

A execução comercial do pitch do empreendedor de startup científico tecnológica.

Autoria

Gisele Registro - giseleregistro71@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA / USP - Universidade de São Paulo

Prog de Mestr Prof em Gestão de Negócios - MPGN / FFA - Faculdade FIA de Administração e Negócios

Felipe Mendes Borini - fborini@usp.br

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA / USP - Universidade de São Paulo

Resumo

O objetivo deste artigo é compreender se o pitch empreendedor pode iniciar o processo de comercialização de produtos científico-tecnológicos em contextos de alta incerteza. Para isso, realizamos observação direta não participante de 58 pitches apresentados em cinco eventos brasileiros, no segundo semestre de 2024. Os resultados indicam que os empreendedores de startup não comunicam com clareza sua proposta de valor, o mercado-alvo, os investimentos necessários e os retornos esperados. Essa fragilidade compromete a eficácia do pitch como ação empreendedora, retardando o início da comercialização. Para a teoria, o artigo contribui ao testar e articular a teoria do julgamento empreendedor com a prática do pitch. Compreendendo-o como uma ação concreta, sob incerteza, e não apenas como ferramenta retórica. Na prática o estudo evidencia a necessidade de capacitar empreendedores de startup em linguagem comercial. A originalidade de nossos achados reside em tratar o pitch como exercício do julgamento empreendedor. Transforma a intenção em ação, iniciando o processo de comercialização de sua solução inovadora, sob incerteza.