

O PITCH EMPREENDEDOR INICIA O PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO TECNOLÓGICA.

GISELE REGISTRO

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

FELIPE MENDES BORINI

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

Agradecimento à órgão de fomento:

Trabalho realizado com apoio da CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil

Introdução

No presente artigo, nosso enfoque é a comercialização de soluções tecnológicas inovadoras. A comercialização desse tipo de solução não é algo trivial para os empreendedores e a literatura, embora já tenha se dedicado ao tema, ainda carece de um endereçamento mais operacional. Especificamente, analisamos o pitch do empreendedor como etapa inicial da ação de comercialização e a discutimos pela perspectiva do julgamento empreendedor (Foss & Klein, 2015). O empreendedor realizar o pitch, mas sua ação é deficiente, retardando o início do processo de comercialização da solução tecnológica.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O empreendedor intenciona e decide realizar o pitch, mas sua ação é deficiente. Claramente, existe um problema na ação. Em função disso, a pergunta de pesquisa é: Como o processo de comercialização do empreendedor de solução tecnológica pode ser configurado pela lente do julgamento empreendedor? Neste artigo tentamos responder parte dessa pergunta olhando para o início da comercialização. Especificamente analisamos o evento do pitch. Nosso objetivo é mostrar que a ação do pitch incompleta e não orientada para o processo comercial é a primeira dificuldade do empreendedor na comercialização.

Fundamentação Teórica

O empreendedor, frente as incertezas, usa de seu julgamento para agir e criar valor (Foss & Klein, 2015). Pela lente do julgamento, o empreendedorismo é compreendido como um processo consciente que perpassa pela intenção e ação (Packard & Bylund, 2024). A comercialização da solução tecnológica é uma fase não linear e complexa para startups deep e soft techs (O'Connor & Rice, 2013; Aarikka-Stenroos & Lehtimäki, 2014). O pitch é um evento de comunicação da proposta de valor da solução tecnológica e uma ferramenta de mão dupla para o empreendedor e para o investidor (Kalvapalle et al., 2024).

Metodologia

A pesquisa é qualitativa. A técnica de coleta foi por meio de observação direta não participante. Observamos 5 eventos brasileiros de pitch no período de setembro a dezembro de 2024. A amostra foi composta de 58 pitches de empreendedores de startups deep e soft techs. Os critérios da escolha da amostra foram: eventos com apresentações de startups soft e deep techs; platéia composta por diferentes tipos de público-alvo e que o público-alvo pudesse opinar e interagir com os empreendedores após ouvirem os pitches. A análise dos dados foi feita usando o método Eisenhardt.

Análise dos Resultados

Os achados de nossa pesquisa revelaram pontos de atenção a serem melhorados no pitch de empreendedores deep e soft techs, são eles: explicar claramente o mercado alvo; a proposta de valor; o time de sua startup e o potencial de ganho do negócio. E, é fundamental, pedir o investimento que precisa, monetário ou não. E, por fim, dizer qual será o retorno que o investidor terá pelo recurso que disponibilizou. Essas evidências demonstram que o pitch não é bem executado, principalmente na fase de Solicitação e, por isso não possibilita que a primeira etapa do processo de comercialização se inicie.

Conclusão

Concluimos que o pitch inicia o processo de comercialização do produto científico-tecnológico somente se o empreendedor executar todas as 10 etapas agrupadas nas 3 fases denominadas: Concepção; Pretensão e Solicitação, configurando o julgamento empreendedor. Nos eventos observados, o pitch do empreendedor de startup ficou na intenção proximal de comercializar e não iniciou o processo de comercialização porque não realizou a ação completa do pitch em cada uma das etapas que compõem suas 3 fases: Concepção, Pretensão e Solicitação. Portanto, o julgamento empreendedor não se concretizou

Contribuição / Impacto

Do ponto de vista teórico, nossa pesquisa contribui para a literatura ao evidenciar que a ação empreendedora do pitch é a práxis da teoria do julgamento empreendedor. Propomos uma leitura do pitch não apenas como instrumento retórico, mas sim como exercício do julgamento concretizado pela ação empreendedora, executada sob incerteza. Na prática, nossos achados contribuem com o empreendedor de startup deep e soft tech, com as universidades empreendedoras, incubadoras e aceleradoras ao identificar um desafio formativo latente: a necessidade de capacitação na linguagem comercial.

Referências Bibliográficas

- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2015). Introduction to a forum on the judgment-based approach to entrepreneurship: Accomplishments, challenges, new directions. *Journal of Institutional Economics*, 11(3), 585-599.
- Packard, M. D., & Bylund, P. L. (2024). Towards an entrepreneurial judgement theory: Building the cognitive microfoundations of entrepreneurial judgement. *International Small Business Journal*, 43(1), 53-75.
- Kalvapalle, S. G., Phillips, N., & Cornelissen, J. (2024). Entrepreneurial pitching: A critical review and integrative framework. *Academy of Management Annals*, 18, 550-599.