



## **Tecnologia Educacional: O Caso Hub Gênese**

*Educational Technology: The Hub Genesis Case*

*Tecnología Educativa: El Caso Hub Génesis*

**Jó Santos da Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9511-4549>

Faculdade Adventista da Bahia

E-mail: [jo.santos@adventista.edu.br](mailto:jo.santos@adventista.edu.br)

**Eixo temático:** Ciências sociais aplicadas.

## **PRODUÇÃO TÉCNICA E TECNOLÓGICA**

### **Introdução**

A criatividade e a inovação são reflexos de um processo de formação contínua apreciado por aqueles que capacitam pessoas, fomentam o desenvolvimento, constroem oportunidades e geram negócios.

### **Objetivos**

Desenvolver uma tecnologia educacional “Incubadora de Negócios” integrada a matriz curricular como uma ferramenta de criação e cocriação de projetos de negócios, direcionado a impulsionar a cultura empreendedora e de inovação no ecossistema educacional de uma instituição de ensino superior.

### **Método**

Trata-se de estudo metodológico sobre o desenvolvimento de uma tecnologia educacional que se configura como um produto digital, a saber: uma plataforma de ideação e cocriação de empresas semente viabilizado por meio de um website “plataforma” sobre modelagem de negócios.

O projeto foi construído em três fases. A primeira fase contemplou a construção do projeto Gênese, seu delineamento estratégico metodológico, as políticas



institucionais, os programas de maturidade, os canais de estímulo e as trilhas de ensinagem. Na segunda fase foi desenvolvido o *designer* da plataforma G-CANVAS, das trilhas e conteúdo para o aprofundamento teórico-prático, bem como a plataforma por tipo de nicho de mercado, sendo isso, personalizável a cada cliente.

Já na terceira fase, foi abordado o Modelo de Negócio Gênesis, no que diz respeito à segmentação de potenciais clientes, a proposta de valor da empresa e sua capacidade de se diferenciar do concorrente. As fontes de receita criadas a partir da proposta de valor. A forma como a empresa pretende se relacionar com os seus clientes, seja para conquistar, manter, ou aumentar as vendas. Os canais pelos quais a empresa pretende entregar valor, seja na forma de promoção, venda ou entrega. As atividades-chave necessárias para identificar os ativos estratégicos e atividades críticas para o negócio. Os recursos principais que criam valor, mantêm a relação com clientes e geram lucro. As parcerias principais que contribuirão para entregar valor e que darão suporte às atividades e aos recursos principais, e por fim, a estrutura de custos necessária para manter o negócio. Também serão apresentadas as informações cadastrais do negócio, o ideário estratégico e o portfólio de serviços, os benefícios do portfólio, os programas de participação e o cronograma de atividades. Aqui cabe um aspecto importante, contemplará no portfólio a inserção de serviços especializados em gestão e consultoria organizacional, sendo estes na modalidade de prestação de serviços ou gratuidade.

O delineamento do objetivo foi alcançado através da integração das políticas institucionais adotadas na unidade educacional em ensino, pesquisa e extensão. Por meio dos agentes promotores presentes nas comunidades acadêmica (professores, técnicos e alunos) e externa (parceiros públicos, privados e sociedade civil). Através dos programas de maturidade de pré-incubação, incubação e aceleradora. Bem como pelos canais de estímulos (Matriz – Componente estruturante e norteador das trilhas de ensinagem; Projeto Inspirar – Programa desenvolvido para fomentar o Mindset empreendedor; Projeto Outbox – materialização/resultado construído.) formatados e presentes nos componentes curriculares. E, por conseguinte, pelas trilhas de ensinagem.

Para promover a integração das políticas institucionais, dos agentes promotores presentes nas comunidades acadêmica e externa, dos programas de





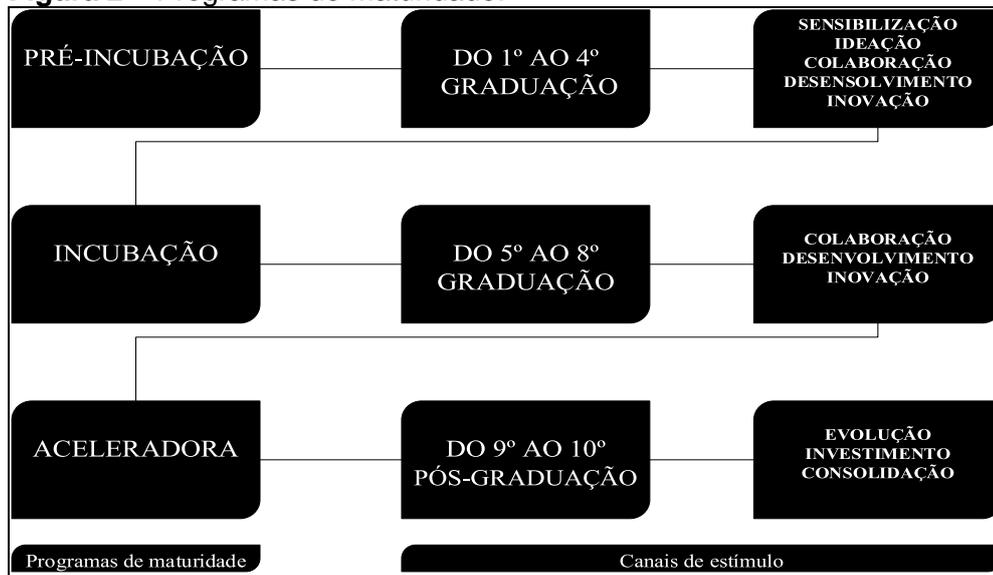
Nesse sentido, as ações do ecossistema curricular de empreendedorismo e inovação conforme descritas na figura 1 acima, foram materializadas em programas de maturidade denominados de pré-incubação, incubação e aceleradora de negócios, pensados para desenvolver de natureza prática, acadêmica e profissional o desenvolvimento integral do discente, através dos programas de maturidade e de canais de estímulo. Os programas de maturidade estão integrados aos componentes curriculares e cada componente tem a sua natureza específica, a saber:

- O **programa de pré-incubação** acontecerá entre o 1º e o 4º períodos, com o objetivo de promover a sensibilização, a ideação, a colaboração, o desenvolvimento e a inovação dos alunos ingressos.
- O **programa de incubação** acontecerá entre o 5º e o 8º períodos, com o objetivo de promover a colaboração, o desenvolvimento e a inovação dos alunos.
- O **programa acelerador de negócios** acontecerá entre o 9º e o 10º períodos, com o objetivo de promover a evolução, o investimento e a consolidação do negócio desenvolvido pelos alunos. A continuidade nesta modalidade dependerá da criação de uma pós em inovação para abraçar os projetos que alcançaram maturidade mercadológica e estão ávidos por investimento anjo.

Na figura 2 é apresentado os programas de maturidade.



Figura 2 – Programas de maturidade.



Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

A delimitação dos projetos desenvolvidos no ecossistema curricular de empreendedorismo e inovação é acompanhado através de um processo de mentoria acadêmica e profissional integrada aos componentes modulares conforme serão delineados nos programas de maturidade pré-incubação, incubação e aceleradora de negócios, conforme já descritos anteriormente, porém, estes serão apresentados com maiores detalhes em forma de ciclos no tópico seguinte:

O programa de **pré-incubação** inicia o **primeiro ciclo** com objetivo de identificar com ênfase na **pesquisa tradicional** que vai gerar monografias e artigos, ou na área de empreendedorismo com elaboração de um **plano de negócio**, ou na área de inovação com desenvolvimento de produtos, serviços ou processos que crie uma **identidade acadêmica e profissional** do estudante. Este ciclo será marcado pelo processo de descoberta, ideação modelagem e proposta de valor dos projetos que o estudante desenvolverá durante a sua passagem acadêmica e profissional, através dos **canais de estímulos** (matriz, projeto inspirar e projeto outbox) e das **trilhas de ensinagem**, que se fazem presentes no **componente curricular**, conforme descrito na figura 3:



Figura 3 – Pré-incubação – Matriz e trilhas.

		PRÉ-INCUBAÇÃO - GRADUAÇÃO			
		1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE
MATRIZ		<p>PROJETO D. PROFISSIONAL</p> <p>ESTUDOS ORGANIZACIONAIS</p>	<p>LAB. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO</p> <p>PROJETO D. PROFISSIONAL (EDITAL FEIRA - LANÇAMENTO)</p>	<p>PROJETO D. PROFISSIONAL</p> <p>CONTABILIDADE DE CUSTOS</p> <p>MARKETING</p> <p>CÁLCULO FINANCEIRO</p>	<p>PROJETO D. PROFISSIONAL</p> <p>LAB. DE ANÁLISE MERCADOLÓGICA</p> <p>LAB. DE GESTÃO DE PESSOAS</p> <p>GESTÃO DE PATRIMÔNIOS E SUPRIMENTOS</p> <p>ORG. SISTEMAS E MÉTODOS</p>
	TRILHAS	<p>TRILHA 1 CONCEITO</p> <p>TRILHA 2 OBJETIVOS</p> <p>TRILHA 3 ECOSIS TEMA CURRICULAR</p>	<p>TRILHA 4 PROSPECÇÃO DE CENÁRIOS</p> <p>TRILHA 5 IDEACÃO</p> <p>TRILHA 6 APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO</p> <p>TRILHA 7 CARACTERIZAÇÃO LEGAL</p> <p>TRILHA 8 CAPITAL SOCIAL</p>	<p>TRILHA 9 TERMO DE ABERTURA</p> <p>TRILHA 10 IDEÁRIO ESTRATÉGICO (GÊNESIS)</p> <p>TRILHA 11 LOGO</p> <p>TRILHA 12 MODELO DE GESTÃO (GÊNESIS)</p>	<p>TRILHA 13 MERCADO</p> <p>TRILHA 14 GESTÃO ESTRATÉGICA (GÊNESIS)</p> <p>TRILHA 15 GESTÃO MERCADOLÓGICA</p> <p>TRILHA 16 GESTÃO DA PRODUÇÃO</p> <p>TRILHA 17 GESTÃO DE PESSOAS</p>

Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

**No 1º período** – Com o propósito de compreender os aspectos institucionais e organizacionais quem influenciam os **negócios locais** e o despertar para construção novos negócios, através **do mapeamento das potencialidades empreendedoras** locais, em parceria com os **agentes promotores** das comunidades **externa e interna**.

**No 2º período** – Amadurecimento da **proposta de valor e institucionalização da ideiação**. neste momento, o processo de mentoria deverá focar no **canvas de negócios**, desenvolvido especificadamente para **feira de empreendedor**, competindo ao **professor mentorear** a parte que corresponde ao seu **componente curricular**. A **ideação** será materializada através do processo de abertura de empresas (simulado) e informática para gestão em parceria com os **professores** dos cursos. Certamente este projeto culminará na elaboração de **plano de negócios**.

**No 3º período** – Através da **iniciação a pesquisa**, o estudante terá a possibilidade de iniciar o seu **projeto de pesquisa** e amadurecê-lo durante o processo formativo. Os projetos seguirão as **linhas de pesquisa** estabelecidas pela **unidade de ensino**. certamente este projeto culminará na elaboração de **trabalhos científicos**. A **iniciação a pesquisa** será materializada através do processo de construção do **pré-projeto de pesquisa**, em parceria com os **professores** dos



cursos. em paralelo, o processo de **mentoria** deverá continuar em segundo plano, seguindo o **canvas de negócios**, desenvolvido especificadamente para **feira de empreendedor**, competindo ao **professor, mentorear** a parte que corresponde ao seu **componente curricular**.

**No 4º período** – Ampliação da **institucionalização da ideação**, através da realização de **pesquisa de mercado** com aplicação estatística e viés mercadológico com ênfase nos **projetos de negócios**. Em parceria com os **professores** dos cursos será desenvolvido o registro dos elementos financeiros e contábeis no sistema de contabilidade gerencial de forma que possibilite relatórios eficientes para tomada de decisão. Neste componente, em função da **feira do empreendedor**, haverá a inserção de um novo protagonista, o **membro visitante** (agente externo). Estes deverão receber **mentoria** através do **núcleo de empreendedorismo e inovação** seguindo os critérios estabelecidos em forma de edital. Como produto do primeiro ciclo, serão apresentados em forma de **mostra de ideação** ou **feira de ideação**, os projetos desenvolvidos, materializados, assistidos e fundamentados nos **componentes modulares**. O processo de mentoria deverá culminar na finalização do **canvas de negócios**, desenvolvido especificadamente para a **feira de empreendedor**, competindo ao **professor, mentorear** a parte que corresponde ao seu **componente curricular**.

Após a conclusão do **4º período**, os estudantes já vivenciaram algumas abordagens em **ensino, pesquisa e extensão**, que contribuiram para a **geração de ideias**, e espera-se, portanto, que os projetos voltados para **negócios inovadores** ou para **pesquisa acadêmica**, estejam em conformidade com a estrutura disponibilizada e com solidez de conteúdo. Neste momento, iniciará o segundo ciclo, a **incubação**, com o propósito de fortalecer a **identidade acadêmica** do estudante através do processo prático.

Na figura 4, são apresentados os programas de maturidade e canais de estímulo para o fortalecimento do **ecossistema empreendedor**.



Figura 4 – Pré-incubação – Programas de maturidade e canais de estímulo.

		PRÉ-INCUBAÇÃO - GRADUAÇÃO			
		1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE
MATRIZ	PROJETO D. PROFISSIONAL		LAB. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO	PROJETO D. PROFISSIONAL	PROJETO D. PROFISSIONAL
	ESTUDOS ORGANIZACIONAIS		PROJETO D. PROFISSIONAL (EDITAL FEIRA - LANÇAMENTO)	CONTABILIDADE DE CUSTOS	LAB. DE ANÁLISE MERCADOLÓGICA
PROJETO INSPIRAR	ELEMENTOS EMPRESARIAIS EXTERNOS À FADBA		ELEMENTOS EMPRESARIAIS EXTERNOS À FADBA	ELEMENTOS EMPRESARIAIS EXTERNOS À FADBA	ELEMENTOS EMPRESARIAIS EXTERNOS À FADBA
	UM CASE EXCLUSIVAMENTE REGIONAL		UM CASE EXCLUSIVAMENTE REGIONAL	SEBRAE E SECTI	OFICINA DE PITCH - SEBRAE
	VISITAS TÉCNICAS		VISITAS TÉCNICAS	VISITAS TÉCNICAS	VISITAS TÉCNICAS
PROJETO OUTBOX	RELATÓRIO DO Mapeamento das Potencialidades Empreendedoras		IDEAÇÃO	PROTOTIPAGEM	
	NEGÓCIOS SOCIAIS SUSTENTÁVEIS		PROPOSTA DE VALOR	MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL	FEIRA DE IDEAÇÃO (QUALIFICAÇÃO) PRÉ-FEIRA
	NEGÓCIOS COLABORATIVOS		MOSTRA DE IDEIAS	BOOTCAMP	

Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

O programa de **incubação** inicia o **segundo ciclo** acadêmico e profissional do estudante, como agente empreendedor, ou coparticipante em projetos de protagonismo social. Caracterizado pela **prototipagem** com ênfase na **feira do empreendedor** e na validação das ideias geradas, com a perspectiva de aperfeiçoar de forma prática o modelo de negócio ou o seu projeto de **pesquisa acadêmica**. O estudante que escolher a **pesquisa acadêmica**, terá a possibilidade de apresentar o seu **projeto de pesquisa** em forma de pôster. Neste momento, o estudante terá a possibilidade de receber orientações da **comunidade acadêmica e profissional** que implicará positivamente na qualidade do trabalho.

Neste **ciclo**, a maturação dos projetos desenvolvidos também será acompanhada através de um processo de **mentoria acadêmica e profissional** integrada aos **componentes modulares** descrita na figura 5:



Figura 5 – Incubação – Matriz e trilhas.

		INCUBAÇÃO - GRADUAÇÃO			
		5º SEMESTRE	6º SEMESTRE	7º SEMESTRE	8º SEMESTRE
MATRIZ	PROJETO D. PROFISSIONAL	GESTÃO DE PROJETOS (EDITAL FEIRA)	DESENVOLVIMENTO REGIONAL (TCC)	MERCADO DE CAPITAIS	
	DES. NOVOS NEGÓCIOS	GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS	ANÁLISE FINANCEIRA (APERFEIÇOAR)	GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	
	GESTÃO DA PRODUÇÃO	PROJETO D. PROFISSIONAL (OPTATIVA)	ADM. ESTRATÉGICA (APERFEIÇOAR)	NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS	
	ADM. DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO				
TRILHAS	TRILHA 18 GESTÃO DA TECNOLOGIA	TRILHA 19 GESTÃO SOCIOAMBIENTAL (GÊNESIS)	TRILHA 21 GESTÃO FINANCEIRA	TRILHA 23 GESTÃO DO CONHECIMENTO	
		TRILHA 20 GESTÃO DA INOVAÇÃO (GÊNESIS)	TRILHA 22 KEY PERFORMANCE INDICATORS		

Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

**No 5º período** – Através da participação da **feira do empreendedor** como expositor da **prototipagem** do seu negócio ou do **projeto de pesquisa**. Neste componente, o estudante deverá expor o **seu negócio** seguindo os procedimentos formais de abertura de empresa, emissão de notas fiscais e registros contábeis e financeiros, bem como, apresentá-los no final do semestre como requisito para obtenção da aprovação no componente curricular. Após o momento de exposição, os trabalhos serão **mentoreados** de forma mais aprofundada, seguindo o **edital de TCC**, de acordo o viés desenvolvido, **plano de negócio** ou **pesquisa acadêmica** em parceria com os **professores** dos cursos.

**No 6º período** – O estudante terá a possibilidade de escolher alguma matéria optativa, com fins ao fortalecimento do seu projeto (**plano ou pesquisa**) ou como uma nova janela para ampliar a sua base conceitual em função de um conteúdo contemporâneo demandado pelo mercado. Sempre na forma de **certificação**. Também em parceria com os professores dos cursos.

**No 7º período** – O estudante tem a possibilidade de **mentorear** a organização da **feira do empreendedor** em parceria com os **professores** dos cursos.



No 8º período – O estudante deverá **defender publicamente** através de banca avaliativa o **produto desenvolvido**, seja em forma de **plano de negócio**, **pesquisa científica**, **projetos em consultoria** (este construído em forma de plano de negócio) e **propriedade intelectual**.

Na figura 6, são apresentados os programas de maturidade e canais de estímulo para o fortalecimento do **ecossistema empreendedor**.

Figura 6 – Incubação - programas de maturidade e canais de estímulo.

		INCUBAÇÃO - GRADUAÇÃO			
		5º SEMESTRE	6º SEMESTRE	7º SEMESTRE	8º SEMESTRE
MATRIZ	PROJETO D. PROFISSIONAL	DES. NOVOS NEGÓCIOS	GESTÃO DE PROJETOS (EDITAL FEIRA)	DESENVOLVIMENTO REGIONAL (TCC)	MERCADO DE CAPITAIS
	GESTÃO DA PRODUÇÃO	ADM. DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO	GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS	ANÁLISE FINANCEIRA (GÊNESIS CANVAS)	GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
			PROJETO D. PROFISSIONAL (OPTATIVA)	ADM. ESTRATÉGICA (APERFEIÇOAR)	NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS
PROJETO INSPIRAR	EVENTOS EMPRESARIAIS	MOSTRA DE IDEACÃO (AJUSTES)	EVENTOS EMPRESARIAIS (PÓS-FEIRA)	CONSTRUÇÃO DE CASE (NEGÓCIOS DA FEIRA)	HUB DE NEGÓCIOS (SEBRAE, SECTI E JUCEB)
			DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO	DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO	CROWDFUNDING
PROJETO OUTBOX	FEIRA DO EMPREENDEDOR	HACKATON INSTITUCIONAL	AGÊNCIAS DE FOMENTO	SEBRAE E SECTI	TECNOLOGIAS SOCIAIS
				PROTOTIPAGEM	PROTOTIPAGEM
				LIDERANÇA (EXÉRCITO)	CONVÊNIOS (PÚBLICO/PRIVADO)
				EMPREENDEDORISMO SOCIAL	IDEACÃO (DEFESA - TCC)
					SECTI, SEBRAE, CDL, 7 Jr., JUBEJ, CRA E CRC

Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

Já o programa **acelerador de negócios**, será estruturado para presentear o **estudante egresso e a comunidade local** na forma de **espaço colaborativo (coworking)**. Neste módulo, o participante não estará condicionado a participar por ser estudante, pelo contrário, será facultativo a sua participação desde que siga o regulamento próprio desta modalidade.

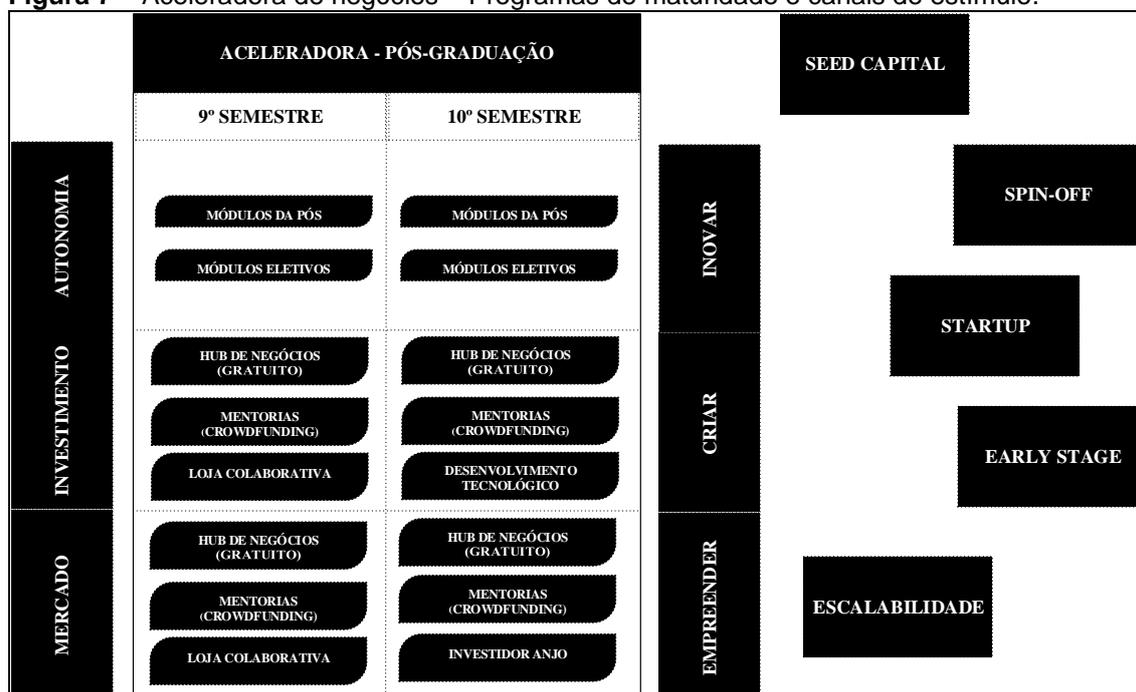
Poderá participar, estudantes que desenvolveram projetos nas fases anteriores na forma de egresso (hoje profissional de mercado), ou àqueles que estejam matriculados em algum programa de pós-graduação da instituição de ensino.



Certamente, outros aspectos e procedimentos não contemplados nesta metodologia em função da sua natureza abstrata, serão materializados na **proposta de regulamento** para funcionamento do **centro de empreendedorismo e inovação da instituição de ensino**.

Na figura 7, são apresentados os programas de maturidade e canais de estímulo para o fortalecimento do **ecossistema empreendedor**.

**Figura 7 – Aceleradora de negócios – Programas de maturidade e canais de estímulo.**



Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

Visto que a robustez do projeto impulsiona pensar ferramentas inovadoras de gestão, bem como à adoção e fusão das TICs nos processos inovadores de ensino-aprendizagem. Nesse cenário, surge a ideação de uma ferramenta estratégica integrada a matriz curricular para alcançar os objetivos institucionais do até então projeto Gênesis. Iniciando assim a segunda fase do projeto.



## Resultados

Para alcançar os objetivos institucionais do projeto Gênesis, foi necessário criar o protótipo inicial. Nesse sentido, criou-se uma startup de educação “Edtech” denominada “Hub Gênesis Ltda”. com o seguinte direcionamento estratégico apresentado no quadro 1 abaixo:

**Quadro 1** – Direcionamento estratégico da Edtech Hub Gênesis Ltda.

DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO		
MISSÃO	VISÃO	VALORES
Transformar ideias em modelos de negócios inovadores e sustentáveis.	Ser um hub de inovação exponencial em soluções educacionais e corporativas.	<b>Educação</b> A base da transformação; <b>Acesso</b> Democratizar para incluir; <b>Diligência</b> Fazer da melhor forma; <b>Resiliência</b> Capacidade de adaptar-se; e <b>Inovação</b> Criar valor.

**Fonte:** Desenvolvido pelo autor, (2020).

A Hub Gênesis é uma plataforma de ideação e cocriação de projetos negócios em que os estímulos norteadores para o desenvolvimento de empresas sementes e para o impulso das ações gerenciais são direcionados através de uma proposta de valor inovadora e sólida. E por conseguinte, estruturou-se o a modelagem da “G-Canvas”. A G-Canvas é uma ferramenta tecnológica em que os projetos de negócios educacionais e corporativos são desenvolvidos de forma síncrona, presencial e prática, sob a orientação de professores e profissionais de mercado totalmente online.

Dito isto, a G-CANVAS foi projetada contendo sete ciclos de maturidade: a) Ideação; b) Descrição do Negócio; c) Ideário Estratégico; d) Avaliação Estratégica; e) Gestão da Inovação; f) Ações Gerenciais; g) Indicadores-chave de Performance. Impulsionado assim, os projetos sementes e a materialização da criatividade e da inovação de empresas nascentes com características de startups.

Na figura 8 abaixo, é apresentado um *template* inicial da proposta de validação contendo uma síntese da primeira ideação dos módulos que farão parte da incubadora digital integrada a matriz curricular.



Figura 8 – Template da proposta de validação da ferramenta.

IDEIAÇÃO	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA		AÇÕES GERENCIAIS	
<p><b>Cenários da ideiação</b> Descreva os fatores que inspiraram o seu projeto de negócios, a saber: Público-alvo; Problemas/dores; Informações de Mercado; Tendências; Dados Econômicos e Estatísticos.</p>	<p><b>Forças</b> Descreva os fatores internos que são favoráveis para entregar a proposta.</p>	<p><b>Fraquezas</b> Descreva os fatores internos que podem impedir a entrega da proposta de valor.</p>	<p><b>Segmentação</b> Qual será o público-alvo mais adequado para os negócios da sua empresa?</p>	<p><b>Canais de marketing</b> Quais são os caminhos pelos quais a empresa comunica e entrega valor ao cliente?</p>
DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	<p><b>Oportunidades</b> Descreva os fatores mercadológicos que justificam a sua proposta de valor.</p>	<p><b>Ameaças</b> Descreva os fatores mercadológicos que são um risco para a sua proposta de valor.</p>	<p><b>Relacionamento</b> Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente?</p>	<p><b>Atividades-chave</b> Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a proposta de valor?</p>
IDEÁRIO ESTRATÉGICO	GESTÃO DA INOVAÇÃO		<p><b>Recursos-chave</b> Quais são os recursos necessários para realizar as atividades-chave?</p>	<p><b>Parcerias-chave</b> Quais são as empresas que ajudam o seu negócio a entregar a proposta de valor?</p>
<p><b>Missão</b> Descreva o propósito do seu modelo de negócios.</p>	<p><b>Tipos de inovação</b> Descreva o tipo de inovação que a proposta de valor do modelo de negócios apresenta.</p>		<p><b>Time</b> Descreva a equipe de trabalho do seu modelo de negócios.</p>	<p><b>Fontes de receita</b> Quais são as formas de obter receita por meio da proposta de valor?</p>
<p><b>Visão</b> Descreva o que a sua empresa quer ser no futuro.</p>	INDICADORES-CHAVE DE PERFORMANCE			
<p><b>Valores</b> Descreva os princípios que farão parte da cultura da sua organização.</p>	<p><b>Investimentos</b> Qual é a sua pretensão de investimento para que a estrutura proposta possa funcionar?</p>	<p><b>Custos</b> Quais são os custos relevantes para que a estrutura proposta possa funcionar?</p>	<p><b>Faturamento</b> Qual é a sua pretensão de faturamento no início do negócio?</p>	<p><b>Lucro</b> Qual é a sua pretensão de lucro no início do negócio?</p>
<p><b>Metas</b> Descreva os objetivos quantificados que a sua empresa quer conquistar.</p>	<b>G-CANVAS</b>			

Fonte: Desenvolvido pelo autor, (2020).

## Considerações finais

**Descritores:** Plataforma; Inovação; Incubadora Digital. Ecosistema Curricular.



## Referências

1. De Lorenzi DR, Danelon C, Saciloto B, Padilha Júnior I. Fatores indicadores da sintomatologia climatérica. *Revista Brasileira de Ginecologia e Obstetrícia*. 2005 Jan; 27(1): 12-9. (<https://doi.org/10.1590/S0100-72032005000100004>).
2. Colosso MB, Franzolin RS, Audi CA. Grupo de promoção a saúde da mulher no climatérico/menopausa: Relato de Experiência. *Revista Intellectus*. 2018; 44(1): 60-9.
3. Phillips AC, Lewis LK, McEvoy MP, Galipeau J, Glasziou P, Moher D, Tilson JK, Williams MT. Development and validation of the guideline for reporting evidence-based practice educational interventions and teaching (GREET). *BMC medical education*. 2016 Dec;16(1):1-10.
4. Bardin L. *Análise de conteúdo*. 3ª reimpressão. São Paulo: Edições 70; 2016.
5. Medeiros SF, Medeiros MM, Oliveira VN. Climacteric complaints among very low-income women from a tropical region of Brazil. *São Paulo Medical Journal [Internet]*. 2006 Oct 30; 124(4): 214-8. (<https://doi.org/10.1590/S1516-31802006000400008>).
6. Kelley C. Estrogen and its effect on vaginal atrophy in postmenopausal women. *Urologic Nursing*. 2007 Feb; 27(1): 40-5. Disponível em: <https://www.sun.org/download/education/2009/article024046.pdf>
7. Barentsen R, van de Weijer PH, van Gend S, Foekema H. Climacteric symptoms in a representative Dutch population sample as measured with the Greene Climacteric Scale. *Maturitas*. 2001 Apr 20; 38(2): 123-128. ([https://doi.org/10.1016/S0378-5122\(00\)00212-7](https://doi.org/10.1016/S0378-5122(00)00212-7)).
8. Gazetta GH. *Construção e validação de material educativo para mulheres no climatérico*. Dissertação (Mestrado em Saúde e Envelhecimento) – Faculdade de Medicina de Marília, Marília; 2015.
9. Silva LS, Silva RS, Souza AC, Figueredo RC, Porto EF. Promoção da saúde da mulher climatérica: um estudo do perfil de saúde e qualidade do sono. *Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento*. 2021;26(2). (In press).
10. Silva LS, Silva RS, Souza AC, Porto EF. Construção de produto educativo “coisas de mulher”: promoção da saúde da mulher climatérica. In: *Congresso Internacional das Licenciaturas*; 2020; Recife. Anais... Recife: Instituto IDV, 2020. v. 7. p. 1-7.