

**CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA  
FONSECA  
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS DO ENSINO  
SUPERIOR  
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS**

**Júlia de Souza Lima**

**PITCH PARA ATRAÇÃO DE EMPRESAS ESTRANGEIRAS: UMA ANÁLISE A  
PARTIR DO PROGRAMA SCALEUP INBRAZIL**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**RIO DE JANEIRO  
2020**

**Júlia de Souza Lima**

**PITCH PARA ATRAÇÃO DE EMPRESAS ESTRANGEIRAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DO PROGRAMA SCALEUP INBRAZIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, do Departamento de Línguas Estrangeiras Aplicadas do Ensino Superior, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca.

Orientador: Prof. Alexandre Ali Guimarães

**RIO DE JANEIRO  
2020**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

L732 Lima, Júlia de Souza  
Pitch para atração de empresas estrangeiras: uma análise  
a partir do programa Scaleup Inbrazil / Júlia de Souza Lima —  
2020.  
38f. il.(algumas color). ; enc.

Projeto Final (Graduação) Centro Federal de Educação  
Tecnológica Celso Suckow da Fonseca , 2020.  
Bibliografia : f. 36-38  
Orientador: Alexandre Ali Guimarães

1. Empresa - Crescimento. 2. Rede de negócios. 3.  
Globalização. 4. Marketing. I. Guimarães, Alexandre Ali (Orient.).  
II. Título.

CDD 658.3

Pela parceria, incentivo, encorajamento,  
bons conselhos e liberdade que meus  
pais me proporcionaram, dedico este  
trabalho a vocês. Muito obrigada.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao CEFET/RJ por promover um curso tão inovador como o LEANI, e pelas oportunidades que me foram oferecidas de pesquisa de iniciação científica e de projetos de extensão ao longo do curso.

Ao professor Alexandre Ali, que, além de ter ministrado as aulas de marketing e ter dado mentoria na ENACTUS CEFET/RJ, o que muito contribuiu para o conteúdo deste trabalho, agradeço de forma particular pela orientação, eficiência de método, e apoio na elaboração deste artigo.

Agradeço de modo especial a Jorcianne Ferreira, que é a pioneira do ScaleUp inBrazil. Muito obrigada pela oportunidade, encorajamento e prontidão desde a primeira hora para apoiar este trabalho. O zelo que você teve com este programa de aceleração na sua primeira edição reflete a qualidade que o programa atingiu, e graças a sua dedicação e disponibilidade em sempre ajudar é que podemos construir uma proposta de melhoria ao programa que você iniciou.

À toda equipe do ScaleUp inBrazil que desde o começo apoiou e se mostrou disponível e solícita às inúmeras dúvidas que surgiram ao longo da construção desse trabalho, meu mais sincero obrigada!

Agradeço a todos os professores e mestres por me ensinarem a ser uma eterna aprendiz. Muito mais que contribuir na minha formação acadêmica, vocês me ensinaram a amadurecer. Por isso, muito obrigada.

Agradeço, por fim, a todos que incentivaram a realização deste trabalho.

No meio da dificuldade encontra-se a  
oportunidade.  
(EINSTEIN, Albert, 1979)

## RESUMO

LIMA, Júlia de Souza. **Pitch para atração de empresas estrangeiras**: uma análise a partir do programa ScaleUp inBrazil. 2020. 38f. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2020.

O presente trabalho é um estudo de caso sobre o programa brasileiro de atração de empresas internacionais, o ScaleUp inBrazil, e tem por objetivo apresentar uma proposta de pitch eficaz na atração das empresas estrangeiras. Em primeiro lugar, é feita uma apresentação dos conceitos de startup, empresas de alto crescimento, scaleups e unicórnios. Em segundo lugar, há a contextualização do programa ScaleUp inBrazil. Em terceiro lugar, há o processo de construção de pitch, que considera as técnicas de storytelling e os fatores culturais do público-alvo, que na atual edição do programa são as empresas israelenses. Por fim, entende-se que o processo de atração de empresas estrangeiras para o país necessita de uma pesquisa cultural para entender que aspectos realçar segundo o tipo cultural de cada país.

**Palavras-chave:** Scaleup. Internacionalização. Pitch.

## **ABSTRACT**

LIMA, Júlia de Souza. **Pitch for attracting foreign companies:** an analysis from the ScaleUp inBrazil program. 2020. 38. Trabalho de Conclusão de Curso - Federal Center of Technological Education – Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2020.

This research paper is a case study of the Brazilian program to attract international companies, the ScaleUp inBrazil, and it aims to present an effective pitch proposal to attract the foreign companies. First, the concepts of startup, high growth companies, scaleups and unicorns are presented. Secondly, there is the contextualization of the ScaleUp inBrazil program. In the third place, there is the pitch construction process, which considers the storytelling techniques and the cultural factors of the target audience, that in the current edition of the program are Israeli companies. Finally, it is considered that the process of attracting foreign companies to Brazil needs a cultural research to understand which aspects to highlight according to the cultural type of each country.

**Keywords:** Scaleup. Internationalization. Pitch.

## LISTA DE ACRÔNIMOS

ABVCAP	Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital
Anprotec	Associação Nacional de Incubadoras, Parques Tecnológicos Aceleradoras e Coworking
Apex-Brasil	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento
IA	International Accelerator
LAVCA	Associação para Investimento de Capital Privado da América Latina
MRE	Ministério das Relações Exteriores
EAC	Empresa de alto crescimento
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PE	Private Equity
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
VC	Venture Capital

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2 EMPRESAS TIPO SCALEUP, STARTUP E UNICÓRNIO</b>	<b>12</b>
<b>3 A INTERNACIONALIZAÇÃO E O PROGRAMA INBRAZIL</b>	<b>16</b>
<b>4 PITCH ENTRE DIFERENTES CULTURAS</b>	<b>20</b>
<b>5 PROPOSTA DE PITCH</b>	<b>27</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>36</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata-se de um estudo de caso focado em um programa de aceleração para empresas estrangeiras que almejam expandir seus negócios para o Brasil, tal programa chama-se ScaleUp inBrazil, fruto da parceria entre a ABVCAP<sup>1</sup>, Apex-Brasil<sup>2</sup> e Israel Trade & Investment<sup>3</sup>. Esse estudo se justifica na medida em que busca trazer contribuições teóricas e práticas para um programa internacional recente, iniciado em 2019; além de ser um programa novo no ecossistema empreendedor brasileiro, é válido ressaltar que, de acordo com um levantamento bibliográfico realizado de forma online, há até o momento apenas dois trabalhos acadêmicos que citam o programa<sup>4</sup>. Sendo assim, uma vez que é, possivelmente, o primeiro estudo de caso do programa, este trabalho futuramente pode ser aproveitado como fonte de pesquisa para outros trabalhos que necessitem entender o funcionamento do programa e suas etapas.

Pela novidade que é o programa ScaleUp inBrazil, nota-se a necessidade de estruturação e adaptação de uma comunicação segundo os fatores culturais das empresas estrangeiras que planejam a vinda para o mercado brasileiro. Se o programa for capaz de construir uma comunicação adaptada à cultura dos empreendedores estrangeiros, então se firmará o primeiro pilar para um crescimento estruturado a partir de cada edição do ScaleUp inBrazil. Afinal, o sucesso de uma comunicação entre atores de diferentes nacionalidades depende de estar consciente dos sinais-chaves de negociação e de ambos os atores realizarem ajustes na sua própria percepção (MEYER, 2015). Considerando os fatores de novidade do programa e a necessidade de uma comunicação estruturada que considere questões culturais, o objetivo deste trabalho consiste em construir uma comunicação

---

<sup>1</sup> A ABVCAP (Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital) é uma entidade sem fins lucrativos que visa o investimento das atividades de investimento de longo prazo no país (cf. [abvcap.com.br](http://abvcap.com.br)).

<sup>2</sup> A Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) promove produtos e serviços brasileiros no exterior a fim de atrair investimentos estrangeiros para o país (cf. [portal.apexbrasil.com.br](http://portal.apexbrasil.com.br)).

<sup>3</sup> O Israel Trade & Investment é uma rede de escritórios comerciais do Departamento de Comércio Exterior do Ministério de Economia de Israel (cf. [israeltrade.org.br](http://israeltrade.org.br)).

<sup>4</sup> Os dois trabalhos acadêmicos que citam o programa são o trabalho de conclusão de curso “Relação Brasil-israel: Oportunidades e Desafios para a Cooperação” (2019), desenvolvido por Jorcianne Ferreira, e o artigo científico “Made in Surveillance: A regulação da importação e do uso de tecnologias de vigilância estrangeiras e a relativização dos direitos fundamentais e da soberania estatal” (2019), de Mariana Canto.

eficaz que possa ser utilizada para aumentar a procura de empresas estrangeiras pelo programa.

Com isso, ao término deste trabalho gera-se um produto que pode ser apresentado em benefício do próprio programa. O produto gerado neste trabalho é um pitch, ou seja, uma apresentação concisa e de alto impacto que provoque o interesse em participar do programa ScaleUp inBrazil. Trata-se de um desafio, visto que o gênero pitch é pouco estudado na literatura de pesquisas acadêmicas (CLARK, 2008). Apesar desse desafio, a escolha do pitch deve-se pelo fato de ser um discurso construído que é contado em cada interação entre os desenvolvedores do programa e seus stakeholders. Além disso, para a construção do pitch foram levados em consideração os fatores culturais de um público delimitado pelas diretrizes do programa, a saber: as empresas tecnológicas israelenses<sup>5</sup>.

Para construção desta proposta de pitch, na segunda seção deste trabalho há uma exposição do aporte teórico de conceitos como os tipos de empresas scaleup, startup e unicórnio, que são as empresas alvo do programa. Esses conceitos são frutos de uma pesquisa bibliográfica que reúne autores e entidades diversas, o que poderá ajudar futuros trabalhos como um compilado teórico sobre tipos de empresas tecnológicas. Em seguida, há uma contextualização do programa e a apresentação do pitch como metodologia empregada, sua estrutura e os fatores culturais de Israel que levamos em consideração para sua construção.

Na quinta seção deste trabalho há a proposta de pitch, a qual é o produto deste trabalho. A proposta está em língua portuguesa e é disponibilizada a versão em língua inglesa, já que o programa tem o inglês como língua oficial de comunicação, possibilitando assim aproveitar para si o conteúdo aqui proposto. Na sexta e última seção encontram-se as considerações finais do trabalho. Espera-se que esse trabalho seja publicado como artigo científico para difusão do conhecimento, visto que abrange temas que carecem de estudos acadêmicos mais aprofundados. Além disso, espera-se que também sirva de base para a continuação da investigação no meio acadêmico, possibilitando maior diálogo entre mercado e academia. Sendo assim, boa leitura!

---

<sup>5</sup> As diretrizes do programa ScaleUp inBrazil orientam que, no ano de 2019, o programa realizou sua fase piloto com as empresas tecnológicas israelenses, e que, no futuro, será aberto a outras empresas. C.f.: <https://www.scaleupinbrazil.com/>. Acesso em 06 de dezembro de 2020.

## 2 EMPRESAS TIPO SCALEUP, STARTUP E UNICÓRNIO<sup>6</sup>

Como o programa que é estudado neste trabalho chama-se ScaleUp inBrazil, este trabalho inicia-se procurando entender os conceitos de scaleup, empresas de alto crescimento e startups, este é o objetivo desta seção. Com essa primeira exposição, na próxima seção segue-se para a compreensão das razões para a internacionalização das empresas, e apresenta-se um panorama do programa inBrazil<sup>7</sup> a fim de localizar o programa ScaleUp inBrazil, que é um braço do inBrazil.

Scaleup pode ser traduzido como o adjetivo “escalável”. O que é uma empresa scaleup? Antes de apresentar a definição de uma empresa scaleup, é necessário entender o conceito de uma empresa de alto crescimento (EAC). Segundo a OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), temos que:

Todas as empresas com um crescimento médio anual superior a 20%, durante um período de três anos, devem ser consideradas como empresas de alto crescimento. O crescimento pode ser medido pelo número de trabalhadores ou pelo volume de negócios. (OECD, 2007, p.61).

Ainda sobre o alto crescimento, a OECD (2010) aponta três características, a saber:

- Alto crescimento é uma fase transitória na vida de uma empresa
- É resultado de um conjunto de fatores diversos
- Pode ser um evento disruptivo para uma pequena empresa

Considerando essas três características, conclui-se que, primeiro, toda empresa pode passar por uma fase de alto crescimento – ou seja, alto crescimento não é exclusivo de empresas novas, orientadas para tecnologia e com atuação internacional. Segundo, há múltiplos indicadores para marcar o crescimento de uma empresa: quer sejam fatores intrínsecos como receita, número de empregados, market share (em português, fatia de mercado, é a porcentagem que designa a participação de uma empresa no mercado) e organização interna; ou extrínsecos e dependentes da condição macroeconômica, como taxa de juros, taxa de câmbio ou mesmo alterações no padrão e estilo de vida. Por último, em situações de crise,

---

<sup>6</sup> O termo unicórnio se refere às startups de capital fechado avaliadas em US\$1 bilhão (um bilhão de dólares) ou mais.

<sup>7</sup> O programa inBrazil é fruto de uma parceria entre a Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) com o objetivo de conectar investidores internacionais com investidores brasileiros.

sobreviver é reinventar-se; tais situações demandam medidas decisivas por parte dos empreendedores, por vezes ocasionando eventos disruptivos, e que podem resultar em alto crescimento para uma empresa.

Toda scaleup é uma EAC, mas nem toda EAC é uma scaleup. Uma scaleup “é uma empresa de alto crescimento (EAC) cujo ciclo acelerado de crescimento e criação de riqueza baseia-se, fundamentalmente, na escalabilidade do seu modelo de negócios.” (Monteiro, 2017, p. 20). Para exemplificar essa diferença, Monteiro toma como exemplo uma distribuidora de bebidas e o Uber. A distribuidora pode ter o crescimento alavancado em razão de fatores externos, como a demanda de um evento global. Já o Uber, ele cresce à medida que mais motoristas e passageiros aderem à plataforma, ou seja, ele possui um modelo de negócios escalável.

Além das scaleups, também as startups possuem modelos de negócios escaláveis. Qual é a diferença entre elas?

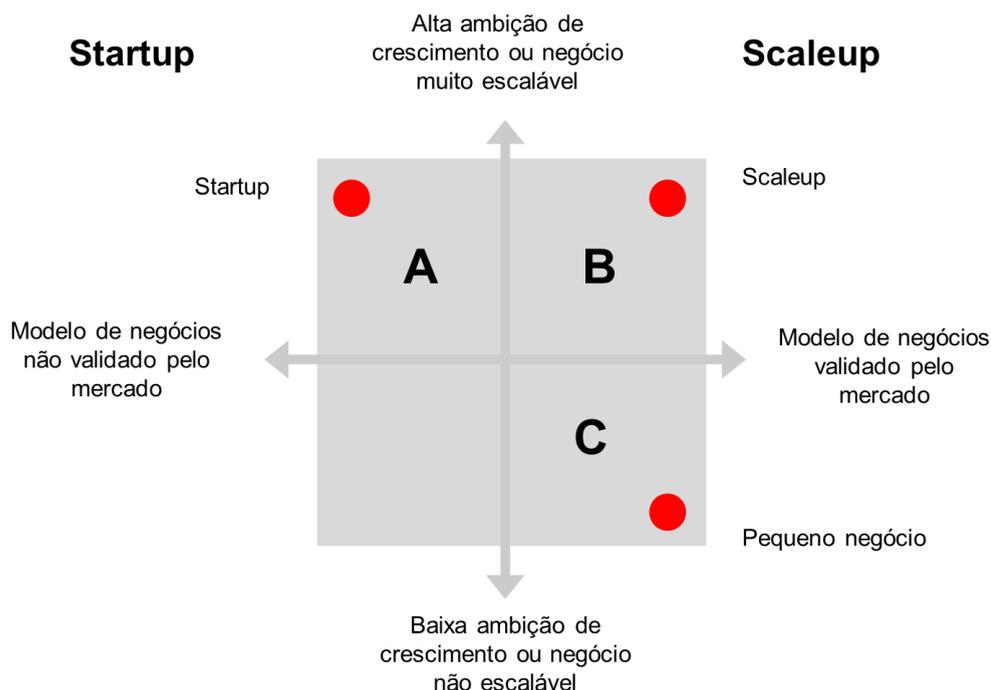
No ano de 2012, em entrevista à revista Forbes, Steve Blank, empreendedor, acadêmico e autor de livros sobre inovação e empreendedorismo, definiu que as startups são organizações desenhadas para buscar um modelo de negócios repetível e escalável. A escalabilidade do modelo de negócios se justifica pelo fato das startups iniciarem seu empreendimento se baseando em uma ideia que proporciona uma oportunidade de negócio significativa e de impacto.

De forma complementar, Eric Ries, autor de *A startup enxuta* (2012), aponta que as startups funcionam sob uma ótica de feedback contínuo, num ciclo de construir-medir-aprender. Sendo assim, pode-se concluir que as startups têm três características fundamentais: possuem um modelo de negócios escalável; testam rapidamente suas hipóteses de produto; e estão atentas ao feedback do cliente para sua melhoria contínua.

Com relação às scaleups, estas também apresentam negócios escaláveis e elevadas ambições de crescimento. No entanto, seu diferencial com relação às startups é que as scaleups foram provadas no tempo, isto é, tiveram seu modelo de negócios testado e validado no mercado. Sendo assim, as scaleups se destacam por conseguirem manter seu crescimento estável e ascendente ao longo dos anos (MARQUES, 2017).

Ambos apresentam um elevado potencial de crescimento, mas uma startup está na sua fase inicial, enquanto uma scaleup já validou o seu produto no mercado e tem dado provas da sua sustentabilidade. (Zhao, M. et al, 2019)

Para ilustrar essa diferença, considere a figura 1:



**Figura 1 Definição de Startup versus Scaleup**

Fonte: Portal Startup commons

Sendo assim, as necessidades de suporte de uma startup são diferentes das scaleups. Segundo Brown e Mawson (2016), por um lado, as startups precisam ainda validar seu modelo de negócios no mercado, e por isso é mais adequado para esta empresa receber investimentos com foco em seed capital<sup>8</sup> ou de investidores anjos<sup>9</sup>; por outro lado, para as empresas do tipo scaleup é mais interessante o suporte em mentoria, orientação quanto à obtenção de venture capital<sup>10</sup>, e orientação a respeito da proteção de propriedade intelectual.

No Brasil, há empresas scaleups em todo o país, mas há um destaque geográfico na região Sudeste. Como centro econômico do país, o Sudeste concentra 55% das empresas scaleups, segundo dados extraídos da pesquisa feita pela

<sup>8</sup> Seed capital, que em português significa capital semente, é um investimento que empresas em fase inicial que precisam de recursos para estruturar o negócio. (ABVCAP, 2015)

<sup>9</sup> Investidores anjos são pessoas físicas que investem numa startup por acreditarem no potencial da ideia ou do protótipo do produto. (ABVCAP, 2015)

<sup>10</sup> Venture capital, que em português significa capital de risco, é um investimento em empresas que já estão faturando e que ainda estão em processo de crescimento e desenvolvimento. (ABVCAP, 2015)

Endeavor<sup>11</sup> Brasil em 2015. Essa mesma região também concentra cerca de 90% dos investimentos de venture capital, e tem como destaque a cidade de São Paulo, que é a capital econômica brasileira.

Para além de startups e scaleups também existe o conceito de unicórnios, que congrega empresas como Uber, Airbnb e Pinterest. Os unicórnios representam as startups de capital fechado avaliadas em US\$ 1 bilhão (um bilhão de dólares) ou mais. Este termo foi cunhado por Ailen Lee<sup>12</sup>, fundadora da Cowboy Ventures, para indicar a qualidade de “ser um unicórnio” como uma característica rara e quase “mítica”. Segundo pesquisa lançada em 2020 pela a Hurun Report, uma empresa de pesquisa em investimentos, até a primeira metade do ano de 2020 havia 586 unicórnios no mundo. Na tabela 1, encontra-se a relação dos 10 países com mais unicórnios no mundo.

<b>País</b>	<b>Quantidade de unicórnios</b>
Estados Unidos	233
China	227
Reino Unido	24
Índia	21
Coreia do Sul	11
Alemanha	10
Brasil	8
Israel	8
França	7
Suíça	5

**Tabela 1 Ranking dos países com mais unicórnios no mundo**

**Fonte: Hurun Global List Unicorn (2020)<sup>13</sup>**

<sup>11</sup> Endeavor é uma organização líder em suporte ao empreendedorismo e empreendedores de alto impacto. Para mais informações, conferir <https://endeavor.org.br/>. Acesso em 06 de maio de 2020.

<sup>12</sup> Para acessar o artigo em que Ailen Lee apresenta o termo unicórnio pela primeira vez, visite: <https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/>. Acesso em 06 de maio de 2020.

<sup>13</sup> Para acessar a lista de unicórnios de 2020 elaborada pela Hurun Report: <https://www.hurun.net/EN/Article/Details?num=E0D67D6B2DB5>. Acesso em 11 de novembro de 2020.

Considerando todos esses conceitos, temos capacidade para analisar como o programa ScaleUp inBrazil atrai empresas estrangeiras do tipo startup ou scaleup. Por isso, na próxima seção iremos entender os programas inBrazil e ScaleUp inBrazil.

### **3 A INTERNACIONALIZAÇÃO E O PROGRAMA INBRAZIL**

A internacionalização é uma estratégia de crescimento das empresas para reduzir as dependências e oscilações de economias instáveis e proporcionar um aumento na competitividade do negócio (DOMINGUES & BUENO, 2011). Além disso, a internacionalização promove a melhoria de produtos, processos e serviços, visto que a competição em nível global exige inovações. Neste sentido, há mais interação com tecnologias de ponta, o que possibilita parcerias tecnológicas fundamentais para manter-se competitivo (FILIPESCU, 2006).

De acordo com o estudo feito pela Comissão Europeia de pesquisa e indústria (2009) há barreiras internas e externas ao processo de internacionalização de uma empresa. Entre as barreiras internas estão: a carência de capital para mobilizar esforços no exterior; uma insuficiente qualificação da equipe, a qual carece de conhecimento para dar esse passo de internacionalização; e a especificação do produto, que pode exigir uma adaptação na sua fabricação ao ser comercializado em outro país. Entre as barreiras externas estão: a carência de informação adequada, a legislação estrangeira e o alto custo de abrir um escritório no exterior. Devido a essas barreiras internas e externas, é importante que um programa de aceleração internacional, como o ScaleUp inBrazil, possa dar suporte ao desenvolvimento do plano de negócios internacional; facilitar parcerias com governo, indústria e especialistas (como advogados e contadores, por exemplo); facilitar o acesso a fundos de investimento; além de treinar e oferecer mentorias.

Diante da necessidade de proporcionar um ambiente com menos barreiras para a chegada de startups estrangeiras, surge o programa ScaleUp inBrazil. Ao reunir um ecossistema de mentores, consultores de desenvolvimento de negócios, gestores de fundos de investimento, potenciais clientes e fornecedores, o ScaleUp inBrazil consegue oferecer um programa gratuito e eficiente para empresas estrangeiras virem para o Brasil. Em contrapartida, a aterrissagem de empresas

tecnológicas no Brasil contribui em socialmente para geração de empregos e em termos de inovação com a transferência de tecnologia.

A história do programa ScaleUp inBrazil, começa em 2009 com o programa inBrazil. O inBrazil tem o objetivo de atrair capital estrangeiro para a indústria de *Private Equity* (PE) e *Venture Capital* (VC)<sup>14</sup> brasileira. Essa atração se dá ao conectar investidores internacionais a oportunidades de PE e VC. Nesse sentido, o programa inBrazil promove encontros entre gestores locais e investidores internacionais; treinamento para gestores, investidores e empresas; eventos internacionais; além de relatórios anuais com o panorama da indústria de PE e VC, denominados Inside PE e Inside VC respectivamente.

Esse programa teve início em 2009 e é fruto de um convênio entre a Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital – ABVCAP e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - Apex-Brasil. É destinado a gestores de fundos de participações da indústria de PE e VC que buscam capital internacional, que ao aderirem ao programa internacional tornam-se Membros e passam a ter acesso a esse ecossistema de informação, encontros e colaboração em prol do fortalecimento da imagem da indústria de PE e VC no Brasil e no mundo.

Uma das iniciativas do programa inBrazil é o programa ScaleUp inBrazil, que nasceu em 2019 e é fruto do trabalho conjunto da ABVCAP, Apex-Brasil e o Israel Trade & Investment. Segundo dados fornecidos pelo site do programa, a saber, [scaleupinbrazil.com](http://scaleupinbrazil.com), o programa funciona como um suporte para empresas de tecnologia que desejam expandir o negócio para o Brasil. Entre os serviços prestados aos participantes do programa estão:

- Acesso a serviços de desenvolvimento de negócios para coordenação de reuniões com potenciais clientes e parceiros;
- Suporte estratégico em marketing para validação do produto e adaptação ao mercado;
- Suporte na compreensão da cultura local para alinhamento de expectativas com os clientes e parceiros;

---

<sup>14</sup> Private Equity e Venture Capital são duas formas de investimento de longo prazo. A diferença fundamental está no foco das empresas investidas: os fundos de Private Equity investem em empresas já desenvolvidas e em processo de consolidação no mercado; enquanto que os fundos de Venture Capital investem em empresas que estão em fase de crescimento e desenvolvimento. (Cf. ABVCAP, 2015)

- Mentoria com consultores e advogados para assuntos legais e trabalhistas;
- Oportunidade de contato com fundos de investimento de PE e VC;
- Suporte pós-programa de 6 meses em que a equipe ScaleUp inBrazil acompanha os resultados e oferece auxílio, conforme a necessidade, apresentando potenciais clientes, fornecedores, e consultores especializados em questões legais, entre outros temas do mercado.

Esses serviços são possíveis graças à rede de patrocinadores e parceiros institucionais que o programa ScaleUp inBrazil vem tecendo. Na sua primeira edição, o ScaleUp inBrazil teve 49 inscrições e acelerou 5 empresas, as quais tiveram mais de 120 reuniões durante o período de imersão no Brasil, e mais de 60 horas de conteúdo formativo de forma online e presencial. Como resultado, as empresas assinaram 5 contratos e 3 pessoas foram contratadas no Brasil.

Em seus primeiros dois anos, o ScaleUp inBrazil ofereceu suporte exclusivamente para empresas com base em Israel. A escolha por um único país facilita na concentração de esforços e eventos de divulgação para um público específico, o que, por conseguinte, eleva a percepção da qualidade do programa – fator essencial para o primeiro ano do projeto. Neste caso, a escolha por Israel justifica-se pelo fato de o país ter um dos ecossistemas de inovação e empreendedorismo mais maduros do mundo. Segundo o Global Innovation Index, o ranking anual dos países mais inovadores do mundo, Israel ocupa a primeira posição no que se refere ao indicador de conexões inovadoras, que avalia a conexão entre universidade, pesquisa e indústria; formação de ecossistemas de inovação. Além disso, Israel ocupa o primeiro lugar em cultura empreendedora, segundo o Global Competitiveness Report de 2019, destacando-se pela atitude em relação ao risco empresarial e ao crescimento de empresas inovadoras (SCHWAB, 2019).

Em 2020, o ScaleUp inBrazil funcionou na sua segunda edição e encontrou o desafio de demonstrar o valor do programa mesmo em tempos de confinamento social, decorrência da pandemia de COVID-19<sup>15</sup>. Primeiramente, um desafio interno

---

<sup>15</sup> No dia 11 de março de 2020, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde, Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunciou que a COVID-19 é caracterizada como uma pandemia. (Cf. [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875)). Acesso em 04 de abril de 2020.

de verificar como o programa é adaptado caso não seja possível realizar encontros presenciais no Brasil. Outro desafio é atingir participantes que não tiveram seu setor de atividade afetado pela crise do primeiro semestre do ano de 2020, por exemplo: os segmentos de saúde, farmácia e tecnologia<sup>16</sup>.

No Brasil, há um programa parecido ao ScaleUp inBrazil com foco, porém, na internacionalização de startups brasileiras, chama-se StartOut Brasil. Com o lema “*Dare to be global*” – “Ouse ser global”, a iniciativa promove capacitação em internacionalização e atração de investimentos, missão internacional e conexão a ambientes de inovação, parceiros e investidores estrangeiros. Este programa é realizado por meio de uma parceria do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), a Apex-Brasil, a Associação Nacional de Incubadoras, Parques Tecnológicos, Aceleradoras e Coworking (Anprotec), o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC).

Nos Estados Unidos, país com o maior número de startups no mundo segundo a Startup Blink (2020), o programa International Accelerator<sup>17</sup> (IA) é a única aceleradora que se dedica a ajudar empreendedores estrangeiros a expandirem suas startups para os Estados Unidos, através do desenvolvimento de uma estratégia de mercado alinhada à cultura local. Apesar de ter um objetivo similar ao ScaleUp inBrazil, o IA difere em um aspecto fundamental: é um programa que provê um investimento tipo seed, que é um tipo de investimento destinado a empresas de estágio inicial que já possuem clientes e produtos definidos, mas que precisam de recursos financeiros para expandirem o consumo e se estabelecerem no mercado. Neste sentido, o programa estadunidense tem um perfil e um objetivo diferente dos programas ScaleUp inBrazil e StartOut Brasil, pois tem o perfil de aceleradora e tem um objetivo lucrativo, enquanto os demais programas são organizados por entidades sem fins lucrativos e que investem dinheiro público com o fim de melhorar o ecossistema de inovação, empreendedorismo e de investimentos brasileiro.

---

<sup>16</sup> Para saber mais sobre o impacto da pandemia de COVID-19 nos investimentos,, confira: <https://valor.globo.com/financas/noticia/2020/04/24/private-equity-tem-forte-exposicao-a-pandemia.ghtml#impresso528172>. Acesso em 11 de maio de 2020.

<sup>17</sup> As informações da International Accelerator foram colhidas em seu website, confira: <https://iaccelerator.com/about>. Acesso em 11 de maio de 2020.

Considerando os três programas de aceleração anteriormente apresentados, no quadro 2 há uma comparação entre esses três programas, suas entidades organizadoras e suas respectivas descrições, como forma de síntese do conteúdo.

<b>Programa</b>	<b>Organizadores</b>	<b>Descrição</b>
<b>ScaleUp inBrazil</b>	ABVCAP, Apex-Brasil, Israel Trade & Investment	Auxilia empresas estrangeiras a expandirem para o Brasil
<b>International Accelerator</b>	International Accelerator	Auxilia empresas estrangeiras a expandirem para os Estados Unidos
<b>StartOut</b>	Apex-Brasil, Anprotec, Sebrae, MRE, MDIC	Auxilia empresas brasileiras a expandirem para o exterior

**Quadro 1 Comparação dos programas de aceleração internacional  
Elaborado pela autora**

Tendo apresentado o contexto do programa ScaleUp inBrazil, na próxima seção é apresentada uma abordagem explicativa de pitch, e é elucidado como esse instrumento é vital para o sucesso do programa.

#### **4 PITCH ENTRE DIFERENTES CULTURAS**

Para captar empresas para participarem do programa ScaleUp inBrazil, é necessário fazer uso de alguns recursos de marketing e comunicação. O pitch é uma forma de comunicação estruturada e sucinta utilizada pelos empreendedores ao apresentarem sua ideia ou empresa para investidores e clientes (CLARK, 2008). Em quatro palavras, o pitch é: um discurso de vendas. Para construção de um pitch é necessário conhecer o próprio negócio, compreender a estrutura do pitch e entender o público que recebe a mensagem.

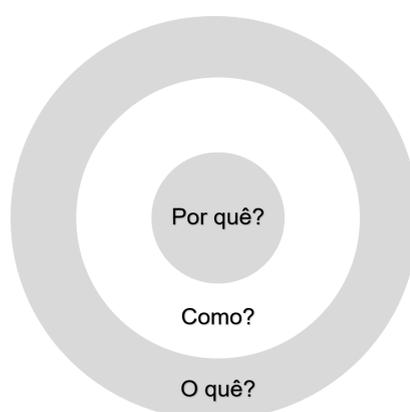
Neste primeiro passo de conhecimento do negócio, uma metodologia utilizada é a do círculo dourado, proposta por Simon Sinek no livro *Comece pelo porquê?* (2009). Neste livro, o autor descreve como líderes de conhecidas empresas, como a Apple, inspiram a ação. Sua tese principal consiste em que o cérebro humano toma uma decisão baseada na identificação de propósitos. Sendo

assim, Sinek indica que a chave da comunicação consiste em elucidar primeiramente o propósito do negócio, em seguida como a empresa atua para que esse propósito aconteça, e por último, o que a empresa faz.

Tomando como exemplo a forma de comunicação da Apple, Sinek descreve em sua apresentação oral no TED<sup>18</sup> o processo da seguinte maneira:

"Tudo o que fazemos, nós acreditamos em desafiar o status quo. Nós acreditamos em pensar de forma diferente. A forma que desafiamos o status quo é fazendo nossos produtos muito bem projetados, fáceis de usar e com uma interface amigável. Acabamos fazendo excelentes computadores. Quer comprar um?" (SINEK, 2009).

Na figura 2, está a representação gráfica de como funciona esse processo comunicativo. O processo de transmissão de uma ideia acontece de dentro para fora, começando pelo “porquê”; passando pela etapa intermediária do “como”, e finalizando com “o quê” é oferecido como produto ou serviço (trata-se da parte mais periférica do círculo). Desafiar o status quo e pensar de forma diferente se caracterizam como o propósito da empresa (porquê). O design refinado e intuitivo caracteriza o bloco “como”. Por último, o bloco “o que” é preenchido pelos computadores enquanto produto, ou seja, “o que” a empresa faz.



**Figura 2 Círculo Dourado**

**Fonte: SINEK, Start with Why, 2009. Adaptado pela autora**

---

<sup>18</sup> TED (Tecnologia, entretenimento e designer) é um evento de conferência que acontece mundialmente e reúne pesquisadores para palestrar e apresentar suas ideias e temas de pesquisa. C.f: <https://www.ted.com/>. Acesso em 11 de maio de 2020.

O segundo passo é compreender a estrutura do pitch. Segundo Spina (2012), o pitch é uma apresentação curta que dura em torno de 3 a 5 minutos e tem o objetivo de despertar o interesse de um investidor ou um potencial cliente para o seu negócio. Por isso, o pitch deve conter apenas informações essenciais e deve ir direto ao ponto. Como material apoio a esse discurso, é prática comum o uso do pitch deck, que é uma apresentação visual de 10 a 12 slides, e com pouco texto. A principal diferença entre o pitch e o pitch deck é que o primeiro é verbal, enquanto o segundo usa uma linguagem não verbal, recorrendo a ilustrações em slides (LEWIS, 2015).

Além do pitch e do pitch deck, existe ainda o elevator pitch<sup>19</sup>, que em português, seria o “discurso de elevador”. Esta modalidade baseia-se na pergunta: “Como você despertaria o interesse de um investidor se o encontrasse no elevador?”, e trata-se de um pitch de até 40 segundos cujo objetivo é apresentar o valor e o diferencial de sua empresa enquanto o elevador está em curso.

Pelo seu formato curto e dinâmico, o pitch exige que o apresentador tenha uma habilidade de comunicação que demonstre clareza e precisão, além de exigir certo carisma do apresentador (CLARK, 2008). Mas como é o processo de desenvolvimento do pitch?

Uma técnica utilizada no processo de construção do roteiro de pitch é o storytelling, isto é, a arte de contar uma história. Syd Field, um roteirista estadunidense, estabelece que uma história é formada por três atos, a saber: a apresentação, confrontação e resolução. (FIELD, 2001). Esses três atos seguem uma cadência até atingir o clímax – ponto máximo de tensão – e, em seguida, o desfecho. A estrutura de uma apresentação de pitch baseada na técnica de três atos do storytelling <sup>20</sup>é ilustrada na figura 3 e se dá da seguinte maneira:

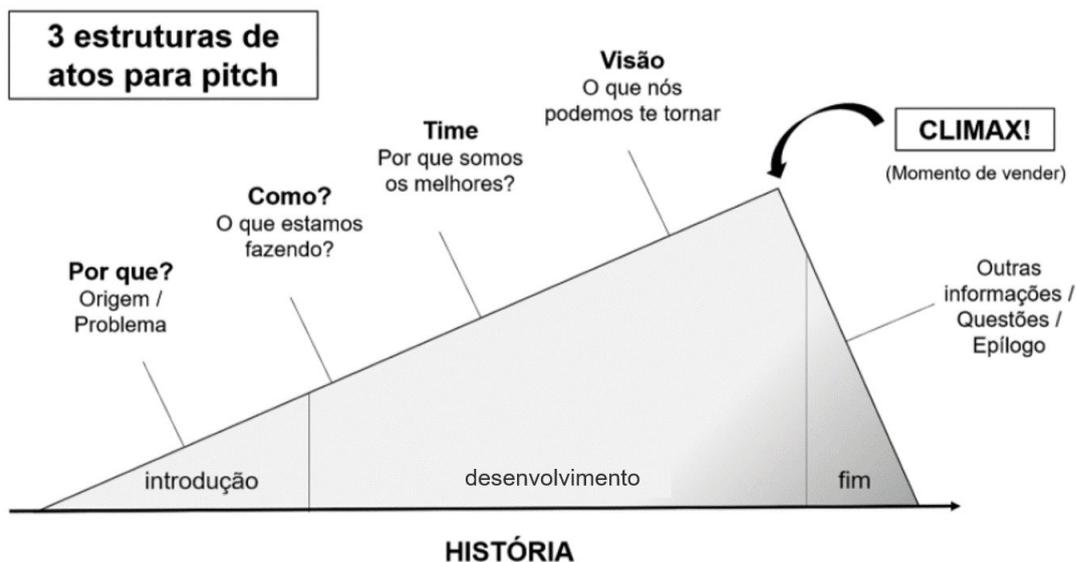
- Primeiro ato (introdução): estabelece-se o contexto e o problema que seu projeto se dedica a solucionar;
- Segundo ato (desenvolvimento): apresenta a sua solução para o problema, o motivo pelo qual sua equipe é a melhor para desenvolver essa solução e como a solução pode mudar a realidade do cliente;

---

<sup>19</sup> Para conferir na prática como é o elevator pitch, acesse: <https://youtu.be/msjoyd74kbU>. Acesso em 28 de outubro de 2020.

<sup>20</sup> A ilustração é uma adaptação do material fornecido pela Slibean, e pode ser acessada em <https://slidebean.com/blogstartups-what-is-a-itch-deck-presentation>. Acesso em 28 de outubro de 2020.

- Clímax e terceiro ato (fim): o clímax é o momento de vender seu projeto e encerrar a apresentação.



**Figura 3 As 3 estruturas de atos para pitch**  
 Fonte: Portal Slidebean. Adaptado pela autora

No terceiro passo é o momento de reconhecer o outro como receptor da mensagem. No caso do programa ScaleUp inBrazil, a pessoa alvo é o empreendedor estrangeiro com o desejo de internacionalizar sua empresa do tipo scaleup para o Brasil. Como nos primeiros dois anos do programa o público alvo são as empresas com sede em Israel, faz-se necessário um estudo cultural com o estilo de negócios israelense. Para isso, vamos visitar a classificação das nacionalidades segundo a expressividade emocional x abertura ao conflito, de Erin Meyer (2015); e a classificação segundo os tipos culturais de Richard Lewis.

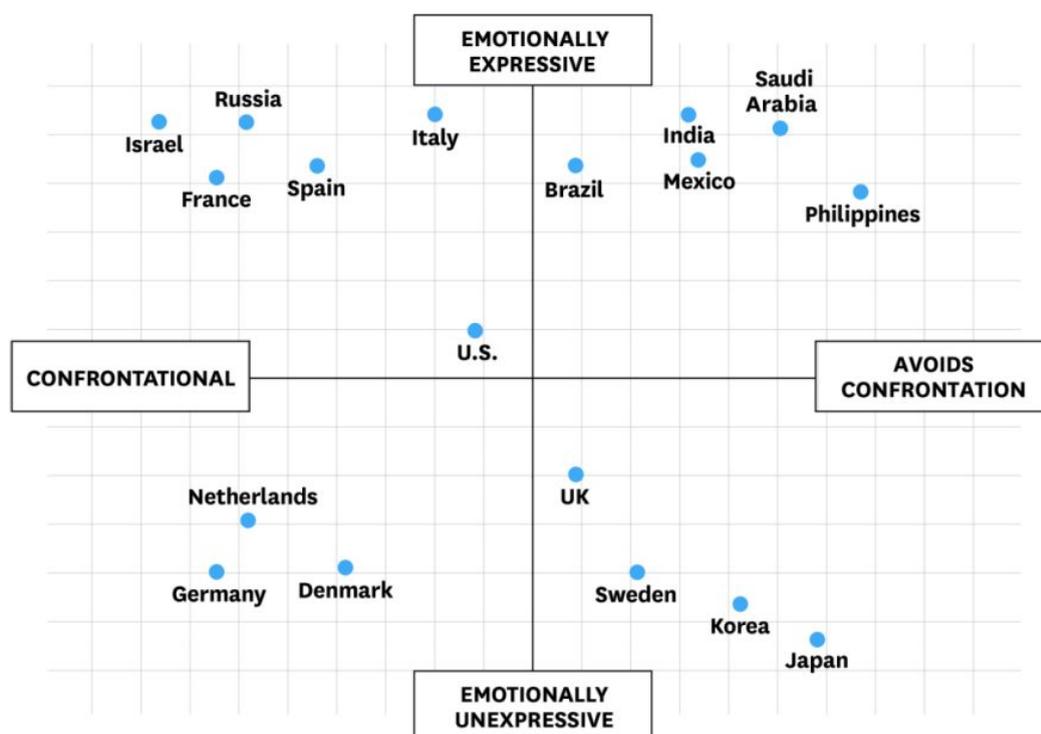
Meyer (2015) afirma que o sucesso de uma negociação entre atores de países diferentes depende da capacidade do negociador de compreender os sinais que o outro lhe oferece. Neste sentido, o que pode ser visto como positivo em uma cultura pode ser negativo em outra. Para ilustrar essa ideia podemos considerar o caso brasileiro, que possui uma cultura muito emocionalmente expressiva, essa característica pode ser vista como uma falta de profissionalismo, se aterrissa numa cultura menos emocionalmente expressiva.

Meyer propõe a análise cultural de algumas nacionalidades em dois eixos: expressividade emocional e abertura ao confronto. Ao classificar os países nesses

eixos, observamos que há diferentes sinais durante uma discussão para medir o sucesso dela. Além disso, dependendo de quão bem uma nacionalidade é aberta ao conflito, faz-se necessário utilizar termos que suavizam o discurso, como “talvez eu não tenha entendido a sua ideia” em vez de “não entendi absolutamente nada”. Essa classificação segundo os eixos de expressividade emocional e abertura ao conflito é ilustrada na figura 4.

### Preparing to Face Your Counterpart

The map below sorts nationalities according to how confrontational and emotionally expressive they are. Although negotiators often believe that the two characteristics go hand in hand, that's not always the case.



SOURCE ERIN MEYER  
FROM "GETTING TO SÍ, JA, OUI, HAI, AND DA," DECEMBER 2015

© HBR.ORG

**Figura 4 Expressividade emocional x Abertura ao conflito**

Fonte: MEYER, Getting to sí, ja, oui, hai and da, 2015.

Por um lado, ambos os brasileiros e israelenses tendem a ser emocionalmente expressivos, mas por outro lado, diferentemente dos israelenses, os brasileiros tendem a evitar o conflito. Sendo assim, podemos compreender que ao apresentar o programa ScaleUp inBrazil para um israelense é natural que surjam

perguntas diretas e que aos ouvidos brasileiros possam soar até mesmo provocadoras.

Lewis (2001) caracteriza os países em três tipos culturais: ativo linear, multi-ativo e reativo. Primeiramente, os países ativos lineares são orientados para tarefas, buscam cadeias de ação e realizam um trabalho por vez; orientados mais pela razão que pelo sentimento, esperam resultados imediatos. O segundo tipo compreende os países multi-ativos têm como pilares o relacionamento, a extroversão e a persuasão, sendo muito movidos pela emoção. O terceiro tipo são os reativos, que prezam pelo respeito e cortesia; estes valorizam a harmonia no trabalho em equipe, a linguagem corporal e a sabedoria ancestral. Na tabela 3 há comparamos os três tipos culturais.

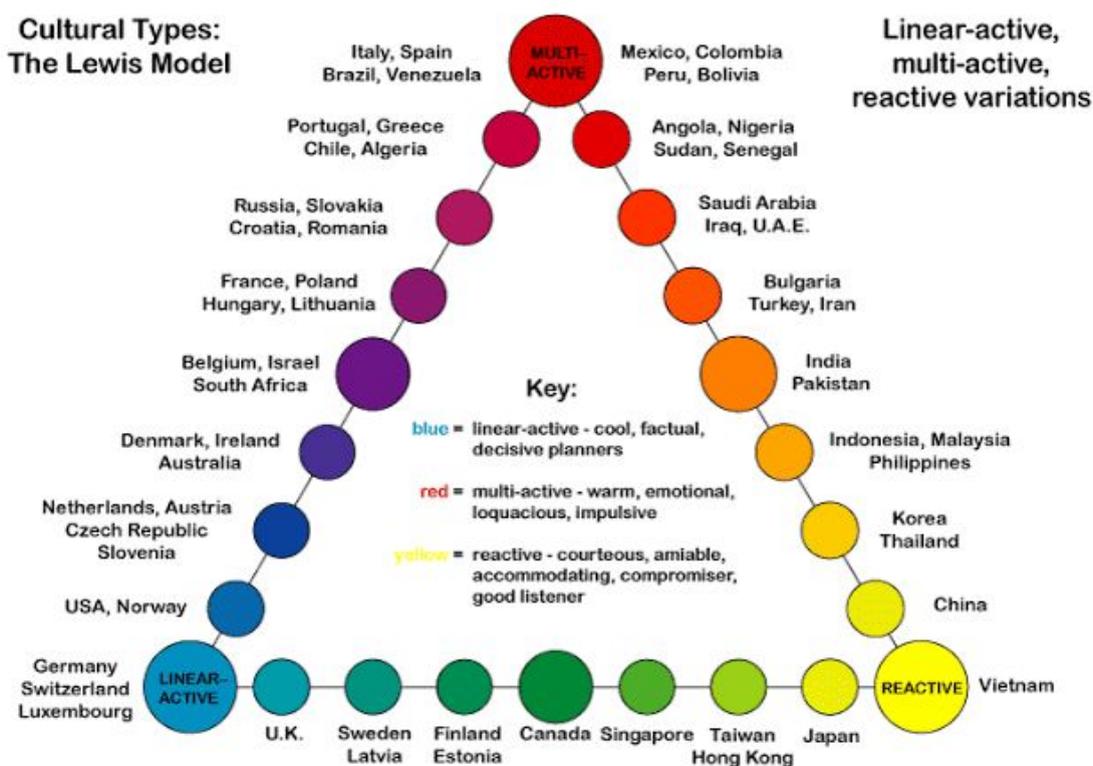
<b>Ativo linear</b>	<b>Multi-ativo</b>	<b>Reativo</b>
Fala metade do tempo	Fala a maior parte do tempo	Escuta a maior parte do tempo
Faz uma tarefa de cada vez	Faz múltiplas tarefas ao mesmo tempo	Reage ao que o outro faz
Planeja a longo prazo	Planeja a curto prazo	Se orienta por princípios gerais
Simpático, mas direto	Emocional	Simpático e indireto
Confronta com lógica	Confronta com emoção	Nunca confronta
Foco na tarefa	Foco nas pessoas	Muito foco nas pessoas
Factual	Sentimento antes dos fatos	Afirmações são promessas
Foco no resultado	Foco no relacionamento	Foco na harmonia
Linguagem corporal limitada	Linguagem corporal ilimitada	Linguagem corporal sutil

**Quadro 2 Comparação dos tipos culturais segundo Lewis**

**Fonte: Portal Cross culture**

Considerando que os dois primeiros anos do programa ScaleUp inBrazil envolviam a negociação apenas entre brasileiros e israelenses, é relevante destacar,

na figura 3, que o Brasil está no topo dos países multi-ativos e Israel está no centro da linha entre os países mais multi-ativos e os ativos lineares.



**Figura 3 Modelo de Lewis**

Fonte: Portal Diplomat Magazine

É interessante observar que se os israelenses tendem a focar mais no resultado que no relacionamento, o programa ScaleUp inBrazil deve mostrar que não apenas conecta israelenses com brasileiro, mas deve demonstrar seu resultado por indicadores chaves de desempenho. Outro aspecto interessante diz respeito ao planejamento de longo prazo, pois, pelo fato do programa oferecer uma facilitação no processo de expansão internacional de uma empresa estrangeira para o Brasil, é preciso demonstrar a qualidade do seu conteúdo de workshops e palestras com temas que antecipam os desafios que os empreendedores encontrarão futuramente.

Até o momento foram feitas considerações sobre o que é o programa ScaleUp inBrazil, quais os tipos de empresas que podem ser aceleradas pelo programa e como o programa pode considerar o tipo cultural israelense para comunicar de forma mais assertiva, gerando melhores resultados de captação de empresas no processo seletivo. Na próxima seção nos dedicaremos à construção do pitch do programa ScaleUp inBrazil para atração de empresas israelenses.

## 5 PROPOSTA DE PITCH

Tendo observado o que é o programa ScaleUp inBrazil, quem é seu público-alvo e como se constrói um roteiro de pitch, chegou o momento de propor uma apresentação focada nas scaleups israelenses. Baseada na figura 3, a tabela 4 é preenchida conforme as informações oferecidas pelo programa ScaleUp inBrazil em seu website referentes à edição de 2019.

Por que?	O programa se abre a acolher empresas estrangeiras pois acredita na conexão e diversidade como estímulo ao ecossistema empreendedor brasileiro. Além disso, o ecossistema brasileiro é favorável ao empreendedorismo dado entre alguns fatores o número de unicórnios, o potencial de um grande mercado consumidor, e a rápida aceitação da população brasileira a novas tecnologias.
Como?	Conectando empresas tecnológicas maduras com os principais players da indústria e do mercado brasileiro; Oferecendo metodologias, técnicas, mentorias e serviços de desenvolvimento de negócios e estratégia comercial que facilitem a aterrissagem no país.
Time	A credibilidade do programa se dá pela influência dos seus organizadores: ABVCAP, Apex-Brasil e Israel Trade & Investment Brazil, bem como pela vasta rede de parceiros que o programa dispõe.
Visão	As 5 empresas que participaram na primeira edição do programa tiveram como resultado: <ul style="list-style-type: none"> <li>● 120 reuniões durante o período de imersão no Brasil;</li> <li>● Mais de 60 horas de conteúdo formativo de forma online e presencial;</li> <li>● Mais de 90 horas de mentoria para planejamento estratégico;</li> <li>● Assinaram 5 contratos;</li> <li>● Contrataram 3 pessoas no Brasil.</li> </ul>

Clímax	<p>O programa contém 5 etapas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Setting the Stage: os participantes são introduzidos ao mercado brasileiro e recebem um relatório de análise do setor. É uma etapa eliminatória.</li> <li>2) Immersion Experience I: em terras brasileiras, o empreendedor realiza reuniões para ampliar seu networking e recebe mentorias e conteúdos formativos de forma presencial e online.</li> <li>3) Product Pivot: o empreendedor realiza ajustes em seu produto ou serviço como forma de adequar-se ao mercado. Também recebe relatórios dos serviços de desenvolvimento de negócios e estratégia comercial, além de uma agenda de preparação para a segunda imersão no país.</li> <li>4) Immersion II and Proof of concept: o empreendedor realiza outra série de reuniões a fim de realizar negócios.</li> <li>5) Post-program support: o empreendedor é acompanhado pela consultoria de desenvolvimento de negócios e pode acessar os mentores do programa caso haja necessidade</li> </ol> <p>Mas o primeiro passo é se inscrever no programa.</p>
Epílogo	Dúvidas? Confira a linha de tempo que resume o processo.

**Quadro 3 Os atos para o pitch do ScaleUp inBrazil**  
**Elaborado pela autora**

Conforme dito anteriormente, esses dados se referem à edição de 2019. Essa escolha foi feita em virtude da edição de 2020 estar em andamento durante o processo de escrita deste trabalho. Neste sentido, os números, resultados e as etapas do programa necessitam de atualizações a cada ano, conforme houver necessidade. Para exemplificar uma diferença, podemos notar que a etapa de experiência imersiva I foi realizada presencialmente em 2019, contudo essa etapa foi realizada online em 2020.

Levando-se em consideração o estilo cultural de negócios israelense adotar uma linguagem direta, apresentar as credenciais brasileiras com fontes de pesquisa, oferecer um panorama geral do programa e enfatizar os resultados de modo a gerar

convencimento. Durante a apresentação é importante a exposição de forma carismática e é preciso estar preparado para questões sobre o programa que podem ser difíceis de responder.

### 1.1. PITCH PARA O PROGRAMA SCALEUP INBRAZIL

Antes de apresentar a proposta de pitch escrito e sua versão em língua inglesa, é válido apreciar algumas informações do ecossistema empreendedor brasileiro que vão compor o pitch. Para isso, foi elaborado um quadro de indicadores dos principais dados do ecossistema brasileiro que chamam atenção do público israelense, que por característica do seu tipo cultural foca mais em resultados que em relacionamentos. Entre os indicadores do ecossistema empreendedor, consideramos como os dados mais atualizados até o momento de escrita deste trabalho que o Brasil está no ranking das 10 maiores economias do mundo até o ano de 2019 (WORLD BANK, 2019); o Brasil é considerado um dos países mais empreendedores do mundo, de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (2019); e que há 8 unicórnios brasileiros até o primeiro semestre de 2020, segundo a Hurun Report (2020).

Além disso, adicionam-se indicadores sobre a população brasileira, pois o número de habitantes no Brasil equivale a 23x o número de habitantes em Israel<sup>21</sup>; logo, esse fator torna-se um atrativo para pensar no mercado consumidor local. Um segundo indicador referente à demografia diz respeito ao acesso à internet, que é um fator necessário para a operação das empresas tecnológicas – que são o foco do programa. Considerando que 28% dos domicílios brasileiros<sup>22</sup>, ou seja, 20 milhões de domicílios, não têm acesso à internet, esse dado pode se tornar inclusive uma oportunidade para as empresas que tenham o objetivo de ampliar conexões.

---

<sup>21</sup> A população do Brasil segundo o IBGE é de mais de 210 milhões de habitantes. Este dado está disponível, e é atualizado em tempo real em: [https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box\\_popclock.php](https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box_popclock.php). Acesso em 02 de dezembro de 2020. A população de Israel até janeiro de 2020, por sua vez, é em torno de 9 milhões de pessoas, de acordo com o Central Bureau of Statistics. Disponível em: [https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/DocLib/2019/134/11\\_19\\_134b.pdf](https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/DocLib/2019/134/11_19_134b.pdf). Acesso em 02 de dezembro de 2020.

<sup>22</sup> A pesquisa de demografia do acesso à internet no Brasil foi desenvolvida pela TIC domicílios no ano de 2019. Para acessar na íntegra, confira: [https://cetic.br/media/analises/tic\\_domicilios\\_2019\\_coletiva\\_imprensa.pdf](https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf). Acesso em 02 de dezembro de 2020.

Por último, apresenta-se uma comparação entre o Brasil e a América Latina; para isso, escolheu-se a área de investimentos em startups para simbolizar como o país é líder regional concentrando mais da metade dos investimentos em Venture Capital, segundo o “Annual Review of Tech Investment in Latin America” elaborado na primeira metade 2020 pela da Associação para Investimento de Capital Privado da América Latina (LAVCA).<sup>23</sup>

<b>Contexto</b>	<b>Indicador</b>	<b>Referência</b>
Economia	O Brasil está entre as 10 maiores economias do mundo	WORLD BANK, 2019
Empreendedorismo	O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo	GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2019
Empreendedorismo	Há 8 unicórnios brasileiros	HURUN REPORT, 2020
População	210 milhões de habitantes	IBGE, 2020
População	70% da população brasileira é usuária da internet	TIC DOMICILIOS, 2019
Investimentos	Mais da metade dos investimentos em Venture Capital na América Latina estão concentrados no Brasil	LAVCA, 2020

**Quadro 4 Indicadores e referências dos principais dados do ecossistema de empreendedorismo brasileiro**  
Elaborado pela autora

### 1.1.1. PITCH ESCRITO

Tendo capturado as informações que compõem os três atos para pitch que evidenciam, em primeiro lugar, o propósito do programa, conforme o Círculo Dourado, cabe apresentar a proposta de pitch escrito do programa ScaleUp inBrazil. O pitch foi elaborado na língua portuguesa, contudo, como o programa adota a

<sup>23</sup> LAVCA é uma organização associativa sem fins lucrativos dedicada a apoiar o crescimento do de investimentos de risco na América Latina e no Caribe. O relatório disponibilizado anualmente é gratuito e pode ser adquirido acessando:

<https://lavca.org/industry-data/inside-the-4th-consecutive-peak-year-lavcas-annual-review-of-tech-investment-in-latam/>. Acesso em 02 de dezembro de 2020.

língua inglesa para comunicação oficial, apresenta-se ao lado a versão em inglês feita pela autora:

<b>Pitch em português</b>	<b>Versão em inglês</b>
<p>Acreditamos que conexão e diversidade são o ar que respira o ecossistema empreendedor brasileiro. O Brasil, a décima maior economia do mundo e um dos países mais empreendedores, segundo a FORBES, conta com 8 unicórnios, mais de 12 mil startups e uma população de 210 milhões de habitantes dentre os quais cerca de 56% são usuários de internet, que tornam o país um dos maiores mercados consumidores do mundo. É também o líder regional, concentrando mais de 50% dos investimentos em Venture Capital na América Latina, segundo a LAVCA.</p> <p>Nós somos a ponte conectando você ao Brasil, pois sabemos que ingressar em um novo mercado é uma tarefa difícil que requer tempo e recursos financeiros para ser bem sucedida. Por isso, o programa ScaleUp inBrazil surge para fazer essa ponte e oferecer às empresas internacionais metodologias e ferramentas necessárias para validar seu produto, assegurar clientes e iniciar as operações no Brasil.</p>	<p>We believe that connection and diversity are the air that the Brazilian entrepreneurial ecosystem breathes. Brazil, the tenth largest economy in the world and one of the most entrepreneurial countries, according to FORBES, has 8 unicorns, more than 12 thousand startups and a population of 210 million inhabitants among which around 56% are Internet users, which makes the country one of the largest consumer markets in the world. It is also the regional leader, with more than 50% of Venture Capital investments in Latin America, according to LAVCA.</p> <p>We are the bridge connecting you to Brazil. Tapping into a new market is a difficult task that requires time and financial resources to succeed. That is why the ScaleUp inBrazil program was designed to make this bridge and provide international companies with the necessary methodologies and tools to validate their product, secure customers and start operations in Brazil.</p>

<p>O programa ScaleUp inBrazil é organizado pela Associação Brasileira de Private Equity (ABVCAP), pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e pela Israel Trade &amp; Investment Brazil. Com uma rede de mais de 60 parceiros entre investidores, aceleradoras, hubs e outras instituições, o programa facilita encontros com seus futuros stakeholders no Brasil.</p> <p>Entre os benefícios oferecidos às empresas aceleradas estão: o serviço de desenvolvimento de negócios, treinamento de pitch para audiência local, consultoria de planejamento estratégico, facilitação de acesso a clientes e investidores, e um serviço de mentoria em aspectos legais, recrutamento e seleção, captação de recursos, branding e marketing. Na sua primeira edição, em 2019, as empresas participantes tiveram como resultado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 120 reuniões durante o período de imersão no Brasil;</li> <li>● Mais de 60 horas de conteúdo formativo de forma online e presencial;</li> <li>● Mais de 90 horas de mentoria para planejamento estratégico;</li> <li>● Assinaram 5 contratos;</li> <li>● Contrataram 3 pessoas no Brasil.</li> </ul>	<p>The ScaleUp inBrazil program is designed by the Brazilian Private Equity Association (ABVCAP), the Brazilian Trade and Investment Promotion Agency (Apex-Brasil) and Israel Trade &amp; Investment Brazil. With a network of more than 60 partners among investors, accelerators, hubs and other institutions, the program facilitates meetings with its future stakeholders in Brazil.</p> <p>Among the benefits offered to accelerated companies are: business development service, pitch training for local audience, strategic planning consulting, facilitating access to clients and investors, and a mentoring service on legal aspects, recruitment and selection, fundraising, branding and marketing. In its first edition, in 2019, the participating companies had as a result:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 120 meetings during the immersion stage in Brazil;</li> <li>● More than 60 hours of online and face-to-face training content;</li> <li>● More than 90 hours of mentoring</li> <li>● 5 contracts signed;</li> <li>● Hired 3 people in Brazil.</li> </ul>
---	---

O programa contém 5 etapas:

- Setting the Stage: os participantes são introduzidos ao mercado brasileiro e recebem um relatório de análise do setor. É uma etapa eliminatória.
- Immersion Experience I: em terras brasileiras, o empreendedor realiza reuniões para ampliar seu networking e recebe mentorias e conteúdos formativos de forma presencial e online.
- Product Pivot: o empreendedor realiza ajustes em seu produto ou serviço como forma de adequar-se ao mercado. Também recebe relatórios dos serviços de desenvolvimento de negócios e estratégia comercial, além de uma agenda de preparação para a segunda imersão no país.
- Immersion II and Proof of concept: o empreendedor realiza outra série de reuniões a fim de realizar negócios.
- Post-program support: o empreendedor é acompanhado pela consultoria de desenvolvimento de negócios e pode acessar os mentores do programa caso haja necessidade.

Mas o primeiro passo é se inscrever no programa. Por isso, nossas inscrições

The program has 5 stages:

- Setting the Stage: participants are introduced to the Brazilian market and receive an analysis report on the sector. It is an eliminatory stage.
- Immersion Experience I: in Brazilian lands, the entrepreneur holds meetings to expand his networking and receives mentoring and online and face-to-face training content.
- Product Pivot: the entrepreneur adjusts his product or service to adapt it to the market. He also receives reports of business development services and commercial strategy, besides an agenda of preparation for the second immersion in the country.
- Immersion II and Proof of concept: the entrepreneur holds another series of meetings to carry out business.
- Post-program support: the entrepreneur is accompanied by business development consulting and can access the program's mentors if necessary.

<p>abrem no dia/mês/ano e se encerram no dia/mês/ano. Se ficou alguma dúvida, vamos conversar e esperamos você na próxima edição!</p>	<p>But the first step is to enroll in the program. Therefore, our registrations open on the day/month/year and close on the day/month/year. If you have any questions, we can talk and we will wait for you in the next batch!</p>
---	--

**Quadro 5 Pitch para o programa ScaleUp inBrazil em português e em inglês  
Elaborado pela autora**

Uma vez elaborado o pitch para o programa ScaleUp inBrazil, cabe tecer algumas considerações relacionando o conteúdo apresentado e as expectativas do tipo cultural israelenses. Em primeiro lugar, no que se refere a planejamento, o tipo israelense tende a elaborar um planejamento a longo prazo, por isso, um resultado importante de ser mensurado que ainda não é fornecido pelo programa é a realidade das empresas aceleradas no período de 1, 3 e 5 anos após a participação do programa.

Em segundo lugar, uma vez que o tipo israelense tende a focar mais em resultados que em relacionamentos, o programa ScaleUp inBrazil poderia explorar melhor como a rede de mais de 60 parceiros contribui para os resultados dos programas. Pelos resultados expostos, pode-se pressupor que a rede de parceiros contribua com o conteúdo formativo, mentorias e reuniões; mas não fica claro se os contratos assinados envolveram os parceiros do programa.

Por último, o programa poderia apresentar quantitativamente a média de contratos assinados por empresa, e qualitativamente o tipo de contrato, pois além de ser um indicador de sucesso do programa, serve para avaliar se todas as empresas aceleradas encontram desempenhos positivos. Caso seja observado que uma empresa realizou mais negócios que as outras aceleradas pelo ScaleUp, o programa pode realizar uma análise para entender os fatores críticos de sucesso para a internacionalização de uma scaleup estrangeira no país.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O critério de participação no programa ScaleUp inBrazil nas edições de 2019 e 2020 é que as empresas tenham sede em Israel, não há, contudo, uma obrigatoriedade de que o empreendedor seja de nacionalidade israelense. Por esse motivo, é preciso considerar a pluralidade dos tipos culturais de Lewis, bem como as características individuais de cada empreendedor, independente da cultura de negócios em que ele se acha inserido. Neste sentido, permanece a empatia e a escuta atenta dos sinais de sucesso ou fracasso numa negociação propostos por Meyer, que em alguma medida devem ser relativizados.

É recomendável, portanto, que, na medida em que o programa ScaleUp inBrazil for aberto para outros países, seja realizada uma pesquisa do tipo cultural do país alvo como forma de nortear a apresentação, sem, contudo, estereotipar a identidade cultural de uma nação. É válido também considerar que os tipos culturais sofrem adaptações ao longo do tempo e que as identidades tendem mais para a volatilidade que para a solidez. Neste sentido, a pesquisa de Lewis dos tipos culturais pode ser atualizada numa visão que compreenda o mundo como volátil, incerto, complexo e ambíguo (MCNULTY, 2015).

Ao preparar o pitch escrito foi observado que além da compreensão de como funciona o programa e quem é o público-alvo, é preciso estar atualizado quanto ao conhecimento do ecossistema empreendedor brasileira, pois o mesmo é uma vitrine para as empresas estrangeiras que almejam a expansão para o país. Uma vez que tenhamos o pitch escrito, a apresentação visual no pitch deck deve também seguir os princípios de estrutura de atos para pitch. Essa apresentação também precisa considerar os fatores culturais na sua composição, pois isso e as habilidades pessoais do apresentador (CLARK, 2008) afetam subjetivamente a percepção do ouvinte.

Por fim, entende-se que o pitch é apenas uma parte que compõe o plano de marketing do programa ScaleUp inBrazil. Com isso, espera-se que os levantamentos de estudos culturais do estilo de negócios de cada país possam ser aplicados junto ao método de análise PEST quando da preparação do plano de marketing pelo próprio programa.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRIVATE EQUITY & VENTURE CAPITAL (ABVCAP). **Como funciona a indústria de private equity, seed e venture capital?**, Rio de Janeiro: ABVCAP, p. 24, 2015.

BROWN, R., MAWSON, S. "Targeted support for high growth firms: Theoretical constraints, unintended consequences and future policy challenges", **Environment and Planning C: Government and Policy**, v. 34, n. 5, p. 816–836, 2016.

CLARK C., "The impact of entrepreneurs' oral 'pitch' presentation skills on business angels' initial screening investment decisions", **Ventur**. vol. 10, no. 3, p. 257-279, 2008.

DOMINGUES, C.R.; BUENO, J.M. **Estratégias de Internacionalização de Empresas Emergentes: Um Estudo Comparativo de Casos Brasileiros**. XXXV Encontro Anpad. Rio de Janeiro, 4 a 7 setembro de 2011. Disponível <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO2574.pdf>. Acesso em 15 jun. 2020.

ENDEAVOR BRASIL, SEBRAE. "Relatório do Índice de Cidades Empreendedoras - As Melhores Cidades do País para Empreender em 2015.", **Endeavor Brasil**, p. 1–142, 2015. Disponível em: <http://info.endeavor.org.br/ice2015>. Acesso em 04 de abril de 2020.

FIELD, S. **Manual do Roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FILIPESCU, D.A. **Innovation and internationalization. a focus on exporting firms**. Tese (Doutorado). Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION. **Global Entrepreneurship Monitor: 2019/2020 Global Report**. Londres: GEM, 2019. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>. Acesso em: 2 dez. 2020.

GLOBAL INNOVATION INDEX. **Interactive Database ff the GII 2020 Indicator**

Disponível em <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>. Acesso em 30 de jun. 2020.

LEWIS, Malcolm. **Pitch Deck Coach**: Modelo de deck de pitch. 2015. Disponível em:

<https://pitchdeckcoach.com/pitch-deck-template>. Acesso em: 25/10/2020

MCNULTY, Eric. **Leading in an Increasingly VUCA World**. Strategy+Business, Nova York, 2015. Disponível em:

<https://www.strategy-business.com/blog/Leading-in-an-Increasingly-VUCA-World>.

Acesso em: 11 nov. 2020.

MARQUES, M. **Você sabe o que significam empresas scale-up?**. Disponível em:

<http://marcusmarques.com.br/pequenas-e-medias-empresas/voce-sabe-quesignifica-empresas-scale-up/>. Acesso em: 19 mai. 2020.

MEYER, E. Getting to Si, Ja, Oui, Hai, and Da. **Harvard Business Review**, Massachusetts, p. 74 -80, dez. 2015.

MONTEIRO, G. F. de A. "Empresas de alto crescimento e o desafio de Scale-UP: onde estamos e para onde podemos ir", **Cátedra Endeavor**, v. 1, n. 1, p. 1–39, 2017.

OECD, **Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics**. Paris:

OECD, 2008. Disponível em :

<https://www.oecd.org/sdd/business-stats/eurostat-oecdmanualonbusinessdemographystatistics.htm> . Acesso em 06 de maio de 2020.

OECD, **High-Growth Enterprises**: What Governments Can Do to Make a

Difference, Paris: *OECD Studies on SMES and Entrepreneurship*, 2010. Disponível

em: <https://doi.org/10.1787/9789264048782-en>. Acesso em 06 de maio de 2020.

READY, K. A Startup Conversation with Steve Blank. **Forbes**, 2012. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/kevinready/2012/08/28/a-startup-conversation-with-steve-blank/#2c19dff8f0db>. Acesso em: 19 maio 2020.

RIES, E. **A Startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**, São Paulo: Leya, 2012. v. 1.

SCHWAB, K. **The Global Competitiveness Report 2019**. Suíça: Insight Report - World Economic Forum, 2019. Disponível em: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf). Acesso em: 19 maio 2020.

SINEK, S. **Start with why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action**, Nova York: Portfolio 2009.

STARTUP BLINK. **Startup Ecosystem Rankings 2020**. Startup Blink: Suíça, 2020. 239 p. Disponível em: <https://www.startupblink.com/blog/startupblink/>. Acesso em: 15 jun. 2020.

SPINA, Cassio A. **O Pitch (Quase) perfeito: (Mais) Um Guia Prático de Como Investidores e Clientes para seu Negócio**. São Paulo: Versão 0.1 (Beta), 2012.

WORLD BANK, **GDP (current US\$)**, 2019. Disponível em: [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?year\\_high\\_desc=true](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?year_high_desc=true). Acesso em: 2 dez. 2020.

ZHAO, M. et al. **Characteristics of scale-ups and the impact of scale-up support programmes: A Literature Review**, Noruega: Nordic Innovation, 2019.