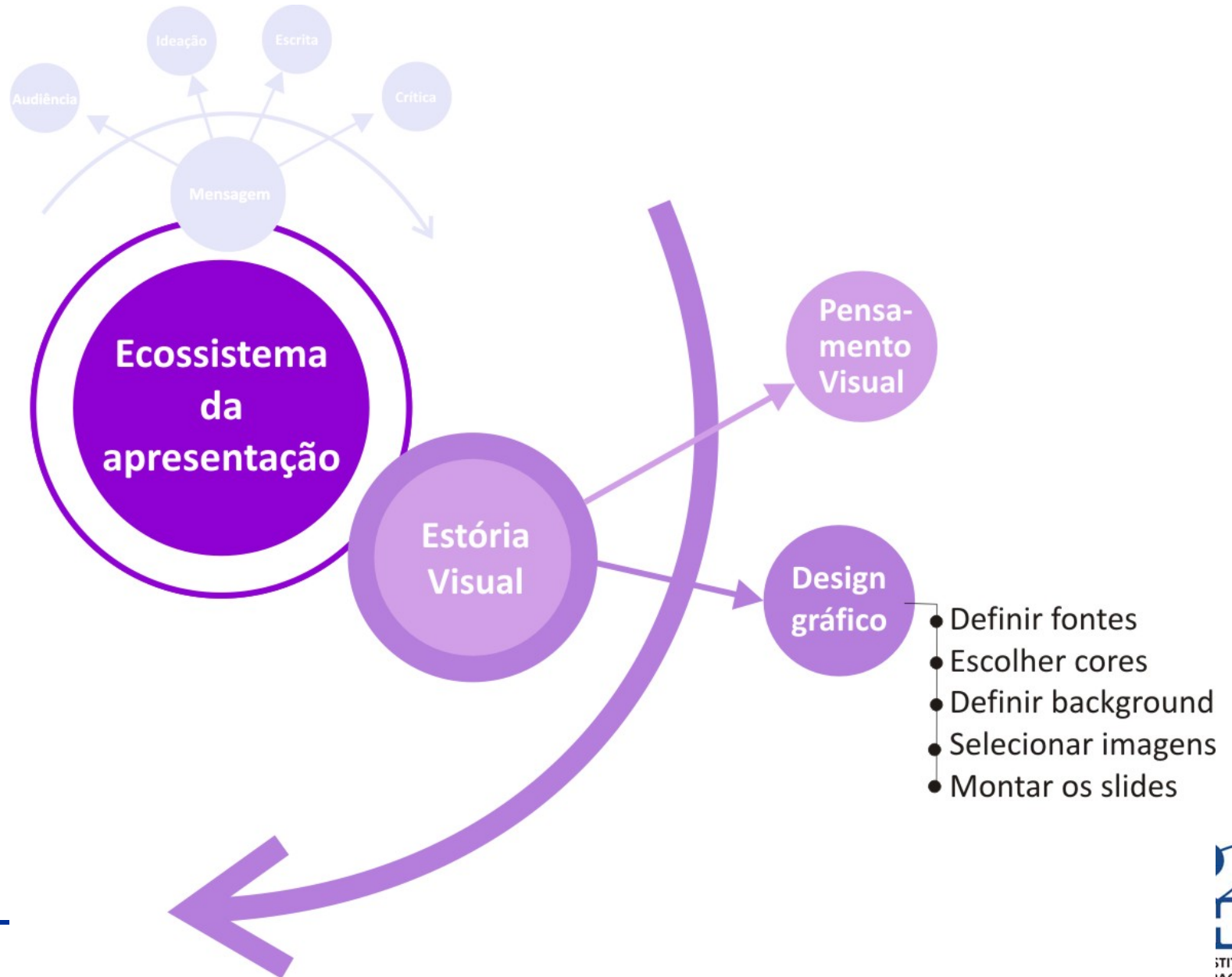
O que era mesmo
brand character?

Suas palavras em figuras...



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Agenda



Com que fonte eu vou?

- Respeite o padrão da sua empresa!
- Fontes tipográficas têm personalidade!
 - Georgia: formal, prático
 - Times New Roman: profissional, tradicional
 - Courier: simples, nerd
 - Arial: estável, conformista
 - Tahoma: jovem, simples
 - Century Gothic: Alegre, elegante
- Alguns sites podem ser úteis
 - www.myfonts.com (pago)
 - www.1001freefonts.com (gratuito)
 - www.dafont.com (gratuito)
 - www.urbanfonts.com (gratuito)



Como harmonizar cores?

- Respeite o padrão da sua empresa!
- Fuja dos padrões do powerpoint.
- Alguns sites podem ser úteis
www.colourlovers.com
www.pantone.com
www.colorstrology.com

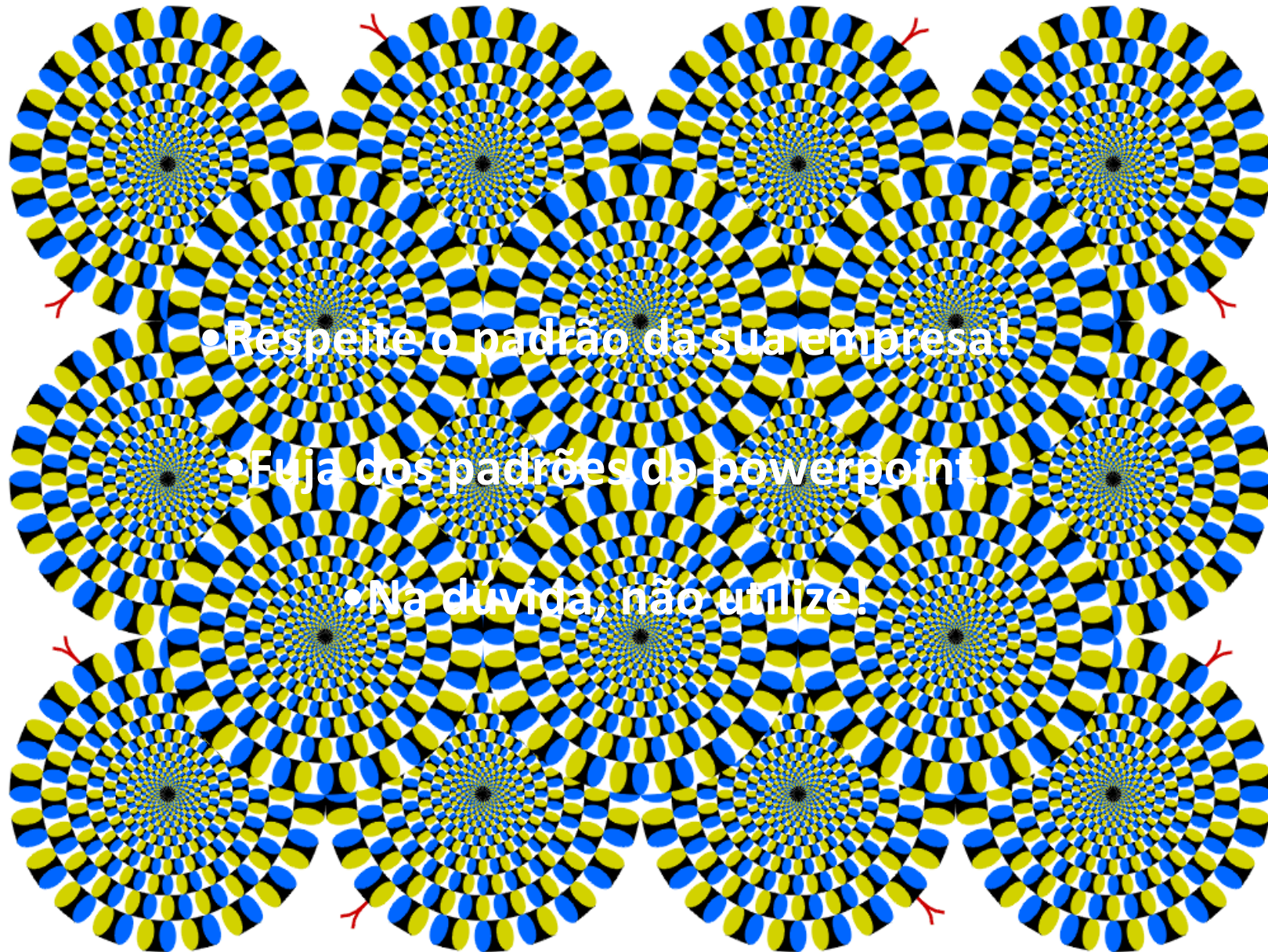


Como harmonizar cores?

- Respeite o padrão da sua empresa!
- Fuja dos padrões do powerpoint.
- Alguns sites podem ser úteis
www.colourlovers.com
www.pantone.com
www.colorstrology.com



O fundo de tela não deve interferir na mensagem...



• Respeite o padrão da sua empresa!

• Fuja dos padrões do powerpoint.

• Na dúvida, não utilize!

Mas o fundo de tela pode ser uma poderosa ferramenta de branding...



Case Study: Hewlett-Packard Branding as a System

One of the few organizations committed to empowering its employees as true ambassadors of the brand, Hewlett-Packard recognized early the prevalence of presentations as a communication medium and worked to ensure that its templates and assets reflected its identity.

HP's success with this initiative stems from the investment the company made in communicating the logic and reasoning behind the system to its employees. In addition to a comprehensive set of slide layouts, an extensive set of guidelines serves as both a training tool and reference for tens of thousands of people. The reasoning is simple: once employees understand the logic behind design decisions, they are more likely to consistently and accurately express the brand.



Title Slide



Quote Slide



Transition Slide

Uma imagem vale mais do que mil palavras?



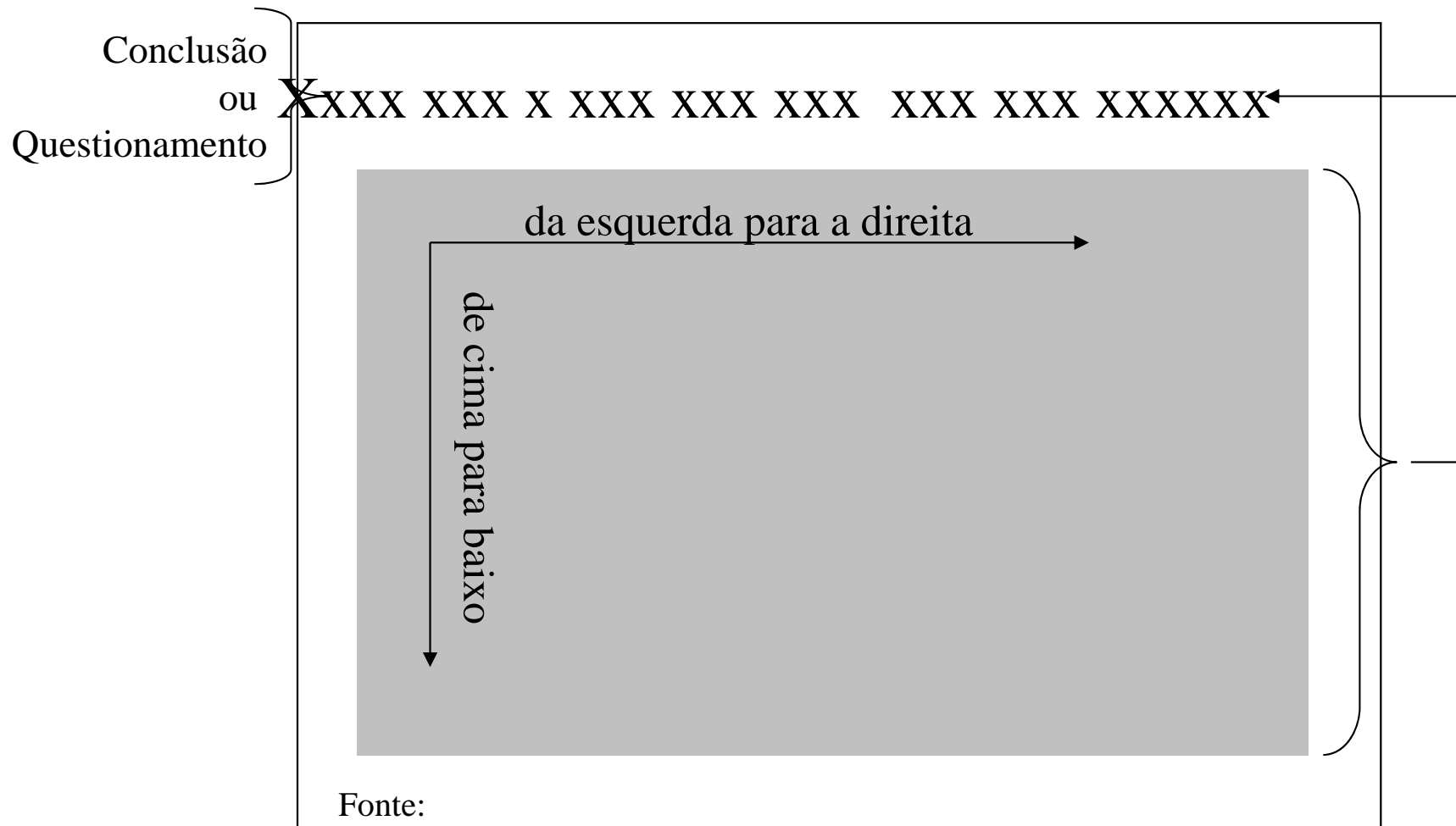
Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

Uma imagem vale mais do que mil palavras?

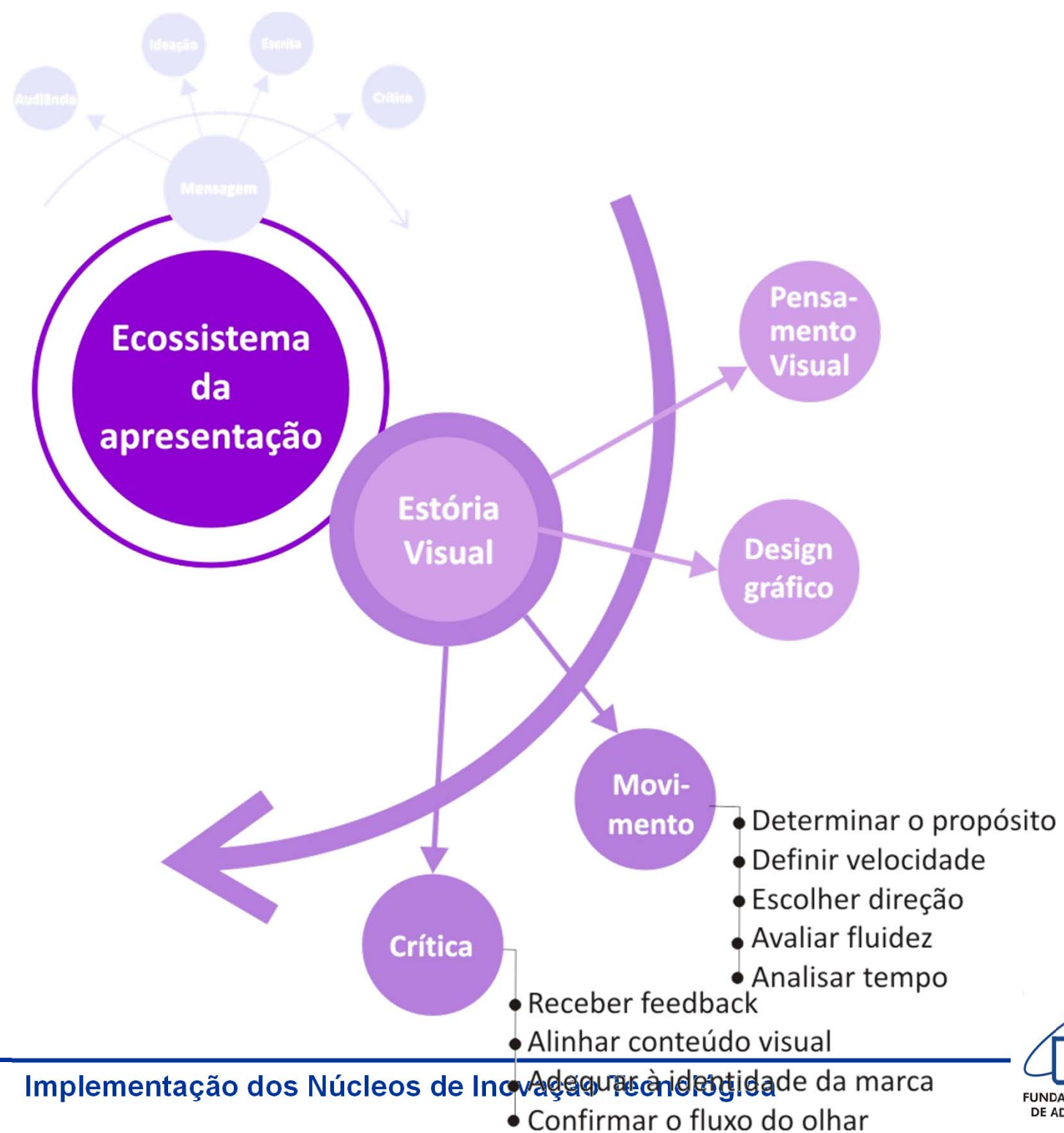


Mas
Não
Abuse!

Partes de um slide...



Agenda



Implementação dos Núcleos de Inovação Tecnológica

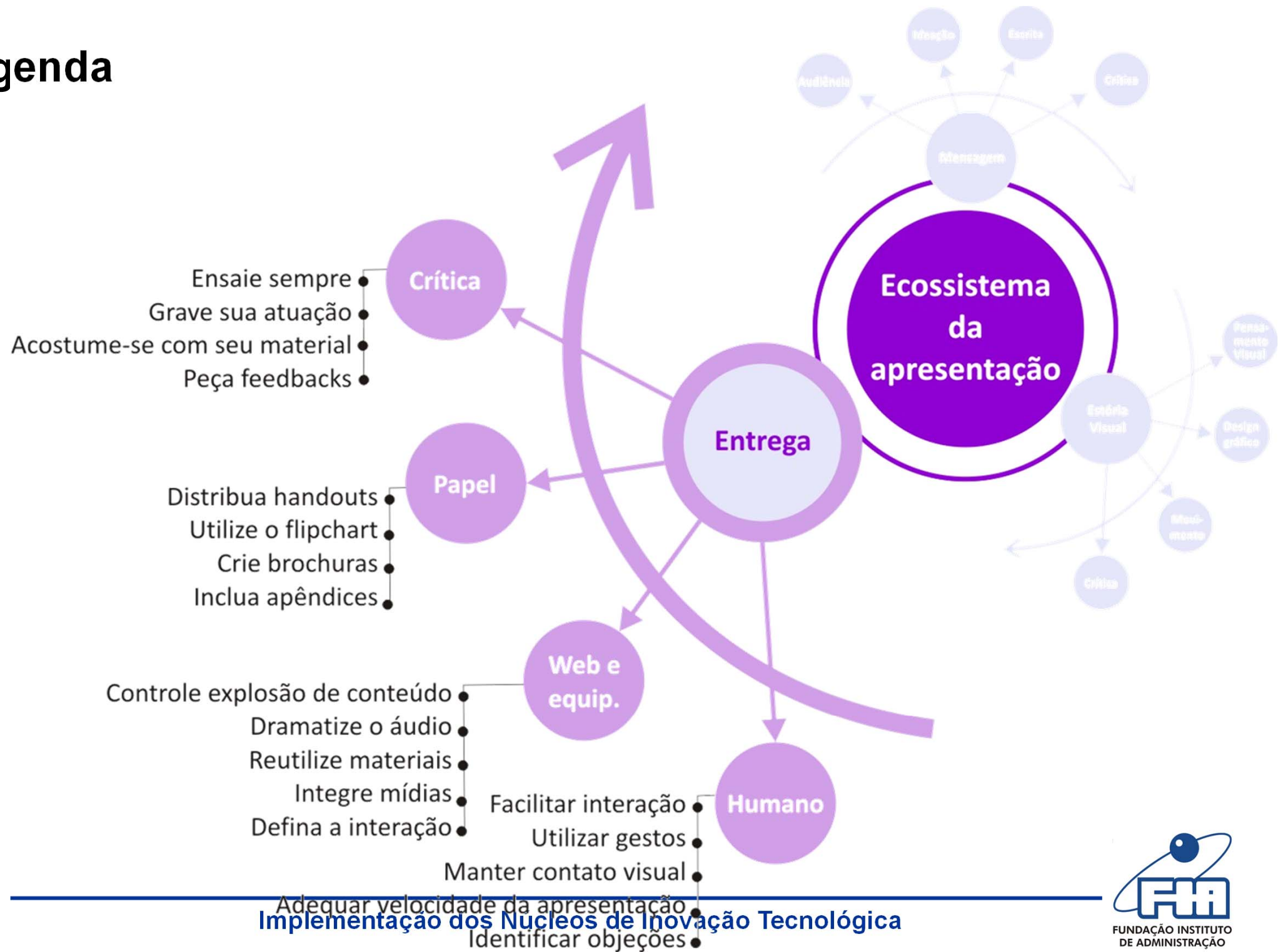
Há movimentos além do powerpoint



Note & Point



Agenda



Como é possível facilitar a interação com a platéia?

- Analise **objetivo da apresentação**, **tempo disponível** e **perfil** da platéia
- Identifique os **20% interessado**, 60% talvez se interessem, 20% não interessados
 - Aproveite o **público das pontas** (especialistas e leigos)
 - Crie o **personagem** “apresentador”
- Sempre utilize **abordagem andragógica** para lidar com a platéia. ➡
 - Escolha entre **dedução** e **indução**
Dedução: Geral para o específico/particular (útil para tomada de decisão)
Indução: Específico para o geral (útil para construção de consenso)
 - Treine para **evitar vícios** de:
Voz: Volume, dicção, entonação e ritmo
Fala: Né?, então, pigarro, gírias, pronúncia
Postura: parado/andando, mão no bolso, porte, olhar
- Tenha **coringas** na manga!

Checklist

- Número excessivo de slides?
Mínimo para transmitir a mensagem
- Mensagem organizada?
Visualmente: frameworks, textos claros, figuras direcionadoras
Lógica: Princípio da pirâmide
- Tempo adicional para interação?
Slide de transição
- Persuasivo?
Técnica de venda persuasiva
- Domínio da oratória?
Treino do personagem “apresentador”
- Preparado para objeções?
Antecipe as possíveis perguntas e prepare as respostas
Procure prever quem fará perguntas, quando e por quê