

MANUAL PARA APOIO AO DESENVOLVIMENTO DE EMPREENHIMENTOS

Centro Estadual de Educação Técnica Giuseppe Altoé

Diretor

Fabio Scaramussa

Coordenador da Incubadora

Tiago Suhett Lomeu

Gestora Administrativa e Apoio Administrativo

Aline Juriatto Fagundes

Gestor de Planejamento e Marketing

Luiz Philipe Fassarella Pereira

Demais membros da Equipe Gestora:

Arlindo Junior Delfino Bastianele

Carolina Passoni Pereira

Helimar Rabello

Organização:

Fabio Scaramussa

Tiago Suhett Lomeu

Aline Juriatto Fagundes

Luiz Philipe Fassarella Pereira

Carolina Passoni Pereira

Arlindo Junior Delfino Bastianele

Celso Roberto Perez

Elaboração:

Fabio Scaramussa

Tiago Suhett Lomeu

Aline Juriatto Fagundes

Luiz Philipe Fassarella Pereira

Carolina Passoni Pereira

Celso Roberto Perez

Arlindo Junior Delfino Bastianele



Redação:

Fabio Scaramussa
Tiago Suhett Lomeu
Aline Juriatto Fagundes
Luiz Philipe Fassarella Pereira
Carolina Passoni Pereira
Arlindo Junior Delfino Bastianele

Editoração:

Alexander Maralha
Luiz Philipe Fassarella Pereira
Fabio Scaramussa
Arlindo Junior Delfino Bastianele

Revisão:

Fabio Scaramussa
Tiago Suhett Lomeu
Aline Juriatto Fagundes
Luiz Philipe Fassarella Pereira
Arlindo Junior Delfino Bastianele





O Manual para Apoio ao Desenvolvimento de Empreendimentos foi elaborado para facilitar o avanço de projetos inovadores, sustentáveis e competitivos. Este guia é o documento essencial do Programa de Pré-incubação e Incubação da Gênesis Incubadora, apresentando as metodologias e os processos aplicados.





PREFÁCIO

O CEET Giuseppe Altoé desempenha um papel estratégico no fortalecimento do ecossistema de inovação do Espírito Santo. Por meio da integração de diferentes atores - como empresas, governo, SECTI e centros técnicos - promove a cultura empreendedora e estimula conexões que impulsionam o desenvolvimento tecnológico, a qualificação profissional e o surgimento de negócios inovadores.

Inserida nesse contexto, a Gênesis Incubadora atua para ampliar o empreendedorismo e a inovação no estado, estabelecendo parcerias estratégicas que contribuem de forma significativa para o desenvolvimento sócio econômico.

Como parte desse esforço, surge o Manual para Apoio ao Desenvolvimento de Empreendimentos, um recurso fundamental para o planejamento, monitoramento e aprimoramento dos empreendimentos Pré-incubados e incubados.

Estruturado com base na metodologia do Centro de Referência para Apoio a Novos Empreendimentos (CERNE), referência nacional em boas práticas de incubação, o manual apresenta as trilhas de Pré-incubação e Incubação. Este recurso serve como material de apoio para empreendedores, gestores da incubadora e demais agentes do ecossistema de inovação.





SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	07
1. INTRODUÇÃO	09
2. METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO DE EMPREENDIMENTOS	11
3. METODOLOGIA DE PRÉ-INCUBAÇÃO	14
3.1. Etapa 1 – Identificação do Problema	15
3.2. Etapa 2 – Identificação do Segmento de Clientes	16
3.3. Etapa 3 – Validação com Clientes: Problema e Segmento	18
3.4. Etapa 4 - Ideação: Solução Inicial	19
3.5. Instrumentos para acompanhar os empreendimentos Pré-Incubados	21
3.6. Encerramento da Metodologia de Pré-Incubação	26
4. METODOLOGIA DE INCUBAÇÃO	27
4.1. Etapa 1: Ideação – Estruturação da Solução	29
4.2. Etapa 2: Prototipação (MVP)	30
4.3. Etapa 3: Validação da Solução	32
4.4. Etapa 4: Planejamento e estruturação	34
4.5. Instrumentos para acompanhar os Empreendimentos Incubados	36
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E AGRADECIMENTOS	42





Apresentação

O século XXI tem se revelado um período desafiador para a criação de soluções técnicas e tecnológicas eficazes, especialmente aquelas voltadas às demandas sociais e às particularidades regionais do Brasil. Nesse cenário, as incubadoras de empresas assumem um papel estratégico no fortalecimento dos arranjos produtivos locais, promovendo o empreendedorismo como vetor de inovação, estimulando a pesquisa aplicada e impulsionando o desenvolvimento científico e tecnológico.

Este documento apresenta uma proposta metodológica voltada ao desenvolvimento de empreendimentos inovadores, com o objetivo de orientar gestores de incubadoras no planejamento, acompanhamento e monitoramento das iniciativas incubadas. A intenção é ampliar a capacidade dessas estruturas em gerar, de forma sistemática, negócios sustentáveis e competitivos.

O empreendedorismo tem a capacidade de conectar a sociedade ao Ceet Giuseppe Altoé de um modo muito positivo, e gerar os empregos que a região precisa, e que os egressos dos nossos cursos irão ocupar. É preciso lembrar que 76% dos empregos no Brasil são gerados por Micro e Pequenas Empresas, e nossa rede federal tem um compromisso tácito com essas empresas, tanto na formação de alunos, como na formação dessas próprias empresas. Está claro que a formação dos alunos acontecerá com todos os desafios em sala de aula, por meio das empresas juniores, com apoio de professores de diversas áreas que são entusiastas do empreendedorismo, mas como apoiaremos a formação de micro e pequenas empresas? A resposta a essa indagação é esse manual, criando e fomentando os mecanismos de geração de empreendimentos inovadores, ou seja, Incubadora de empresas.

A metodologia adotada está integralmente alinhada ao modelo de referência CERNE, idealizado pela ANPROTEC em parceria com o SEBRAE. Este modelo visa padronizar e qualificar a atuação das incubadoras, aumentando sua eficácia na geração de negócios bem-sucedidos.

Ainda, esperamos que este Manual sirva como fonte de consulta não somente para as pessoas relacionadas aos trabalhos da Incubadora Gênesis do Ceet Giuseppe Altoé (servidores, bolsistas, mentores, pré-incubados e incubados) mas, além deles, recomendamos fortemente a sua leitura por todos aqueles que se interessem por assuntos ligados à temática incubadora e, também, por empreendedores que estejam



ávidos por aprenderem mais sobre as principais informações e possibilidades a serem consideradas no planejamento e acompanhamento do desenvolvimento de um empreendimento, principalmente aqueles que estejam em seus estágios iniciais.



Fabio Scaramussa

Diretor do CEET Giuseppe Altoé



1. Introdução

Este manual apresenta a trilha de desenvolvimento de empreendimentos da Incubadora Gênesis, estruturada para apoiar empreendedores desde a formulação inicial de uma ideia até a estruturação e validação de negócios com potencial de crescimento sustentável. A trilha está dividida em dois grandes momentos: Pré-Incubação e Incubação, que se complementam de forma contínua, com etapas claras, objetivos bem definidos e metodologias consolidadas.

Nossa abordagem é fundamentada nas metodologias Lean Canvas (Fig.1), Customer Development e Design Thinking, referências globais no desenvolvimento ágil e validação de soluções inovadoras. Através da aplicação prática dessas metodologias, buscamos criar uma jornada empreendedora orientada por dados, centrada no cliente e voltada à entrega de valor real.

A metodologia proposta na próxima seção tem como pilares quatro das mais importantes e utilizadas metodologias de desenvolvimento de startups: Lean Business Canvas (Fig. 1), Metodologia Lean Startup (Fig 2), Processo de Desenvolvimento de Clientes (Fig. 3) e Design Thinking (Fig. 4 e Fig. 5).

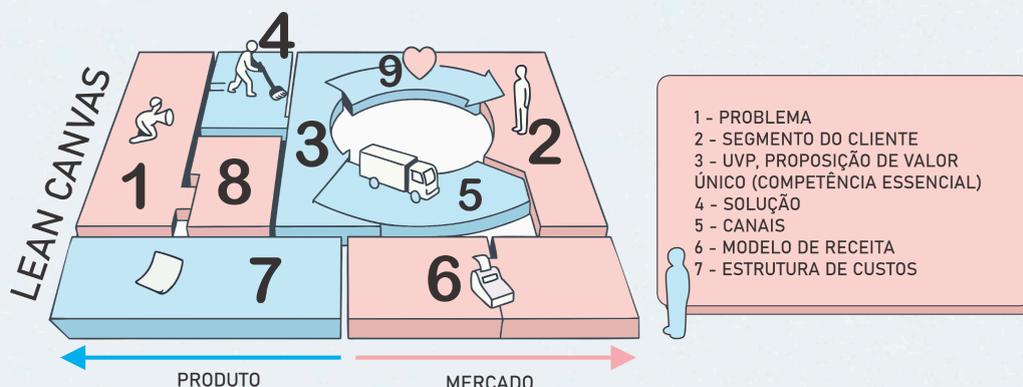


Figura 1: Ferramenta Lean Business Canvas.

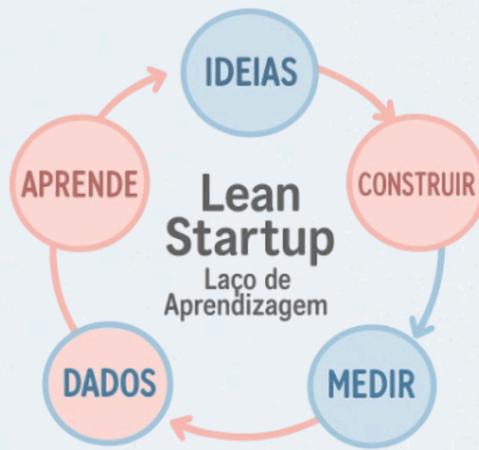


Figura 2: Metodologia Lean Startup.

As 4 fases do Desenvolvimento do Cliente

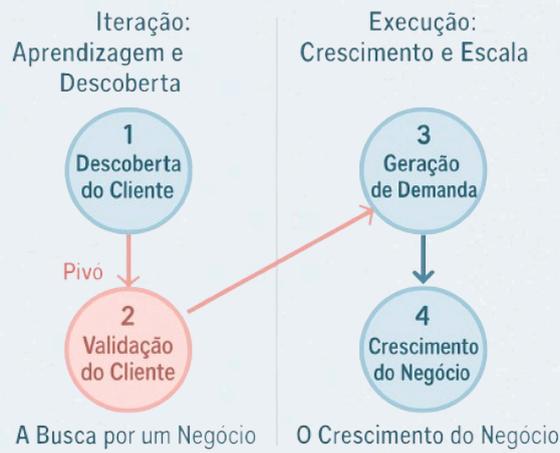


Figura 3: Metodologia Processo de desenvolvimento de clientes - O ajuste do produto ao mercado.

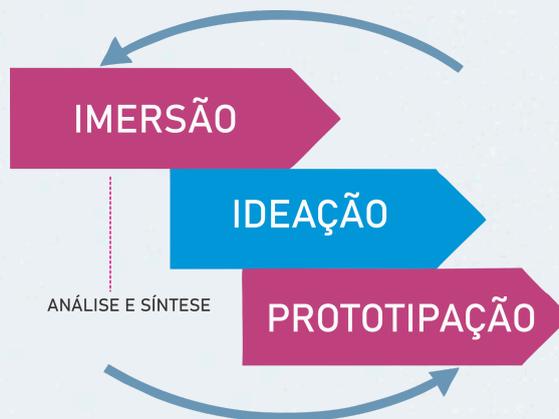


Figura 4: Metodologia Design Thinking.

2. Metodologia de Desenvolvimento de Empreendimentos

A metodologia adotada pela Incubadora Gênesis foi desenvolvida para apoiar empreendedores desde as etapas iniciais de validação de problemas até a estruturação de um modelo de negócio testado e com potencial de inserção no mercado. Ela é baseada em princípios amplamente reconhecidos das metodologias Lean Startup, Processo de Desenvolvimento de Clientes e Design Thinking, oferecendo ferramentas práticas para orientar a tomada de decisão ao longo da jornada.

Essa metodologia está organizada como uma trilha única de desenvolvimento, estruturada em três grandes blocos, conforme ilustrado na (Fig. 5). Estes blocos são por sua vez compostos por sete etapas, que representam momentos-chave da evolução do empreendimento, apresentados nas (Fig. 6).

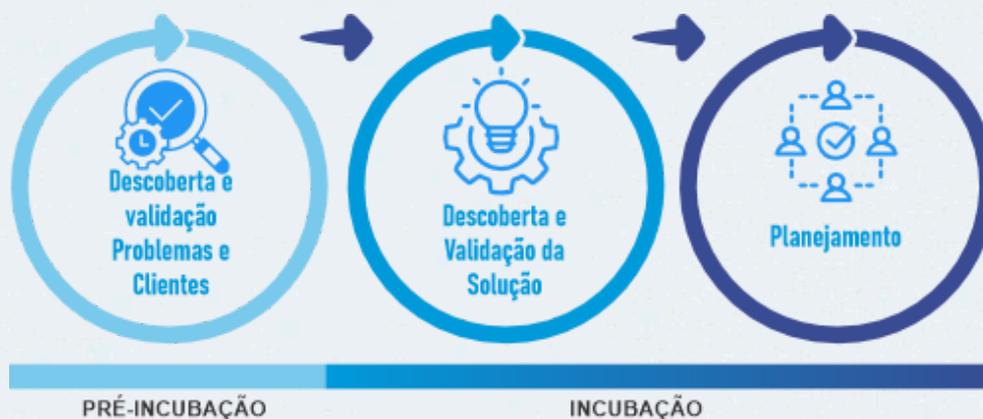


Figura 5: Metodologia de Desenvolvimento de Empreendimento.

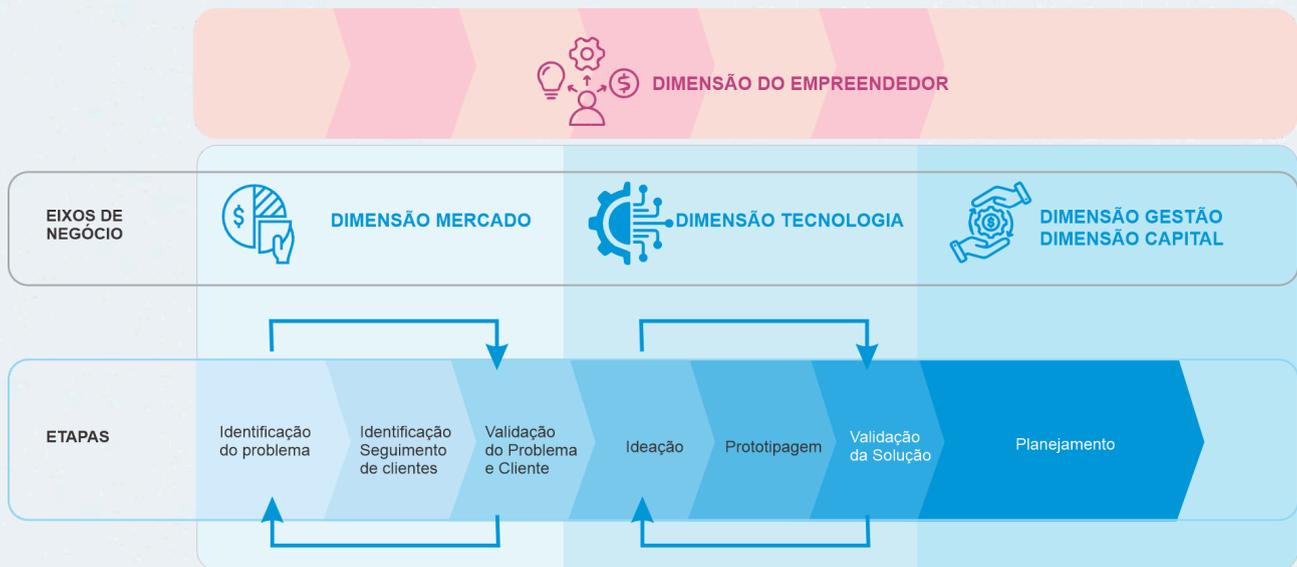


Figura 6: Etapas da metodologia e suas relações com as dimensões do empreendimento.

As etapas da **Pré-Incubação** compõem o estágio inicial, com duração aproximada de 4 meses, cujo foco é transformar ideias em projetos de negócio com os primeiros elementos validados. Os empreendedores passam pelas seguintes etapas principais:

1. Identificação do problema – análise profunda da dor ou necessidade real do mercado;
2. Identificação do segmento de clientes – definição clara de perfis de usuários mais impactados pelo problema;
3. Validação do problema e dos clientes – confirmação, através de entrevistas e testes, da relevância do desafio e da existência de um público-alvo real;
4. Ideação 1: Solução Inicial – concepção de uma primeira proposta de valor baseada nas validações realizadas.

Ao final dessa fase, os empreendimentos estruturam seu modelo inicial de negócio, com os primeiros componentes do canvas (proposta de valor, canais, fontes de receita, etc.) e apresentam um pitch final para avaliação da metodologia, sinalizando as etapas do desenvolvimento da Pré-Incubação de um empreendimento inovador.

As etapas da **Incubação** compreendem o processo de estruturação, validação e preparação para o crescimento do negócio com duração prevista de 18 meses. Com



duração e abordagem mais flexível, essa fase foca na consolidação da solução, fortalecimento do modelo de negócio e planejamento estratégico. Suas principais etapas são:

- Ideação 2: Estruturação da Solução – aprofundamento e refinamento da proposta criada, com base em feedbacks reais do mercado e nas hipóteses validadas anteriormente;
- Prototipação (MVP) – desenvolvimento de um Produto Mínimo Viável que permita testar a solução em condições reais, com usuários reais;
- Validação da Solução – avaliação do valor entregue ao cliente por meio de testes do MVP, coleta de feedbacks e ajustes iterativos;
- Planejamento – organização do modelo de operação, estruturação da equipe, definição de metas, recursos, estratégias de aquisição e plano financeiro.

Durante a incubação, os empreendedores têm acesso a mentorias técnicas especializadas, apoio estratégico contínuo, redes de relacionamento e infraestrutura de apoio ao desenvolvimento. O foco é garantir que o negócio esteja pronto para crescer com base sólida, operando de forma viável, validada e escalável.

Este manual detalha cada uma dessas fases, com ferramentas, marcos, critérios de acompanhamento e orientações práticas, fornecendo um roteiro claro para transformar ideias em negócios de impacto.

Para fins de organização e acompanhamento, estes programas serão apresentados detalhadamente nas próximas seções.

A metodologia foi adaptada para as necessidades de empreendedores em estágio inicial, com ênfase na experimentação, no aprendizado contínuo e na centralidade do cliente. Cada etapa da trilha representa um avanço prático no desenvolvimento do projeto, permitindo que as ideias evoluam de forma validada, estruturada e alinhada à realidade do mercado.



3. Metodologia de Pré-Incubação

Esta metodologia apresentada aqui de pré-incubação, tem como objetivo principal identificar uma oportunidade real de mercado por meio da validação de um problema relevante e da compreensão aprofundada dos clientes afetados. Essa fase é fundamental para garantir que o desenvolvimento do empreendimento esteja ancorado em evidências concretas desde o início.

Durante essa etapa, os empreendedores são conduzidos por uma jornada exploratória e investigativa, na qual formulam e testam hipóteses iniciais sobre o problema e o público-alvo. O foco não está ainda na construção da solução, mas sim na clareza do problema, na definição do segmento e na validação da dor junto a pessoas reais.

A metodologia é composta por quatro etapas principais conforme a (Fig. 7), com duração máxima prevista de 12 semanas, e cada uma delas possui objetivos, capacitações, ferramentas e entregas específicas:

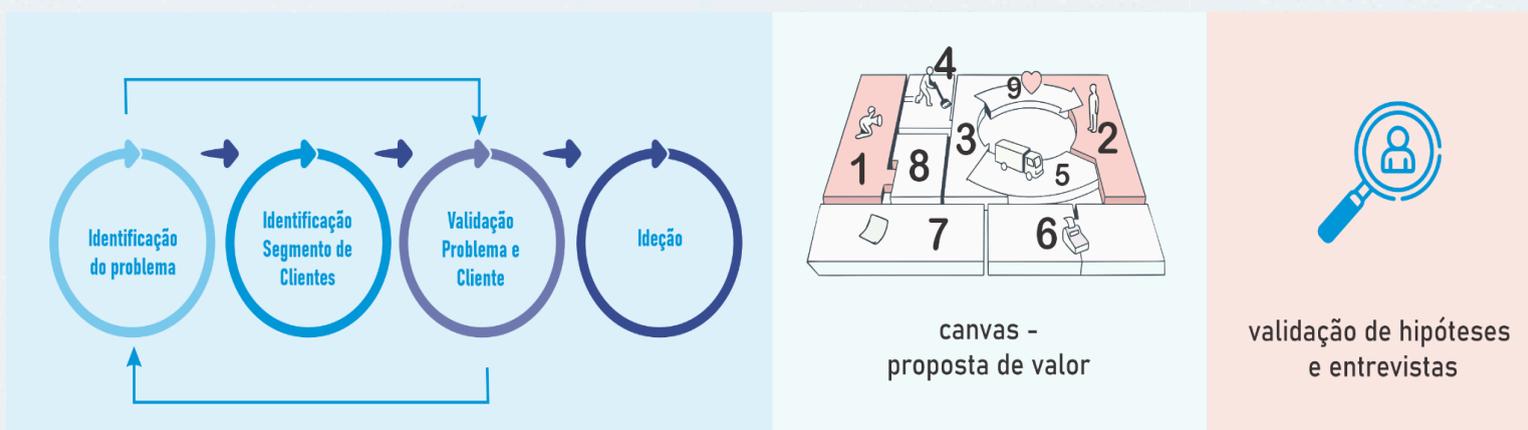


Figura 7. Etapas da trilha de Pré-Incubação

3.1. Etapa 1 – Identificação do Problema

Duração máxima prevista: 2 semanas

Nesta etapa inicial da jornada empreendedora, o foco está em investigar e compreender profundamente um problema ainda não resolvido de maneira satisfatória no mercado-alvo. A principal meta é levantar hipóteses que apontem para uma dor real enfrentada por potenciais clientes, evitando qualquer suposição sem base concreta.

Durante esse período, o empreendedor deve se dedicar à coleta de informações e formulação de hipóteses sobre o problema, baseando-se em fontes como entrevistas com especialistas, observações, pesquisas secundárias e conversas exploratórias com clientes. Importante: esta etapa não envolve validação formal, apenas a formulação de hipóteses estruturadas sobre a existência e relevância do problema.

Objetivos principais:

- Identificar um problema claro, específico e relevante;
- Formular hipóteses sobre as causas, impactos e frequência do problema;
- Compreender como os clientes atualmente lidam com essa dor;
- Mapear lacunas das soluções existentes no mercado;

Perguntas a serem respondidas com hipóteses:

- Qual é o problema específico a ser explorado?
- Por que ele é difícil de resolver atualmente?
- Qual o impacto e frequência desse problema no mercado?
- Como os potenciais clientes lidam hoje com esse problema?
- Quem são os afetados? Que comportamentos eles têm diante disso?
- Existem sinais de urgência ou relevância nessa dor?

Capacitações da etapa:

Capacitação 1 : Sobre a etapa (identificação do problema);

Capacitação 2: Ferramenta obrigatória Lean Canvas;

Capacitação 3: Ferramenta obrigatória Plano de Desenvolvimento do negócio sobre a etapa 1;

Ferramentas obrigatórias:

- Lean Canvas – Campo 1 (Problema);
- Plano de Desenvolvimento – Etapa 1;

Ferramentas recomendadas:

- Matriz 2x2 (Impacto x Frequência);
- Triangulação de fontes (clientes, especialistas, dados);
- Mapa conceitual;
- Diagramas de afinidade;
- Cartões de insights;

Entregas obrigatórias:

- Documento estruturado contendo as hipóteses formuladas sobre o problema;
- Lean Canvas com o campo "Problema" preenchido com clareza;

3.2. Etapa 2 – Identificação do Segmento de Clientes

Duração máxima prevista: 2 semanas

Com o problema já levantado e estruturado em hipóteses, a próxima etapa é identificar e compreender os potenciais clientes afetados por essa dor. A segmentação é essencial para compreender comportamentos, contextos e necessidades específicas dos grupos impactados.

A meta é levantar hipóteses sobre os diferentes perfis de clientes e organizar essas informações de modo que seja possível, futuramente, planejar uma proposta de valor alinhada ao público certo. Ainda não é o momento de validar, apenas de investigar e levantar hipóteses de perfis e comportamentos.

Objetivos principais:

- Levantar hipóteses sobre quem são os clientes afetados;

- Formular perfis demográficos, socioeconômicos e comportamentais;
- Identificar possíveis grupos de early adopters (primeiros usuários);
- Observar padrões de comportamento diante da dor mapeada;

Critérios para definir um segmento:

- Necessidades semelhantes justificam uma oferta específica;
- Exigem canais, relacionamento ou abordagem diferentes;
- Têm níveis distintos de lucratividade ou disposição a pagar;
- Formam um grupo acessível para futuras interações de mercado;

Capacitações da etapa:

Capacitação 1 : Sobre a etapa (Identificação do Segmento de Cliente);

Capacitação 2: Ferramenta obrigatória Canva de Proposta de Valor;

Capacitação 3: Ferramenta obrigatória Plano de Desenvolvimento do negócio sobre a etapa 2;

Ferramentas obrigatórias:

- Lean Canvas – Campo 2 (Segmento de Clientes);
- Canvas Proposta de Valor – lado direito (segmentos, dores, ganhos);
- Plano de Desenvolvimento – Etapa 2;

Ferramentas recomendadas:

- Mapa de empatia;
- Personas (perfis semi-fictícios);
- Jornada do usuário;
- Blueprint de serviço;
- Job to be Done;
- Mapa mental para organização dos segmentos;

Entregas obrigatórias:

- Documento detalhado com hipóteses sobre os segmentos identificados;
- Lean Canvas com o campo "Segmento de Clientes" preenchido;

- Canvas Proposta de Valor – lado direito, com hipóteses iniciais;

3.3. Etapa 3 – Validação com Clientes: Problema e Segmento

Duração máxima prevista: 4 semanas

Esta etapa marca o encerramento da fase puramente exploratória da pré-incubação. A proposta aqui é entrar em campo para confrontar as hipóteses anteriormente levantadas sobre o problema e os segmentos de clientes. O objetivo é explorar os comportamentos reais e aprofundar o entendimento sobre o contexto vivido por quem enfrenta o problema, sem ainda validar soluções.

As interações com o mercado devem ser conduzidas com escuta ativa e foco em aprendizado. Esta etapa ainda não envolve teste de produto, mas sim aprofundamento na vivência do cliente e nos padrões observados.

Objetivos principais:

- Observar se o problema é realmente percebido como relevante;
- Descobrir como os clientes priorizam esse problema na vida real;
- Investigar quais perfis vivenciam a dor com mais intensidade;
- Compreender o contexto atual de comportamento frente à dor;

Boas práticas:

- Foco no comportamento passado e atual, não em intenções futuras;
- Evitar falar da solução: o objetivo aqui é escutar e entender;
- Documentar as entrevistas imediatamente após a condução;
- Buscar padrões qualitativos nas respostas;

Capacitações da etapa:

Capacitação 1 : Sobre a etapa (Validação do Problema e Segmento de cliente);

Capacitação 2: Ferramenta obrigatória Quadro de Validação de Hipóteses e entrevistas;

Capacitação 3: Ferramenta obrigatória Plano de Desenvolvimento do negócio sobre a etapa 3;

Ferramentas obrigatórias:

- Lean Canvas atualizado (Problema e Segmento de Clientes);
- Canvas Proposta de Valor – lado direito (com base nas observações);
- Quadro de Hipóteses e Aprendizados;
- Relatório de entrevistas;
- Plano de Desenvolvimento – Etapa 3;

Entregas obrigatórias:

- Documento com resumo das descobertas e ajustes de hipóteses;
- Lean Canvas e Canvas Proposta de Valor atualizados com base nos aprendizados;
- Relatório organizado com as entrevistas conduzidas e os principais padrões observados;

3.4. Etapa 4 - Ideação: Solução Inicial

Duração máxima prevista: 4 semanas

Com o entendimento claro sobre o problema e os clientes impactados, a pré-incubação se encerra com a estruturação de uma proposta inicial de valor e (solução). Nesta etapa, os empreendedores formulam hipóteses sobre como podem entregar valor real ao cliente, sem ainda desenvolver a solução em si.

O foco está em consolidar o raciocínio por trás de uma proposta que, futuramente, será testada e validada. A proposta de valor deve apresentar os benefícios esperados pela persona-alvo, descrevendo como esses benefícios aliviam suas dores e criam ganhos percebidos.

Objetivos principais:

- Definir uma proposta de valor que tenha coerência com o problema e o segmento;

- Mapear o que será entregue ao cliente para aliviar dores e gerar ganhos;
- Formular hipóteses de solução, sem ainda construí-la.

Capacitações da etapa:

Capacitação 1 : Sobre a etapa (Ideação da Solução).

Capacitação 2: Ferramenta obrigatória Canvas Proposta de Valor Lado Esquerdo.

Capacitação 3: Ferramenta obrigatória Plano de Desenvolvimento do negócio sobre a etapa 4.

Ferramentas obrigatórias:

- Lean Canvas – Campos 3 (Solução) e 4 (Proposta de Valor)
- Canvas Proposta de Valor – lado esquerdo (ganhos, alívios, entregas)
- Plano de Desenvolvimento – Etapa 4.1

Entregas obrigatórias:

- Documento com a definição da proposta de valor e hipóteses de solução;
- Lean Canvas atualizado com os campos 3 e 4;
- Canvas Proposta de Valor completo, com foco na entrega de valor.
- Entrega do pitch da proposta.
- Entregar um esboço das etapas não desenvolvidas do Lean Canvas.

3.5. Instrumentos para acompanhar os empreendimentos Pré- Incubados

A fase de acompanhamento dos empreendimentos pré-incubados é fundamental para o sucesso do processo de pré-incubação. Isso porque o empreendedor preencherá o Plano de Desenvolvimento do Empreendimento Pré-Incubado, documento que deve ser atualizado diariamente.

Esse documento é utilizado para o monitoramento das ações que estão sendo realizadas pelo empreendedor e, periodicamente, será acompanhado pelo time de mentores da Incubadora Gênesis. A partir disso, é possível acompanhar a evolução dos empreendimentos que estão em pré-incubação.

As (Figs. 8a, 8b e 8c) ilustram a estrutura do Plano de Desenvolvimento do Empreendimento Pré-Incubado dimensão mercado. Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão tecnologia (Fig 9) e Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão empreendedor (Fig.10).



Fase 1: Descoberta e Validação Problema e Clientes (Dimensão Mercado)		O empreendedor tem uma ideia, tecnologia ou um problema a ser validado. Tem que pesquisar o mercado, identificar seus clientes, REVISAR E VALIDAR O PROBLEMA E OS CLIENTES. O tema central é O PROBLEMA percebido e validado por seus clientes.								
IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA - AÇÕES A SEREM EXECUTADAS		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar qual é o problema. Se foi testado, se é real. Caracterizar o mercado, contexto e variáveis.	Feito ▾		20-abr.						
2	Identificar como os clientes resolvem hoje o problema.	Feito ▾								
3	Benchmarking dos competidores (concorrentes) em relação às soluções oferecidas.	A fazer ▾								
4	Identificar porque o problema é tão difícil de resolver. Insights do mercado.	Fazendo ▾								
5	Identificar quão grande é o problema. Identificar o tamanho do mercado.	Feito ▾								

Figura 8a: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1**, dimensão mercado.

IDENTIFICAÇÃO SEGMENTO DE CLIENTES		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar para quem é um problema. Identificar quem é o cliente.	A fazer ▾								
2	Identificar quais são os objetivos, necessidades, desejos e limitações dos clientes.	A fazer ▾								
3	Identificar os Identificadores sócio-demográficos dos clientes (idade, educação, local onde mora).	A fazer ▾								
4	Identificar qual é o o nível de dor (precisa dessa solução, seria bom ter essa solução ou não precisa dessa solução).	A fazer ▾								
5	Definir e identificar os early adopters.	A fazer ▾								
6	Identificar qual é o tipo, tamanho, localização, comportamento e crescimento do segmento.	A fazer ▾								

Figura 8b: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1**, dimensão mercado.





VALIDAÇÃO DO PROBLEMA E SEGMENTO DE CLIENTES		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Definir as hipóteses. Definir como mensurar.	▼								
2	Criar o roteiro da entrevista e uma lista de potenciais entrevistados.	A fazer ▼								
3	Aplicar as entrevistas.	A fazer ▼								
4	Fazer o relatório que documenta a validação.	A fazer ▼								
5	Identificar se o problema está validado. Responder se possui um problema que merece ser resolvido.	A fazer ▼								
6	Identificar se o segmento de clientes está validado (identificados os primeiros adotantes, tamanho, crescimento, localização, comportamento e descrição de como eles resolvem os problemas atualmente).	A fazer ▼								

Figura 8c: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1** , dimensão mercado.





Fase 2: Descoberta e Validação da Solução (Dimensão Tecnologia)		O empreendedor já tem um problema validado e necessita de hipóteses de soluções que sejam validadas pelos clientes. Definir a proposta de valor que seja percebida pelos clientes. O tema central é A SOLUÇÃO viável e sustentável.								
IDEAÇÃO/SOLUÇÃO		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar qual é sua proposta de valor. Definir como vai entregar valor.	A fazer ▾								
2	Definir como vai chamar a atenção do cliente.	A fazer ▾								
3	Definir como a sua solução resolve o problema. Identificar qual é seu diferencial. Identificar tipo de Inovação?	A fazer ▾								
4	Identificar qual é o conceito do seu produto/serviço.	A fazer ▾								
5	Identificar qual é seu modelo de negócios.	A fazer ▾								
6	Identificar como ganha \$\$\$ (modelo de receita).	A fazer ▾								

Figura 9: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1**, dimensão tecnologia.





Fase 1 Dimensão Empreendedor		Perfil Empreendedor								
		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Desenvolver autoconhecimento (iniciativa, confiança, atitudes, disposição à riscos, tempo, vocação, paixão, dores, ...)	A fazer ▾								
2	Trabalhar a Administração do tempo.	A fazer ▾								
3	Trabalhar a importância de ter um PEP (planejamento Estratégico Pessoal) do empreendedor.	A fazer ▾								
4	Identificar as necessidades de competências para começar o negócio.	A fazer ▾								
5	Elaborar estratégias para mover-se do estado atual para o estado desejado (metas e objetivos)	A fazer ▾								
6	Elaborar um Plano de Qualificação Pessoal	A fazer ▾								

Figura 10: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1**, dimensão empreendedor.



3.6. Encerramento da Metodologia de Pré-Incubação

Com a conclusão das etapas descritas nesta seção, você terá uma compreensão clara do problema que está sendo resolvido, bem como dos segmentos de clientes impactados por esse problema. Você também terá formulado uma proposta de valor inicial, estruturada a partir de hipóteses validadas por meio de interações com o mercado. Essas etapas da pré-incubação são fundamentais para garantir que a sua ideia esteja alinhada com as necessidades reais do público-alvo e para proporcionar uma base sólida para o desenvolvimento do produto.

Agora, com as entregas realizadas e as hipóteses validadas, o seu projeto estará pronto para avançar para a fase de incubação, onde as soluções serão concretizadas e o MVP (Produto Mínimo Viável) será desenvolvido e testado com o mercado. A fase de incubação representará o início do processo de execução e escalabilidade da sua solução.

Este é o momento de transformar as ideias em ações concretas, e a fase de pré-incubação garantiu que você tenha as bases necessárias para um futuro bem-sucedido na incubação. Aproveite as ferramentas e capacitações adquiridas até aqui para construir uma solução sólida e escalável.

RECOMENDAÇÃO:

Fique atento ao próximo edital, que abrirá as inscrições para a fase de Incubação. É a oportunidade de dar continuidade ao desenvolvimento do seu negócio com ainda mais apoio e estrutura.

4. Metodologia de Incubação

Após uma fase inicial de exploração e validação das hipóteses, o projeto avança para a fase de incubação, onde começa a verdadeira construção da solução. É nesse momento que a ideia ganha forma, o MVP (Produto Mínimo Viável) é criado e as primeiras interações com o mercado acontecem, colocando à prova todas as suposições formuladas nas etapas anteriores.

A incubação é uma fase de transformação. Aqui, o foco é estruturar a solução de maneira prática, começar a prototipar, validar com usuários reais e testar a viabilidade do modelo de negócios, tudo isso de forma ágil e com recursos limitados. O objetivo principal é aprender rápido, ajustar constantemente o que não funciona e iterar com base no feedback do mercado, garantindo que a solução atenda às necessidades reais do cliente.

Esta seção traz as etapas cruciais dessa fase de execução, desde a estruturação inicial da solução, passando pela criação do MVP, até a validação contínua com o público-alvo. O empreendedor precisa estar preparado para testar e ajustar sua solução de forma constante, sempre com a flexibilidade de mudar quando necessário, para garantir que o produto se encaixe perfeitamente nas demandas do mercado.

Com a incubação, começa a jornada de real desenvolvimento do seu negócio. Vamos explorar como cada uma dessas etapas pode ser aplicada para garantir um produto ajustado, viável e pronto para crescer.

Para entender o caminho que transforma uma ideia promissora em um negócio real, é essencial conhecer as etapas da incubação como na (Fig 11). A jornada empreendedora nesta fase é organizada em cinco momentos-chave:

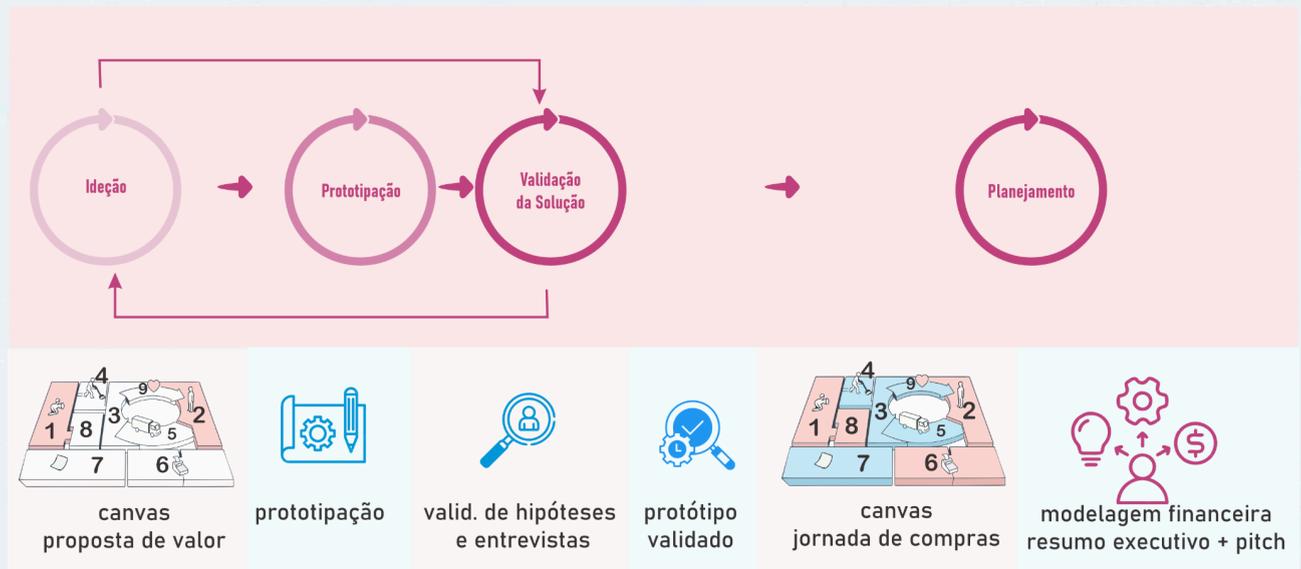


Figura 11: Etapas do desenvolvimento da Incubação de um empreendimento inovador.

Após concluir a fase de Pré-incubação, onde as hipóteses principais foram identificadas e validadas preliminarmente, damos início a uma etapa decisiva: a incubação dos empreendimentos. Este é o momento em que o projeto passa da concepção para a construção efetiva da solução.

Durante a incubação, a proposta deixa de ser apenas uma hipótese promissora no papel e começa a ganhar forma. O foco agora é estruturar o produto, desenvolver protótipos, validar com usuários reais e experimentar, de forma ágil, as possibilidades do modelo de negócios. Tudo isso com o objetivo de alcançar um produto viável, que resolva um problema real e tenha potencial de crescimento.

Nesta seção, vamos acompanhar cada etapa desse processo de forma prática e aplicada desde a organização inicial da solução, passando pela construção do MVP, até os ciclos de validação com os usuários e o planejamento para escalar.

Com a incubação, começa a construção real do seu negócio. Ao longo das próximas páginas, você terá acesso às ferramentas, marcos e entregas que vão guiar sua startup até o mercado.



4.1. Etapa 1: Ideação – Estruturação da Solução

Duração sugerida: até 4 semanas

A fase de **estruturação da solução** parte da ideação validada e busca dar forma concreta ao conceito. O empreendedor começa a organizar como a solução funcionará, o que será entregue ao cliente e quais hipóteses precisam ser testadas antes de um lançamento.

Objetivos principais:

- Estruturar conceitualmente a solução;
- Compreender como ela gera valor ao cliente;
- Explorar formas de atrair e engajar o público-alvo;
- Definir como o produto ou serviço resolve o problema;
- Indicar o modelo de negócios e de geração de receita;
- Apontar os diferenciais frente aos concorrentes e substitutos.

Ferramentas obrigatórias:

- Plano de Desenvolvimento do Empreendimento;
- Lean Canvas (blocos 3 – Solução e 4 – Proposta de Valor);
- Canvas da Proposta de Valor (lado esquerdo).

Capacitações da etapa:

Capacitação 1: Estruturação Conceitual da Solução — para ajudar o empreendedor a organizar a ideia, definir o valor entregue ao cliente e identificar hipóteses para testar.

Capacitação 2: Ferramentas Obrigatórias — uso prático do Plano de Desenvolvimento do Empreendimento, Lean Canvas (blocos Solução e Proposta de Valor) e Canvas da Proposta de Valor (lado esquerdo).





Capacitação 3: Técnicas Criativas para Ideação — brainstorming, mapas mentais, matriz de posicionamento e cardápio de ideias para explorar e refinar o conceito da solução e o diferencial competitivo.

Entregas esperadas:

- Documento conceitual da solução;
- Lean Canvas preenchido;
- Canvas da Proposta de Valor (lado esquerdo).

Conteúdos extras recomendados:

- Mapa mental/conceitual;
- Técnicas de brainstorming;
- Cardápio de ideias;
- Matriz de posicionamento.

4.2. Etapa 2: Prototipação (MVP)

Duração sugerida: até 2 meses

Nesta etapa, o empreendedor avança da ideia estruturada para a criação do primeiro modelo funcional da solução: o Produto Mínimo Viável (MVP). O objetivo é transformar o conceito em algo tangível e testável, utilizando o mínimo de recursos possível, mas com capacidade real de gerar feedback de usuários reais.

Objetivos principais:

- Materializar a solução em um formato simples e funcional;
- Testar hipóteses do modelo de negócios com usuários reais;



- 
- Coletar feedback rápido e de baixo custo;
 - Avaliar a aceitação, viabilidade técnica e potencial de mercado da solução;
 - Reduzir incertezas sobre o produto/serviço antes de maiores investimentos.

Ferramentas obrigatórias:

- Plano de Desenvolvimento do Empreendimento (PDE) atualizado;
- Lean Canvas revisado (foco nas hipóteses em teste);
- Protótipo funcional ou representativo (físico, digital ou conceitual).

Capacitações da etapa:

Capacitação 1: Entendendo o Produto Mínimo Viável – definição, conceitos e exemplos práticos de MVPs aplicados em diferentes segmentos.

Capacitação 2: Técnicas de Prototipagem Rápida – métodos para criar protótipos de forma simples e econômica (protótipos em papel, wireframes digitais, mockups, storyboards, vídeos curtos, landing pages e testes A/B).

Entregas esperadas:

- PDE atualizado com as adaptações da solução;
- Lean Canvas revisado com os aprendizados da prototipagem;
- Modelo de Negócios baseado em Lean Business Canvas;

- Modelo de Receita sugerido para o protótipo para ser usado na etapa futura (de validação);
- Protótipo funcional ou representativo pronto para teste;



Conteúdos extras recomendados:

- Exemplos de MVPs por setor;
- Ferramentas para criação de wireframes e mockups;
- Modelos de landing page para testes de aceitação.

4.3. Etapa 3: Validação da Solução

Duração sugerida: 2 a 3 meses

Nesta etapa, o objetivo central é confirmar se a solução realmente atende às necessidades do cliente e se possui potencial de mercado. A validação busca entender o nível de aceitação, a relevância percebida e a disposição dos usuários em adotar ou pagar pela solução. Caso o resultado mostre baixa aderência, esta é a fase ideal para realizar ajustes ou até pivotar o modelo de negócio.

Objetivos principais:

- Verificar se a solução resolve um problema real do cliente;
- Avaliar o grau de aderência ao público-alvo definido;
- Validar o valor percebido e a experiência de uso;
- Ajustar o modelo de negócios com base no feedback;



- Reforçar os diferenciais competitivos da solução;
- Identificar a necessidade de pivotagem, se necessário.



Ferramentas obrigatórias:

- Plano de Desenvolvimento do Empreendimento (PDE) atualizado;
- Lean Canvas revisado (com foco nas hipóteses testadas);
- Quadro de Validação de Hipóteses preenchido;
- Relatórios de entrevistas e testes de usabilidade.

Capacitações da etapa:

Capacitação 1: Técnicas de Pesquisa e Entrevistas com Usuários – abordagem para coleta de feedback detalhado, identificação de necessidades reais e validação de hipóteses da solução.

Capacitação 2: Testes de Usabilidade e MVP – como planejar, executar e analisar testes práticos da solução com usuários, avaliando usabilidade e experiência do cliente.

Capacitação 3: Análise de Métricas e Validação de Hipóteses – interpretação de dados qualitativos e quantitativos, revisão do Lean Canvas e tomada de decisões estratégicas, incluindo a possibilidade de pivotar.

Entregas esperadas:

- PDE atualizado com os aprendizados da validação;
- Lean Canvas revisado com base nos feedbacks;
- Quadro de Validação de Hipóteses preenchido;
- Documentação das entrevistas e dos testes de usabilidade realizados;



- MVP validado ou ajustado conforme os resultados.



Conteúdos extras recomendados:

- Guia prático de entrevistas com clientes;
- Modelos de questionários para validação de hipóteses;
- Exemplos de métricas-chave para produtos em validação;
- Material sobre técnicas de pivotagem em startups.

Pivotar

É mudar algum aspecto importante do seu negócio (como sobre a solução, o modelo de negócios, a precificação, as funcionalidades, os canais de distribuição e vendas, etc.) porque o modelo atual não está funcionando como esperado.

Você pivota quando:

- *Ninguém quer pagar pelo seu produto;*
- *Os testes mostram que a solução não resolve o problema real;*
- *O mercado não tem demanda suficiente;*
- *Seu público não se engaja ou não volta a usar.*

4.4. Etapa 4: Planejamento e Estruturação

Duração sugerida: até 6 meses

Após validar a solução com o público-alvo, o foco agora é estruturar, planejar e preparar o negócio para o crescimento sustentável. Nesta etapa, o empreendedor deve estruturar o



modelo de receita, as estratégias de aquisição de clientes e o planejamento financeiro, além de se preparar para futuras rodadas de captação de recursos.



Objetivos principais:

- Criar e estruturar a empresa;
- Criar e documentar processos internos;
- Definição de canais de divulgação, distribuição e comercialização;
- Realizar planejamento de pós-vendas;
- Definir componentes da equipe segundo hierarquia e atribuições, baseado nas competências necessárias;

Ferramentas obrigatórias:

- Plano de Desenvolvimento do Empreendimento (PDE) atualizado;
- Lean Canvas revisado (com foco em canais, receitas e estrutura de custos);
- Canvas da Jornada de Compras (mapeando etapas de decisão do cliente);
- Modelagem financeira com projeções de receitas e custos;
- Resumo executivo do negócio;
- Pitch estruturado para apresentação a investidores.

Capacitações da etapa:

Capacitação 1: Planejamento Estratégico e Comercial – estruturação de um plano de marketing, vendas e definição de canais de aquisição para escalar o negócio.





Capacitação 2: Modelagem Financeira e Precificação – construção de projeções financeiras, definição de preços e análise de viabilidade econômica para expansão.

Capacitação 3: Desenvolvimento e Apresentação de Pitch – técnicas para criação de um pitch claro, objetivo e persuasivo, voltado a investidores e potenciais parceiros.

Entregas esperadas:

- PDE atualizado com foco em escala;
- Lean Canvas revisado com os novos ajustes;
- Canvas da Jornada de Compras preenchido;
- Modelagem financeira completa;
- Resumo executivo do empreendimento;
- Pitch estruturado e pronto para apresentação.

Conteúdos extras recomendados:

- Modelos de pitch deck para startups;
- Guias de elaboração de plano financeiro básico;
- Exemplos de estratégias de aquisição de clientes;
- Materiais de apoio para estruturação de roadmap de crescimento.

4.5. Instrumentos para Acompanhar os Empreendimentos Incubados

A fase de acompanhamento dos empreendimentos incubados é essencial para garantir o bom desempenho e a evolução contínua das startups dentro da Incubadora Gênese. Nesta etapa, os empreendedores devem preencher e manter atualizado o Plano de





Desenvolvimento do Empreendimento Incubado, um documento estratégico que orienta o crescimento do negócio.

Este plano deve ser revisado e alimentado regularmente pelos empreendedores, com registros das principais ações, metas atingidas, desafios enfrentados e ajustes de rota. O objetivo é proporcionar uma visão clara da trajetória do empreendimento durante o período de incubação.

O time de mentores da Incubadora Gênese realizará o acompanhamento periódico deste plano, por meio de reuniões de avaliação, feedbacks estruturados e indicadores de desempenho previamente definidos. A partir dessas análises, será possível identificar pontos de melhoria, oportunidades de aceleração e a necessidade de novas capacitações.

As (Figs 11a, 11b) ilustram a estrutura detalhada do Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão tecnologia do Incubado, Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensões, gestão e capital (Fig. 12) e Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão empreendedor (Figs 13^a e 13b).





Fase 2: Descoberta e Validação da Solução (Dimensão Tecnologia)		O empreendedor já tem um problema validado e necessita de hipóteses de soluções que sejam validadas pelos clientes. Definir a proposta de valor que seja percebida pelos clientes. O tema central é A SOLUÇÃO viável e sustentável.								
IDEAÇÃO/SOLUÇÃO		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar qual é sua proposta de valor. Definir como vai entregar valor.	A fazer ▾								
2	Definir como vai chamar a atenção do cliente.	A fazer ▾								
3	Definir como a sua solução resolve o problema. Identificar qual é seu diferencial. Identificar tipo de Inovação?	A fazer ▾								
4	Identificar qual é o conceito do seu produto/serviço.	A fazer ▾								
5	Identificar qual é seu modelo de negócios.	A fazer ▾								
6	Identificar como ganha \$\$\$ (modelo de receita).	A fazer ▾								

Figura 12: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 1**, dimensão tecnologia.

Fase 2: Descoberta e Validação da Solução (Dimensão Tecnologia)		O empreendedor já tem um problema validado e necessita de hipóteses de soluções que sejam validadas pelos clientes. Definir a proposta de valor que seja percebida pelos clientes. O tema central é A SOLUÇÃO viável e sustentável.								
PROTOTIPAÇÃO		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar para que está prototipando.	A fazer ▾								
2	Definir o que quer saber, testar e descobrir.	A fazer ▾								
3	Conhecer as opções de tecnologias e metodologias para prototipação.	A fazer ▾								
4	Definir as características e funcionalidades do protótipo/MVP.	A fazer ▾								
5	Apresentar os conceitos da solução na prática.	A fazer ▾								

Figura 12a: Plano de desenvolvimento do Empreendimento para a **Etapa 2** da Incubação, dimensão tecnologia.





Fase 2: Descoberta e Validação da Solução (Dimensão Tecnologia)		O empreendedor já tem um problema validado e necessita de hipóteses de soluções que sejam validadas pelos clientes. Definir a proposta de valor que seja percebida pelos clientes. O tema central é A SOLUÇÃO viável e sustentável.								
VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar se a proposta de valor foi testada/validada junto aos clientes.	A fazer ▾								
2	Identificar se o modelo de Negócios e de receita foram validados.	A fazer ▾								
3	Identificar se o conceito do produto/serviço foi validado.	A fazer ▾								
4	Identificar se é viável construir o negócio.	A fazer ▾								

Figura12b: Plano de desenvolvimento do Empreendimento, para a **Etapa 2** da Incubação, dimensão tecnologia.





Fase 3: Planejamento e Estruturação (Dimensões Gestão e Capital)		O empreendedor, depois de definido o negócio, deve estruturar a empresa, os processos, a estrutura física e de recursos humanos (RH). É o tempo de por a casa em ordem. O tema é ORGANIZAÇÃO								
PLANEJAMENTO (ACESSO AO MERCADO MODELAGEM FINANCEIRA, ACESSO AO CAPITAL E ESTRUTURAÇÃO DA EMPRESA)		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Identificar como chegará até os clientes. Definir como serão captados seus potenciais clientes.	A fazer ▾								
2	Definir como os clientes compram seus produtos. Definir quais são seus canais de vendas. Especificar quais são os custos dos canais de vendas.	A fazer ▾								
3	Definir como irá se proteger dos concorrentes (Unfair Advantage, Vantagem Injusta).	A fazer ▾								
4	Definir a sua metodologia de precificação.	A fazer ▾								
5	Definir a previsão e os tipos de receita. Definir a estrutura de custos.	A fazer ▾								
6	Identificar e mapear as fontes e tipos de investimento.	A fazer ▾								
7	Definir as métricas-chave que serão usadas para monitorar o desempenho do negócio. (Como você vai medir o sucesso).	A fazer ▾								
8	Estruturar a sua empresa.	A fazer ▾								
9	Formalizar/legalizar a sua empresa.	A fazer ▾								
10	Elaborar o pitch	A fazer ▾								

Figura 13: Plano de desenvolvimento do Empreendimento, para a **Etapa 2** da Incubação, dimensões, gestão e capital.





Fase 2 Dimensão Empreendedor		Visão de Mercado/Solução								
		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Trabalhar a visão do mundo com o olhar dos clientes	Feito								
2	Trabalhar a Criatividade na busca de soluções e produtos tecnológicos.	A fazer								
3	Trabalhar a busca de soluções factíveis, viáveis e desejáveis.	A fazer								
4	Trabalhar as técnicas de Pitch (Comunicação, oratória, dicção, postura).	A fazer								
5	Buscar opções ou fontes de conhecimento e inovação? (eventos, cursos, capacitações, palestras, etc.)	A fazer								
6	Elaborar o PEP (Planejamento Estratégico Pessoal).	A fazer								

Figura 14a: Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão empreendedor.

Fase 3 Dimensão Empreendedor		Planejamento								
		Status	Responsável	Prazo Execução (Previsto)	Data Execução (Realizado)	Qualificações Sugeridas	Consultorias/mentorias Sugeridas	Observações Monitoramento 1	Observações Monitoramento 2	Observações Monitoramento 3
1	Cumprir o PEP (Planejamento Estratégico Pessoal), ao menos parcialmente.	Fazendo								
2	Desenvolver a rede de relacionamento (associações, governo, ICTs, etc.).	A fazer								
3	Trabalhar a gestão do tempo do empreendedor (disponibilidade de tempo dedicado ao projeto).	Fazendo								
4	Trabalhar a vontade e disposição de ter visibilidade no mercado selecionado.	Fazendo								
5	Buscar formas de alavancar/escalar o seu negócio.	A fazer								
6	Trabalhar a apresentação do Pitch de forma inovadora, convincente e carismática.	A fazer								

Figura 14b: Plano de desenvolvimento do Empreendimento, dimensão empreendedor.



5. Considerações Finais e Agradecimentos

Este documento foi elaborado com o objetivo de fornecer uma diretriz clara e estruturada para a Incubadora Gênesis, na implementação de modelos de Pré-incubação e Incubação, essenciais para o desenvolvimento de empreendimentos inovadores. A proposta é fornecer aos empreendedores o apoio necessário para validar suas ideias, estruturar seus negócios e transformá-los em soluções sustentáveis e de impacto no mercado.

As etapas e atividades descritas ao longo deste documento foram formuladas de maneira flexível, permitindo ajustes conforme a realidade de cada projeto e a dinâmica do ecossistema empreendedor. O modelo de Pré-incubação aborda o estágio inicial de concepção e validação de ideias, enquanto a Incubação foca no desenvolvimento mais aprofundado e na escalabilidade dos negócios. Ambas as fases têm como objetivo assegurar que os empreendedores estejam prontos para enfrentar os desafios do mercado, com modelos de negócios validados e uma solução ajustada às necessidades dos clientes.

É fundamental que o modelo de Pré-incubação e Incubação seja revisado constantemente, para garantir a melhoria contínua do processo. O ambiente de startups está em constante transformação, e a Incubadora Gênesis precisa se adaptar a essas mudanças para oferecer o melhor suporte aos empreendedores. A revisão e atualização dos documentos, com datas e números de revisão, são essenciais para manter o processo alinhado com as melhores práticas e com o que há de mais atual no ecossistema de inovação.

Reforçamos que a melhoria contínua é a chave para o sucesso. O papel da Incubadora Gênesis no ecossistema de empreendedorismo é fundamental, e a implementação eficaz dos modelos de Pré-incubação e Incubação pode ser o diferencial para o sucesso de muitos projetos. Ao manter o processo ágil, adaptável e sempre focado nas necessidades



reais do cliente final, conseguimos oferecer aos empreendedores a base necessária para transformar suas ideias em negócios sustentáveis e escaláveis.

Por fim, gostaríamos de expressar nossos sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a elaboração deste documento. Agradecemos a toda a equipe da Incubadora Gênese pelo empenho e dedicação na criação de um modelo robusto, capaz de apoiar e impulsionar os empreendedores ao longo de suas jornadas. O sucesso de qualquer modelo de incubação depende da colaboração de todos os envolvidos, e somos gratos por cada contribuição que ajudou a construir esse processo.

Que este modelo sirva como um guia prático e eficiente para o fortalecimento de empreendimentos inovadores e o contínuo desenvolvimento do ecossistema empreendedor. A Incubadora Gênese está comprometida em seguir aprimorando o processo de Pré-incubação e Incubação, garantindo que todos os empreendedores que passarem por nossa incubadora tenham as ferramentas necessárias para alcançar o sucesso no mercado.

