

**MERCARDO***startups, investimento*

# Os segredos para um pitch bem-sucedido

**ISADORA JACOBYE**  
**JÚLIA FERNANDES**

@isajacoby, @eujuliafernandes

Uma conversa de elevador. Assim pode ser definido o que é um pitch. Esse conceito é amplamente conhecido no mundo do empreendedorismo e serve como um importante aliado para empreendedores que estão em busca de investidores potenciais. Daniela Callegaro, vice-coordenadora do programa de pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs) e coordenadora da PS Consultoria, projeto de extensão da Ufrgs, entende o pitch como “uma estrutura de apresentação do projeto ou da empresa” e destaca sua importância.

“O pitch é pensado para diferentes situações e momentos, com o objetivo de atrair a atenção do investidor e despertar interesse em relação ao negócio”, explica Daniela. A apresentação rápida pode variar de 30 segundos a 30 minutos, dependendo das premissas do evento ou competição, e deve abordar os principais elementos da ideia ou produto apresentado. O objetivo do pitch não é apresentar a startup por completo, mas despertar o interesse do investidor para que ele deseje continuar discutindo sobre o projeto após o tempo se esgotar.

“Esses minutos de fala devem mostrar que há valor naquilo que está sendo apresentado. Imagine encontrar um

**A apresentação rápida pode variar de 30 segundos a 30 minutos e deve abordar os principais elementos da ideia ou produto apresentado.**



**Daniela Callegaro, professora da Ufrgs, destaca que o bom pitch deve demonstrar conhecimento sobre o público-alvo, apresentando uma solução**

potencial investidor no térreo de um elevador. Você tem o tempo da subida para convencê-lo a te convidar a falar mais sobre o assunto”, exemplifica Daniela. “**É necessário ser objetivo, eficiente, direto e pontual devido ao tempo limitado**”, completa.

Segundo a professora, existem diferentes modelos de pitch, mas os mais comuns são os de cinco a 10 minutos. Normalmente, esse é o tempo concedido em eventos de hackathon, onde empreendedores são desafiados a desenvolver soluções para marcas em um período determinado e, ao final, apresentar suas ideias.

Daniela explica que o ponto de partida para elaborar um pitch é definir o problema a ser resolvido. “As três perguntas principais que o empreendedor deve responder são: qual é o problema a ser resolvido? Preferencialmente, um problema relevante e sensível para quem está ouvindo; qual é o público-alvo? e, por fim, qual é a solução?”

Ao elaborar um pitch, co-

mece apresentando o problema que você está buscando resolver para atrair a atenção da pessoa. Em seguida, deixe claro quem é o seu público-alvo, demonstrando conhecimento sobre esse grupo, e apresente a solução específica para o problema.

Segundo a professora, um

dos principais erros cometidos durante o processo é a falta de conhecimento no público que vai ser beneficiado pelas soluções. De acordo com Daniela, geralmente, os empreendedores tendem a focar na questão técnica da ideia, mas não conseguem mostrar que a solu-

ção trazida por ele vai resolver o problema de um grupo em específico.

“Detalhar tecnicamente muitas vezes não faz sentido para o investidor que está escutando. Então, com certeza, o principal equívoco é essa falta de domínio do mercado”, declara.

## Cinco dicas de Daniela Callegaro para não errar no pitch

- ▶ **1-** Conhecer bem o público-alvo antes de elaborar a apresentação. Na verdade, antes mesmo de desenvolver a solução. Destaque pontos essenciais na descrição desse público para que os investidores percebam que você domina esse mercado.
- ▶ **2-** Conhecer bem o problema que você está buscando resolver. Descreva-o de forma clara para que os outros também entendam sua relevância.
- ▶ **3 -** Evite o uso de termos técnicos muito específicos da sua área de atuação. Procure utilizar uma linguagem mais acessível para que qualquer pessoa possa compreender o que está sendo apresentado.
- ▶ **4-** Utilize diferentes recursos na apresentação, como imagens, uma estrutura bem definida e algum material escrito que possa acompanhar o pitch. Essa variedade de recursos reforça a mesma mensagem de formas distintas.
- ▶ **5 -** Conheça o público que está ouvindo. Quem são os ouvintes? São investidores? Se sim, você precisará abordar mais sobre o investimento necessário e demonstrar como é possível obter retorno sobre ele. Se é uma empresa que enfrenta um desafio específico, é necessário apresentar uma solução para esse desafio e mostrar como ela irá resolver o problema identificado. É essencial adaptar a mensagem para o público-alvo, pois são eles que tomarão a decisão de apoiar ou não o projeto.