O que é empreendedorismo?

- Implementação de uma ideia.
- Criação de valor.
- Nova Organização.
- Inovação.

O que envolve o empreendedorismo?

- Características Pessoais.
- Liderança.
- Criatividade.
- Oportunidade.
- Risco e Incerteza.

Formas de empreendedorismo:

- Empreendedorismo por Necessidade.
- Intra Empreendedorismo.
- Empreendedorismo Social.
- Empreendedorismo por Imigrantes.
- Outras formas (mulheres, gestores, etc.)

Empreendedorismo vem do francês: "entre" + "prendre"; estar no mercado entre fornecedor e comprador. Richard Cantillon: Empreendedor é uma pessoa que paga um determinado preço por um produto para o vender a um preço incerto.

Adam Smith: Empreendedores são pessoas que reagem às alterações das economias, funcionando como agentes económicos que transformam a procura em oferta.

John Stuart Mill: Empreendedorismo é a base da empresa privada; o empreendedor corre riscos e toma decisões, gere recursos limitados para o lançamento de novos negócios.

Carl Menger: O empreendedor é aquele que transforma recursos em produtos e serviços úteis, criando oportunidades para fomentar o crescimento industrial.

Os empreendedores são criadores de valor!

Empreendedorismo, segundo Schumpeter:

- A introdução de um novo bem (algo que não é conhecido dos consumidores).
- A introdução de um novo método/processo de produção (ainda não testado, experimentado).
- A criação/abertura de um novo mercado (novos consumidores).
- alex A descoberta de uma nova fonte de abastecimento (matérias-primas, ...).
 - A introdução de um novo tipo de organização em qualquer setor de atividade (eliminar situações de monopólio).

Empreendedorismo, segundo Carton, Hofer e Meeks:

"a busca de uma oportunidade descontinuada envolvendo a criação de uma organização (ou sub organização) com a expetativa de criação de valor para os participantes. (...) o empreendedorismo é o meio pelo qual novas organizações são formadas com os empregos resultantes e a criação de bemestar."

Empreendedorismo, segundo Entrepreneurship Center:

"é o processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma ideia para a vida. A visão pode ser uma ideia inovadora, uma oportunidade ou simplesmente uma forma melhor de fazer algo. O resultado final desse processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de uma incerteza considerável."

Empreendedorismo, segundo Shane e Venkataraman:

"o estudo de como, por quem e com que efeitos as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertas, avaliadas e exploradas. (...) envolve o estudo de fontes de oportunidades: os processos de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades; e o conjunto de indivíduos que as descobrem, avaliam e exploram."

Empreendedorismo, segundo Sarkar:

"é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas."

Inovação é a ferramenta específica dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente.

Intraempreendedorismo: Processo de geração de empreendedorismo no seio das empresas. Refere-se a uma abordagem empreendedora para a resolução de problemas e a busca de inovação dentro de uma empresa.

Empreendedorismo social: Reconhecimento de um problema social e uso dos princípios empresariais para organizar, criar e gerir um empreendimento social para alcançar uma mudança social desejada. O objetivo principal do empreendedorismo social é de ampliar ainda mais os objetivos sociais, culturais e ambientais.

David McClelland criou modelo motivacional que tenta explicar as ações de pessoas a partir de um contexto de gestão.

- A necessidade de realização (n-achievement): A pessoa "n-achievement" é motivada pela realização e procura essa realização, sendo realista e com objetivos de desafio e de promoção no seu trabalho. Tem uma grande necessidade de "feedback" para a sua realização e progressão, bem como uma necessidade de se sentir realizado.
- A necessidade de autoridade e poder (n-power): A pessoa "n-power" é motivada pela autoridade. Este fator produz uma necessidade de ser influente, efetivo e de ter impacto. Há uma grande necessidade de liderar e das suas ideias prevalecerem. Há uma grande motivação e necessidade de aumentar o seu status pessoal e o seu prestígio.
- A necessidade de afiliação (n-affiliation): A pessoa "n-affiliation" tem necessidades de relações de amizade e é motivada pela interação com as outras pessoas. A afiliação produz motivação e necessidade dos outros gostarem da pessoa, tornando-a popular. Estas pessoas são boas em equipa.

Um empreendedor é uma pessoa n-achievement!

Características e atitudes da pessoa n-achievement:

- A realização é mais importante do que a recompensa material ou financeira.
- Alcançar o objetivo ou tarefa dá mais satisfação pessoal do que receber elogios ou reconhecimento.
- O feedback é essencial, porque funciona como medida de sucesso, não por razões de elogios ou reconhecimento.
- A pessoa n-achievement está permanentemente à procura de melhorias e formas de fazer as coisas melhor.
- A pessoa n-achievement prefere empregos e responsabilidades que satisfaçam as suas necessidades, que ofereçam flexibilidade e oportunidade de fixar e atingir objetivos.

9 características que distinguem os empreendedores com muito sucesso com muito sucesso dos empreendedores medianos: alexiniciativa; costa

- Entendimento das oportunidades;
- Preocupação com a qualidade do trabalho;
- Monitorização;
- Reconhecimento das relações nos negócios.
- alexandremgcastade de comunicação; xandremgcosta
 - Orientação eficaz;
 - Planeamento sistemático;
 - Cumprimento do contrato de trabalho;

6 características que não fazem diferenças entre aqueles dois tipos de empreendedores:

- Autoconfianca: - Persistência; - Capacidade de persuasão;
- Uso de estratégias de influência; Perícia; - Procura de informação.

Segundo Morris e Jones, os empreendedores devem ser capazes de realizar cinco tarefas:

- Identificar e avaliar uma oportunidade; Definir um conceito de negócio;
- Identificar os recursos necessários;
- Adquirir os recursos necessários;

- Implementar o negócio.

Matriz do empreendedor de Timmons, (1989)



Adaptado de Sarkar, 2014

alexandremgcosta

alexandremgcosta

alexandremgcosta

Características dos empreendedores de sucesso:

- Paixão pelo negócio.
- Foco no produto/consumidor.
- Tenacidade apesar do fracasso, o empreendedor volta a tentar sempre que falha, e não desiste se algo não corre bem.
- Inteligência de execução. A capacidade de transformar pensamentos, criatividade e imaginação em algo concreto e com resultados concretos/mensuráveis.

Alguns mitos sobre empreendedores por Barringer e Ireland:

- Mito 1: Os empreendedores nascem, não podem ser formados. O consenso de muitos estudos é que ninguém "nasce" empreendedor.
- Mito 2: Os empreendedores arriscam (gamblers). A maioria dos empreendedores assume riscos de forma
- Mito 3: Os empreendedores são motivados por dinheiro. É ingénuo pensar que os empreendedores não pensam no dinheiro, mas não é essa a razão pela qual pensam em ter o seu próprio negócio.
- Mito 4: Os empreendedores são jovens e cheios de energia. A faixa etária com mais empreendedores (fase inicial) é a dos 25-34 anos.
- Mito 5: Os empreendedores gostam do mediatismo. Alguns empreendedores são extravagantes, mas a maioria prefere o anonimato.

Alguns mitos do empreendedorismo por Sarkar:

- Mito 1: É preciso muito dinheiro para começar.
- Mito 2: É preciso ter uma grande ideia para começar.
- Mito 3: Os empreendedores são amantes do risco.
- Mito 4: Empreender quando se é novo.
- Mito 5: É preciso muita educação, principalmente em gestão, para ter sucesso.
- Mito 6: Ser empreendedor é "sexy".

Os empreendedores começam com um estímulo:

Externo: O empreendedor decide avançar com um negócio, procura e identifica uma oportunidade, e cria o negócio!

Interno: O empreendedor conhece um problema ou uma lacuna e cria um negócio para a sua resolução.

Ideia: Representação que se forma no espírito; Pensamento; Lembrança, memória; plano, intenção. Uma ideia pode ou não atender aos critérios de uma oportunidade (Barringer & Ireland, 2016). Oportunidade: Conjunto de circunstâncias propícias a algo, num determinado momento e num determinado lugar. Um conjunto favorável de circunstâncias que cria a necessidade de um novo

Três formas para identificar uma oportunidade:

produto, serviço ou negócio (Barringer & Ireland, 2016).

- Observar tendências: As tendências criam oportunidades que o empreendedor pode "seguir". É preciso estar atento às alterações que ocorrem.

Forças económicas: Ajudam a identificar áreas onde vale a pena criar negócio e aquelas onde não vale a pena apostar.

Forças sociais: Alteram a forma como as pessoas e as empresas se comportam e definem as suas prioridades, criando oportunidade que podem ser exploradas.

Avanços tecnológicos: Após o aparecimento de uma tecnologia, novos produtos começam a surgir. Alterações políticas e legais: Oportunidade de criar negócios/empresas que vão ajudar outras empresas a cumprir a lei.

Ambiente: Desenvolvimento e sustentabilidade.

- Resolver problemas: Por vezes, a identificação de uma oportunidade pode envolver apenas a identificação de um problema e encontrar uma forma de o solucionar. Muitos negócios/empresas foram iniciados por pessoas que enfrentavam um problema no seu dia-a-dia e perceberam que a sua solução representava uma oportunidade de negócio.
- Encontrar lacunas no mercado: Outra forma de identificar oportunidades é procurar uma necessidade que os consumidores têm, mas que ainda não está satisfeita (lacuna no mercado).

Técnicas para gerar ideias:

- Brainstorming: Técnica para gerar um grande número de ideias/soluções de forma rápida. Envolve um moderador e um grupo de pessoas, orientado para determinado tema/objetivo. O foco está na criatividade e não na avaliação.
- Focus Group: Reunião com um grupo de 5/10 pessoas, escolhidas com base numa característica comum em relação ao tema em discussão. O moderador deve fazer perguntas que permitam manter a discussão no caminho "certo" (focado).
- Inquéritos: Métodos de recolha de dados a partir de uma amostra de uma população (parte do grupo que se pretende estudar), através de questionário ou entrevista.
- Pesquisa (bibliotecas/Internet/Jornais): As bibliotecas são uma fonte subutilizada para gerar novas ideias.
- O Design Thinking é uma metodologia de resolução de problemas centrada nas pessoas. Fases do Design Thinking:
- Empatia: Calçar os sapatos do outro. É preciso compreender as pessoas para quem estamos a "desenhar".

Suas tarefas:

- Entrevista: Conhecer as necessidades da pessoa relativamente ao problema.
- Cavar mais fundo: 2ª entrevista para conhecer a pessoa.
- Definição: Uma boa inovação precisa de um bom problema. A definição é fundamental para o design, porque exprime claramente o problema que se tenta resolver (statement), funcionando como um trampolim para a geração da solução.

Suas tarefas:

- Aprender descobertas: Resumir/organizar dados recolhidos.
- Assumir posição: Uma frase que resume o problema, o ponto de vista de quem analisa.
- Idealização: Diversidade de soluções.

Suas tarefas:

- Desenhar: Desenhar várias propostas/soluções. alexandremgCPartilhar: Mostrar os desenhos/soluções.OSIa

alexandremocosta

- Refletir e gerar nova solução: Depois de mostrar, reformular desenho/proposta.
- Protótipo: Pensar com as mãos.

Suas tarefas:

- Construir a solução: Construir um protótipo da solução.
- Teste: Aprender com os outros.

Suas tarefas:

- Partilhar solução e recolher feedback.

Características do Design Thinking:

- Desenho/projeto centrado nas pessoas: Empatia com as pessoas e feedback são fundamentais para um bom design.
- Experimentação e prototipagem: A prototipagem é uma forma de validar a ideia e é, também, uma parte do processo de inovação; construímos para pensar e aprender.
- Preferência pela ação: Não é uma metodologia de "reunir e pensar", mas de "fazer".
- Mostrar, em vez de dizer: Criar experiências, com recursos visuais, contar histórias, comunicar a visão de uma forma impactante.
- Repetição: Entrevista, desenho, teste.

Análise de viabilidade é o processo de determinar se uma ideia de negócio é viável. Permite a revisão e alteração da ideia, com base no feedback recebido.

O objetivo é avaliar a ideia antes de gastar recursos com a mesma!

Parte 1: Viabilidade do bem/serviço - É uma avaliação global do interesse do bem/serviço proposto. Antes de se iniciar a produção, deve-se procurar ter a certeza que o bem/serviço corresponde ao desejado pelos clientes.

Deve incluir:

- Desejabilidade do bem/serviço: Faz sentido? É razoável? É algo que vai entusiasmar os clientes? É recebido feedback de melhorias.
- Procura do bem/serviço: Duas etapas para avaliar a procura do bem/serviço: falar com potenciais clientes e utilizar ferramentas online para avaliar a procura.

Parte 2: Viabilidade da indústria/mercado-alvo - É uma avaliação geral da indústria e do mercadoalvo onde o bem/serviço se insere/dirige.

Deve incluir:

- Atratividade da indústria: As indústrias têm diferenças quanto ao grau de atratividade.
- Atratividade do mercado-alvo: O desafio é encontrar um mercado-alvo suficientemente grande para justificar o investimento, mas pequeno o suficiente para não atrair concorrentes.

Parte 3: Viabilidade organizacional - Pretende verificar se determinada proposta tem competências ao nível da gestão e se dispõe/tem acesso aos recursos necessários para iniciar o negócio.

Deve incluir:

- Capacidade de gestão: É fundamental verificar se o empreendedor/equipa tem as competências necessárias e a paixão que implica um novo negócio.
- Disponibilidade de acesso a recursos: Verificar se o empreendedor/equipa tem os recursos necessários para iniciar o negócio.

Parte 4: Viabilidade financeira

Deve incluir:

- Investimento inicial: Qual o montante de investimento inicial até se poder realizar a primeira venda.
- Desempenho financeiro de empresas semelhantes: Pretende-se estimar o desempenho financeiro da empresa que se pretende criar e compará-lo com empresas já existentes.
 - Atratividade financeira geral da proposta: No estágio de análise de viabilidade, a medida em que uma oportunidade de negócio é positiva em relação a cada fator é baseada numa estimativa e não no desempenho real.

Lobo: Mercado com baixo grau de pressão competitiva. Poucos concorrentes no mercado. Grau de inovação e empreendedorismo elevado.

Raposa: Mercado com elevado grau de pressão competitiva. concorrentes no mercado. Muita inovação e empreendedorismo.

Ovelha: Mercado com elevado grau de pressão competitiva. Muitos concorrentes no mercado. Baixo nível de diferenciação do bem.

Urso: Mercado com baixo grau de pressão competitiva. Poucos concorrentes no mercado. Baixo nível de diferenciação do bem.

Os arquétipos de mercado



Matriz de inovação → sustentabilidade da ideia



O modelo de negócio de uma empresa corresponde à forma de criar valor para os seus stakeholders. O modelo de negócio de uma empresa é fundamental para o seu sucesso tanto no curto, como no longo

Modelos de negócio:

- Standard: Modelo utilizado por empresas já existentes, ou por novas empresas; retrata planos/formas de criar valor, já existentes, para os seus stakeholders.
 - Advertising: Modelo de negócio que permite aos anunciantes ter acesso a nichos de
 - Auction: Baseia-se na existência de uma plataforma para que indivíduos e empresas possam realizar vendas em "modo" leilão.
 - Bricks and Clicks: Modelo em que uma empresa tem presença offline (bricks) e online
 - -Franchise: Modelo em que uma empresa com um bem/serviço de sucesso (franchisador) licencia a sua marca e método de negócio a outras empresas (franchisados).
 - Freemium: Quando uma empresa disponibiliza uma versão do seu serviço sem custos (free), e cobra por uma versão premium desse serviço.
 - Low-Cost: Modelo de negócio já estabelecido que procura baixar os custos do bem/serviço e "servir" um grande número de clientes.
 - Manufacturer/Retailer: Modelo em que o fabricante produz e vende (offline e/ou online) o(s) seu(s) bem(ns).
 - Manufacturer: Modelo em que a empresa cria valor porque produz algo (bem).
 - Peer-to-Peer: Quando a empresa faz a "ligação" entre pessoas que têm um serviço para oferecer e outras pessoas que querem aquele serviço.
 - Razor and Blades: Envolve a venda de bens dependentes a preços distintos um bem (razor) é vendido com desconto e outro (blades) é vendido com preço elevado (margem maior).
 - Subscription: Modelo em que o cliente paga um valor por período (ano, mês, ...) para ter acesso ao bem/serviço.
 - Traditional Retailer: Modelo em que uma empresa vende os bens/serviços produzidos por
- Disruptivo: Modelo com um grande impacto que provoca uma rutura, alterando a forma como os negócios são realizados numa indústria ou nicho de mercado.
 - Low-end disruptions: Procuram-se os clientes com os níveis de exigência mais baixos; conseguir produzir com um baixo custo e, desta forma, vender o mais barato possível.
 - New-market disruptions: Procura chegar aos que não estão a consumir, seja por uma questão de preço, seja porque o bem/serviço disponível "tem" mais do que aquilo que o cliente "quer"; funciona bem com baixos níveis de produção/volumes de vendas.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com as oportunidades detetadas e com a criação de organizações para aproveitar essas oportunidades. Envolve a união de cinco fatores: espírito + recursos + oportunidades + plano + execução.

Espírito empreendedor: Desejo ardente de criar; Necessidade de manter o controlo das situações; Forte convicção na bondade das suas ideias; Espírito capaz de enfrentar a incerteza; Autoconfiança; Persistência e aprender com as suas falhas.

GRACE - Projeto UNI.NETWORK: Tem como compromisso: Promover a ligação e a aproximação entre as Entidades Académicas portuguesas e as Empresas na temática da Responsabilidade Social. Sensibilizar o mundo académico para as boas práticas de Responsabilidade Social e do Empreendedorismo Social, abrangendo a generalidade da oferta formativa. Fomentar a aproximação entre o mundo empresarial e as Entidades Académicas, de forma a haver maior convergência entre a saida dos jovens do mundo académico e entrada na vida laboral.

JAP - Junior Achievement Portugal: Tem como missão inspirar e preparar crianças e jovens para o futuro. Promovem o empreendedorismo consciente e inclusivo através de programas desenhados para a aquisição de competências, desenvolvendo uma atitude e mentalidade empreendedora e contribuir para uma mudança positiva e sustentável.

Diferenciação: Capacidade de a empresa ser percecionada de modo diferente dos seus concorrentes. Diferenciação do produto consiste em criar uma distinção dos outros produtos e dos substitutos.

Diferenciação vertical: Produtos diferem em termos de qualidade.

Diferenciação horizontal: Produtos com o mesmo nível de qualidade possuem características diferentes.

Diferenciação natural: Não é realizada diretamente pelo produtor. Tem a ver com gostos e preferências dos consumidores no mercado ou por exemplo localização do ponto de venda.

Inovações sustentáveis: Contribuem para melhorar a performance dos produtos existentes e a posição da empresa.

Inovações disruptivas: Produtos piores do que os existentes, pelo menos em alguns atributos. Começam por alcançar faixas de mercado menos exigentes e no limite podem apanhar todo o mercado.

O contexto da economia do conhecimento:

Para aumentar os resultados é necessário novos produtos e serviços Concorrência e sustentabilidade da competição

Economia global

Liberalização dos mercados Redução de barreiras geográficas

Componentes de uma cultura empresarial:

- Imagens de negócios que funcionam e têm sucesso
- Oportunidade de praticar atributos dos empreendedores durante a formação
- Disponibilidade de conhecimento formal ou informal para o processo de gerir um negócio independente
- A rede de contactos que forneça oportunidades de entrada no mercado
- Familiarização durante a juventude com tarefas associadas a pequenos negócios

O modelo chinês: Identifica características de personalidade no seio da cultura predominante. Promove a identificação dos empreendedores. Motiva o lançamento dos empreendedores. Modelo identifica as características de personalidade e é orientado para a ação. XANGIEMGCOSTA alexandremocosta

O modelo de Singapura: Atrair investimento estrangeiro. Desenvolver infraestruturas. Criar participação acionaria em indústrias. Incentivar exportação.

Críticas: Dependência excessiva do governo. Falta de democracia. Desigualdade social.

Cultura organizacional: Conjunto de pressupostos básicos para lidar com problemas de adaptação externa e interna. Cultura organizacional deve ser uma cultura empreendedora capaz de trazer consenso e espírito de colaboração.

Função de produção: Descreve como se relacionam as quantidades de produto e de fator. Inovação ocorre quando se altera a forma da função de produção.

A inovação e os mercados:

Monopólio: Um único vendedor.

Oligopólio: Mercado dominado por poucas empresas.

Concorrência monopolista: Monopólios limitados (únicos vendedores de produtos de uma marca, mas

há outras marcas vendidas pela concorrência).

Concorrência perfeita: Comportamento de tomadores de preços.

"Additional pode interpretación de del proposito de de decemberación problema tendado de producion de problema de	 a. De uma estratégia com base na adição de serviços e na realização de publicidade. b. Da marca, das diferenças entre comunidades e preferências do consumidores no mercado, localização do ponto de venda e do desconhecimento do consumidor das características do produto. c. Da diferenciação do produto, tendo em conta os níveis de qualidade d. Nenhuma das opções. 	empreendedora identificam-se as seguintes: a. Ter imagens de negócio bem sucedidos,, e ter uma rede de contactos eficaz. b. Formação académica solida, participação em atividades E ter
a. De uma estratégia com buse na adição de serviços e na realização de pepibolisable en que per este comunidade e perfectorias do b. De umars, das diferencials hosalização do perio de vendra de decembricamento de comunidade de perio de vendra de canadirente de producto. c. De diferenciação do produto, tendo em conto os niveis de qualidade. d. Nembrum dos oppões. A análise de vadribidade do herrisorivo emplosa. b. Nembrum dos expões. C. A atratividade do mercado-alvo. d. A atratividade do indentina de septos. C. Prancisão de septos de serviços podem ser: a. Respecto de la productiva de compressiva de la compre	 de publicidade. b. Da marca, das diferenças entre comunidades e preferências do consumidores no mercado, localização do ponto de venda e desconhecimento do consumidor das características do produto. c. Da diferenciação do produto, tendo em conta os níveis de qualidade d. Nenhuma das opções. 	 a. Ter imagens de negócio bem sucedidos,, e ter uma rede de contactos eficaz. b. Formação académica solida, participação em atividades E ter
coasamádoras no mercado, localização do posto de venda e do desconcimento do camantó dos practivas do produto. E. De diferenciação do produto, tendo em comi os riveis de qualidade. A atratividade per did proposta. N. Nechama dos opões. C. A atratividade per did proposta. A atratividade de mala proposta. Comodetos de registos classificados como disruptivos podem ser: Comodetos de registos classificados como de como d	consumidores no mercado, localização do ponto de venda e de desconhecimento do consumidor das características do produto. c. Da diferenciação do produto, tendo em conta os níveis de qualidade d. Nenhuma das opções.	
desconhecimento do consumidor das camateristicas do produto. D. diferenciação do produto, toda om conta os nivis de qualidade. A minima das opções. A a statividade goal da progres. A statividade por a da produto de contactos efecar. Barcar and blades discriptions. Bricks and clicks discriptions. C. Franches discriptions. C. Franches discriptions. C. Franches discriptions. C. Franches discriptions. De acordo com McCilland, unremprendedor durna pessoa: A repositional para fixer por iniciativa própria. A repositional para disposa e a nove a substitutiva de la mageio podernose: C. Franches disposa di	desconhecimento do consumidor das características do produto. c. Da diferenciação do produto, tendo em conta os níveis de qualidade d. Nenhuma das opções.	medo de falhar.
d. Nenhums dos oppoées. a. A attatividade gent da proposta. b. Nenhums das oppoées. c. Franchis de indistria. Os medelos de appoée de la finiciaria. c. Franchise disruptions. d. Britis, and clicks disruptions. c. Franchise disruptions. d. Britis, and clicks disruptions. e. Franchise disruptions. d. Nenhums dos oppoées. b. Razor and blades disturptions. c. Franchise disruptions. d. Britis, and clicks disruptions. d. Nenhums dos oppoées. d. Nenhums d	d. Nenhuma das opções.	 Não ter medo de falhar e ter uma atitude amante do risco, dispor dos
Analize de viabilidade do hemiserviço englobis: a. A attratividade gard als proposats. b. Nerhama dis oppose. c. A attratividade de metado-alvo. b. A attratividade de metado-alvo. c. A attratividade de metado-alvo. d. A attratividade de metado-alvo. d. B. Razor and bilade sistenptions. d. Biricis and chies distriptions. d. Nemanager. d. Nepowar. d. Nemanager. d. Nepowar. d. Nemanager. d. Nepowar. d. Nemanager. d. Nepowar. d. Nemanager. d. Nemanag		
b. Nenhuma das oppoèse. c. A atrainividade do mercado-alvo. d. A atrainividade do mercado-alvo. d. A atrainividade do mercado-alvo. d. A atrainividade do mercado-alvo. a. Nenhuma das oppoèse. a. Nenhuma das oppoèse. d. Bricks and cilicks disruptions. d. Bricks and cilicks disruptions. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. d. Nenhuma das oppoèse. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. De acordo com McCilland, um empreandedor é uma pessoa: a. Nenhuma das oppoèse. De acordo com or Pofésoar Soundily Safar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Cilianda de dinheiro. De acordo com or Pofésoar Soundily Safar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que ervolve muita ediacação, com especial emfise para formação em Gestão. D. O processo de criação com expansão de negócios que são inovadores ou que mascema a partir de oportunidades identificados. de dinheiro. De acordo com or Pofésoar Soundily Safar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que ervolve muita ediacação, com especial emfise para formação em Gestão. D. O processo de criação com expansão de negócios que são inovadores ou que mascema a partir de oportunidades identificados. de dinheiro. De acordo com o em acordo em securito e un resultante de um circulad quanti de dinheiro. De acordo com o em acordo em como passoalo, quer em forma de de sunderidad quanti de dinheiro. De acordo com o em como passoalo, quer em forma de de sunderidade de mascendo evo que en forma de desempenho des pordunados de poções. A posições sutrestivació? a. São inovações incrementais que a empreas incumbentes que rempendo de pordunados evo que em como de desempenho des pordunados de poções. A proce		
c. A stratividade do mercado-alvo. d. A stratividade do mercado-alvo. Cos modelos de negéto classificados como disruptivos podem ser: a. Necluma das opções. b. Razor and blades distruptions. d. Bricks and elicks disruptions. d. Bricks and elicks disruptions. De acordo com McCfelland, um empreendedor é uma pessoa: a. Na-shivevment. b. Na-filiation. c. N-manager. d. Repeated de commicação coral escrita). d. A capacidade para adaptar-se a novos ambientes. d. A capacidade para adaptar-se a novos ambientes. d. A capacidade de commicação coral escrita). d. A repositade de commicação coral escrita de coral escrita de commicação coral escrita de cor		
d. A stratividade da indistria. a. Nemburas das oppões. b. Razor and blades disruptions. c. Franchise disruptions. d. Bricks and chicke disruptions. b. Razor and blades disruptions. c. Franchise disruptions. d. Bricks and chicke disruptions. b. A punido pelo negotio. c. A capacidade para fazer por iniciativa pripria. c. A capacidade para diaptur-se anono ambiento. c. A capacidade para diaptur-se anono ambiento anono ambie	1,	
Os modelos de negécio classificados como disruptivos podem ser: a. Nenhuma das opções. b. Razor and blades disruptions. d. Bricks and clicko disruptions. d. Bricks and clicko disruptions. c. Prancise disruptions. b. Neshievement. Nechievement. Ne Alexentificar oportunidades de negécio podemos: a. Organizar uma sessão de brainstorming. b. Todas as opções. d. Per em atenção e conseçue envolve musia educação, com especial enfise para formação em Gestão. D. D. Do processo de crinção e dou expansão de negócios que são inovadores ou que mascem a partir de oportunidades inovadores ou que mascem a partir de		
a. Nenhuma das opções. b. Raror and bladec distruptions. c. Franchise distruptions. d. Bricks and chicke distruptions. De acordo com McClelland, um empreendedor é uma pessoa: a. N-achitevement. a. N-achitevement. b. N-artification. b. N-artification. c. A capacidade para adaptar-se a novos ambientes. d. A capacidade de commiscação foral e esertia). b. A prower. Para identificar optorunidades de negócio podernos: a. Royanarar uma sessão de brainsterming. b. Todas so opções. c. Realizar um focus group. d. Tor em atenção a evolução tecnológica. De acordo como o Professor Soumedip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflise para formação em Gestão ciriu expansão de la englecio ciriu expansão de la materia de dinheiro. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Vim processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Soa invesações austentiveis? a. San invovações radicais que sa		
c. Pranchise disruptions. d. Bricks and felicks disruptions. c. Nachievement. a. Nachievement. b. Naffiliation. c. Nanuinger. a. Nachievement. c. Nanuinger. b. Naffiliation. c. Nanuinger. b. Naffiliation. c. Nanuinger. b. Todas as oppões. c. Realizar um focus group. c. Lapert Idea Generator. d. Improcesso que envolve muitu educação, com especial enflase para formação em Grestão. c. Um processo que envolve muitu educação, com especial enflase para formação em Grestão. c. Um processo que envolve muitu educação, com especial enflase para formação em Grestão. c. Um processo que envolve muitu educação, com especial enflase para formação em Grestão. c. Um processo que envolve muitu educação, com especial enflase para formação em Grestão. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quuntia de danheiro. d. Antendores para ju alcaçar patamares de mercado de mercado. d. Nenhuma das opções. d. São inovações radicais que flo descenvolvidas pelas empresas incumbentes que indera o mercado lança regulamente, para manter o seu posicionamento e as seus clemes satisfeitos. d. A atraitividade do individado de mercado-alvo engloba: a. A atraitividade do mercado-alvo engloba: a. A atraitividade do mercado-alvo engloba: a. A atraitividade do mercado-alvo engloba: a. A procentar as a operenturidade e viávide tem intereses. d. A deseptibilidade com acesso as secursos materiais. d. Da atraitivada do emercado-alvo engloba: a. Contraita de materiar e contraita de composito e conforma de os	a. Nenhuma das opções.	
d. Bricks and clicks disruptions. De acordo com McClelland, um empreendedor é uma pessoa: a. Nachtevement. b. Naffiliation. c. Namager. d. Nepower. d. Nepo		
d. A capacidade de comunicação (oral e escrita). a. N-achivement. a. N-achivement. b. Naffiliation. c. N-manager. d. N-powers de la Pista del Pista de la Pista de la Pista de la Pista del Pista de la Pista del Pista de la Pista de la Pista del Pista d		
De acordo com McClelland, um empreendedor è uma pessoa: a. Nachievement. b. Naffiliation. c. Namanger. d. Nyower. d. Nyower. d. Nyower. d. Nyower. d. Nyower. d. Organizar uma sessio de brainstorming. a. Organizar uma sessio de brainstorming. b. Todas as opções. c. Realizar um fices group. d. Ter em tatesplo a evolução tecnológica. De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muitar deucação, com especial en flase para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadors ou que nascera partir de oprominadades identificades. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma dis opções. d. Nenhuma dis opções. c. Nenhuma dis opções. d. A procesar do beni errepenso de desempenho dos produtos, quer em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-alvo em termos dia litagidos de mistrar e do mercado-	d. Bricks and clicks disruptions.	
a. Neachivement. b. Naffiliation. c. N-manager. d. Nyower Para identifican operundades de negócio podemos: a. Organizar uma assaia de brainstorming. b. Todas as opções. c. Realizar um focus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. d. Ter em atenção a tecnológica. d. Ter em atenção a tecnológica. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. d. Ter termações que terrovo de muitar educação, com especial enfáse para formaçõe em Gestão. d. D. Termações que terrovo de muitar educação, com especial enfáse para formações autentaves e de operações que serviço e investimento de uma elevada quanta de dinheiro. d. Nenhuma das opções. d. São inovações sustantáveis? a. São inovações sustantáveis? a. São inovações sustantáveis? a. São inovações sustantáveis? b. São inovações sustantáveis? a. São inovações sustantáveis e desemento de semento de sem	De acordo com McClelland, um empreendedor é uma pessoa:	
c. Nemamager. d. Nepower. d. Nenhuma das oppões. Dos cordo com o Professor Soundoip Sarkar, o empreendedorism pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflas para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negécios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificades. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. d. Nenhuma das opções. D. São inovações radiciais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos da laçaçar patamares de l'internador que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das figações de mercado. A máliste de viabilidade da indistria e do mercado-alvo engloba: A a comovações intercisar que a empresa incumbente que rompem tom o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos da fisaça em cando. Nenhuma das opções. A analiste de viabilidade da indistria e do mercado-alvo engloba: A a A a comovaçõe saverenitaria que a empresa incumbente que informat reta disseminação do empreendedorismo atrivé: A procum do bemáserviço A a A fatinaridade do mercado-alvo engloba: B. De cuma formação teórica intensiva em colaboração com a secolas secundárias, sendo nalguns paises a única forma de os jovens concluirem os seus estudos. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negocios micromepresas e empresas virtuais. B. Ser capaz de "inventar" a roda. C. Popocesos de aprendizagem de práticas de gestão a plicadas em pequenos negocios micromepresas e empresas virtuais. D. De carodo com a matriz do empreendedories. Da acidade da indistria e do mercado-alvo en pequenos negocios micromepresas e empresas virtuais. D. Porterminar e a oportunidade é viável e tem interesse. D. Determinar e a oportunidade é viável e tem satentabili	a. N-achievement.	 Desenvolver tendências de negócio.
d. N-power. a. Norganizar uma sessão de brainsforming. b. Todas as opções. c. Realizar um focus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enfises para formação em Gestão. b. O por pocesso de envolve muita educação, com especial enfise o para formação em Gestão. c. Um processo que envolve muita educação, com especial enfise para formação em Gestão. d. Venhuma das opções. O que solo inovações sustentíveis? a. São inovações sudiciais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passaod, quer en termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado do mercado alaya regulamente, para mater o seu posicionamento cos esseus elientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indistria e do mercado-alvo engloba: a. A a tratividade do mercado-alvo engloba: a. A a tratividade do mercado-alvo engloba: b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com a secolas secundárias, sendo nalgums países a única forma de os jovens concluiros posessos desenvolvidas pelas empresas incumbentes que nompem com o passaodo, quer en termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado de mercado alva, regulamente, para mater o seu posicionamento cos esses elientes satisfeitos. A análise de viabilidade de indistria e do mercado-alvo engloba: a. A a tratividade do mercado-alvo engloba: b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com a secolas secundárias, sendo nalgums países a única forma de os jovens concluiros posessos empreendedores. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, micrempersas e rimate de praticas de gestão aplicadas en popurados capacidades de invalvações e a pointo logistico necessánios à ciração de novos empreendedores. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em popucos negócios, micrempersas e rimate de material de mitura de material de m		
Plani identificar oportunidades de negócio podemos: a. Organizar uma sessa de brainstorming. b. Todas as opções. c. Realizar una focus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve nuita educação, com especial enfãse para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão da negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma clevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentiávei? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empressa incumbentes para aleançar patamares de interesdo numerado alvaça regularmente, para manter o seu posicionamento e so seus cientes satisfações. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo emplorator ta discientes satisfações. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo emplorator ta discientes satisfações. A monado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e so seus cientes satisfações. A monado el viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A artarividade do mercado-alvo engloba: a. A composibilidade com acresso aos recursos materiais. O projeto. Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do seu necesso aos recursos materiais. O projeto. Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do sem precendedorismo através: a. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios; microemperas e rempresas virtuais. B. Ser capaz de "inventar" a roda. b. De composições de producidos de de nacio de composições de producidos de minorações desenvolvimente para a composições de producidos de mercado-alvo en pequente particidade do mercado-alvo en pequencido de financiamento adequados e de apoio logistico necessinos à criação de novos empreendedores. De procesos de aprendizagem de práticas de gestão a	•	•
a. Organizar uma sessão de brainstorming. b. Todas as oppões. c. Realizar um ficeus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflise para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. Que são inovações austentáveis? A. São inovações antáciais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos da sigações de merado- que rompem com o passado, quer em termos da sigações de merado. A análise de vialuidanden finão sistía/zem. A análise de vialuidade da indistira e do merado-alvo engloba: a. A a tartividade do merado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e ompreendedoros merado lança regulamente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A presentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a producir a de inheiro. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formeedores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais colaboracias em aspetos como as fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em aspetos como as f		
b. Todas as opções. c. Realizar um focus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. Da ecordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflãse para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negécios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades destirificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Venhuma das opções exteriar uma ideia de negócio a potenciais investidores, focado em aspetos como o problema e a solução. O que ato inovações sustentivei? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empressa incumbentes que rompem com o pussado, quer em termos de desempenho dos produbes, quer em termos de desempenho dos produbes, quer em termos de desempenho dos produbis, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. A disponibilidade do micrativa e do mercado-alvo engloba: a. A a tartividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procuma do bemíserviça. a. Nenhuma das opções. c. A procuma do bemíserviça e a compressa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus cientes satisfetios. A análise de viabilidade da midratira e do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procum do bemíserviça. a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundáras, sendo nalguns paises a dirica forma de os jovens conclúrem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microrempressa e empreendedorism. De acordo com a matirz do empreendedorism a concomitado e investado e menção de desenvolvindas pelas empresas virtuais. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Permitir a criação de start-ips. Difustado de intarior a comessão de apoid logistico necessão à criação de novo empreendedorismo sa torica de sema percado de sema objeto de suma partiva de vivide e tem interesse. d. De termina		
c. Realizar um focus group. d. Ter em atenção a evolução tecnológica. De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflise para formação em Gestão. D. O processo que envolve muita educação, com especial enflise para formação em Gestão. D. O processo que mescem a patrir de oportunidades identificadas. e. Um processo que envolve o investimento de uma clevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentáveis? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das liagoções de mercado. e. Nenhuma das opções. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atrividade do mercado-alvo engloba: a. A disponibilidade do indústria e do mercado-alvo engloba: a. Nenhuma das opções. A popes do inivor Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante to a disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalgums países a dincia forma de os jovens concluirem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão epicadas em pequenos negócios, microempresas e empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostrão à crinação de novos empreendedores. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com gandes capacidades de inovação, por anades capacidades de inovação grandes capacidades de novos empreendedores. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com gandes capacidades de inovação. A nentral ma ideia de negócio a potenciais investidores, focado em septos como as fontes de financiamento. d. Aguns dos efeitos negácios de innecado-alvo aprendades capacidades de inovação de emacendo-alvo empreendedor a mercado alvo. A análise de viabilidade de um mercado-alvo empreendedor em concluirem os sous		
d. Empathic super-salesperson. de definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflise para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentivates? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções de mercado. d. Nenhuma das opções de mercado. d. Nenhuma das opções de mercado. d. Nenhuma das opções e de mercado evo es seus clentes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atraitividade do mercado-alvo engloba: a. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. d. Da atribuição de financiamento adequados e da poto logistico necessários à critação de novos empreendedores. a. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas se concluirem os seus estudos. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. C. per porcesso de aprendizagem de priticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e da poto logistico necessários à critação de novos empreendedores. D. Empathic super-salesperson. a. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais investidores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. A presentar uma ideia de negócio a potenciais formecedores, focado em se servicia de mercado-alvo an idea de negócio a potenciais investidores, focado em sepetos como as fontes de financiamento. Al	c. Realizar um focus group.	b. Real Manager.
De acordo com o Professor Soumodip Sarkar, o empreendedorismo pode ser definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enflase para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de una clevada quantia de dinheiro. de dinheiro. Que são inovações sustentáveis? a. São inovações sustentáveis? a. São inovações desenvolvidas pelas empressa incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos de desempenho dos mercado lança regulamente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análiss de viabilidade de mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A datos de viabilidade el megócio a potenciais investidores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. Alguns dos efeitos negativos do empreendedorires nos são: a. Desembranda as opções. c. Influenciar o papel das pessoas na sociedade e na economia. de viabilidade de indistria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A tratividade do mercado-alvo engloba: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundarias, sendo nalgums paises a única forma de os jovers concluirem os seus estudos. c. De processos de aproduzagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. b. Ser capaz de "inventur" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio ideia. d. Ter formação en Gestão. a. Nenhuma das opções. b. Mantima de popce. c. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções	 d. Ter em atenção a evolução tecnológica. 	
definido como: a. Um processo que envolve muita educação, com especial enfâse para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de inhierio. de dinheiro. Que são inovações sustentiveis? a. São inovações tradicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. A atratividade do mercado-alvo en globa: a. A atratividade do mercado-alvo en gobalidade da indistria e do mercado-alvo en sesso com com o problema a a solução. d. A disponibilidade e foi audistria e do mercado-alvo en sesso concluirem os seus estudos. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante má disseminação do em aspetos como o problema a solução. d. A disponibilidade e dinacinamento de foi mercado due em aspetos como a fontes de financiamento. d. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. d. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como a fontes de financiamento. d. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. d. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. d. Apresentar uma ideia de negócio a potenciais colaboradores, focado em aspetos como as fontes de financiamento. d. Permitir a criação de start-ips. A análise de viábilidade do indivíduo de transformar ideias em aspetos como as fontes de financ		
a. Um processo que envolve muita educação, com especial enfise para formação em Gestão. b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que mascem a partir de de denheiro. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de denheiro. d. Nenhuma das opções. a. São inovações sustentaiveis? a. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos das disentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. dos mercado lança regulamente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análiss de viabilidade de individuo de transformar ideias em consporte de la composição de mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A dissomibilidade e dindistria e do mercado-alvo engloba: a. A dissomibilidade e dindistria e do mercado-alvo engloba: a. A dissomibilidade e dindistria e do mercado-alvo engloba: a. A dissomibilidade de individuo de transformar ideias em consorte de influenciar o papel das pessoas na sociedade e na economia. Permitir a criação de start-ips. A anális de viabilidade é um processo. b. Nenhuma das opções. c. De processos de apulamente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A procura do bemiserviço. De terminar se a oportunidade é viável e tem interesse. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns paises a únicia forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e ampresa virtuais. d. Da atribuição de financiamento do individuo de transformar ideias em aspetos como as fontes de financiamento de maspetos como as fontes de financiamento de individuo de transformar ideias em aspetos como as fontes de financiamento de individuo de transformar ideias em capacidades é viabilidade é um processo.		
b. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentaveis? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes para alcançar patamares de mercado gue rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos da ligações de mercado. C. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indivistra e do mercado-alvo en podutos, quer em termos da lisgações de mercado. A handise de viabilidade do mercado-alvo. A nenhuma das opções. C. A procura do bem/serviço. A a hafísis de viabilidade é um processo que pretende: a. A atratividade do mercado-alvo em podutos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns paises a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logistico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser emprendedor é importante: a. Gostar de arriscar. B. Ser capaz de "inventar" a roda. C. Ser apaixonado pelo negócio/ídeia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de decessão de gestão e: a. Nenhuma das opções. De		
inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. c. Um processo que envolve o investimento de uma clevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentáveis? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que habitualmente não satisfazem. b. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. d. A sinovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. e. Nenhuma das opções. d. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação do a mercado-alvo em portante na disseminação do empreendedorismo servações: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação do empreendedorismo através: a. Deservolver a capacidade do individuo de transformar ideias em queção. c. Influenciar opapel das pessoas na sociedade e na economia. Permitir a criação de start-ips. A análise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. d. Determinar se a loida é viável e tem sustentabilidade. D processo de processo de aportunidade é viável e tem sustentabilidade. D processo de processo de aportunidade e viável e tem sustentabilidade. D processo de processo de seguradore em pequenos negócios, microemp		
c. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes para alcançar patamares de mercado que habitualmente finos satisfazem. b. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes para alcançar patamares de mercado que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos de desempenho des produtos, que tradicidade de invo		
de dinheiro. d. Nenhuma das opções. O que são inovações sustentáveis? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresado que hábitualmente não satisfazem. b. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento cos seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem serviço. d. A disponibilidade c'ou accesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negécios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logistico necessários à ciração de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arrisear. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação o grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. Capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. c. A analise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade com carcesso. a. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de desenvolvimento		
d. Nenhuma das opções. Alguns dos efeitos negativos do empreendedorismo são: a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes para alcançar patamares de imerçado que rompen com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos da ligações de merçado. d. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompen com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos da ligações de merçado. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o merçado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfaitos. A análise de viabilidade da indústria e do merçado-alvo engloba: a. A atratividade do merçado-alvo engloba: a. A atratividade do merçado-alvo engloba: d. A fisponibilidade de via acesso aos recursos materiais. d. Peremitir a criação de start-ips. A análise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os joves concluírem os seus estudos. d. Peremitir a criação de start-ips. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os joves concluírem os seus estudos. C. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. D. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: D. Rentura das opções. D. Portessor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor de empresa e oportunidade. O Tordites de desemvolvimento tecnológico. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de empresa que usa este modelo temos: D. Ventura das opções. D. Ventura da		
O que são inovações sustentáveis? a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresas incumbentes que incumbentes para alcançar patamares de mercado que habitualmente não satisfazem. b. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus eftentes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo en lo mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus eftentes satisfeitos. A a ratatividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade é/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negécios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logistico necessários à ciração de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arrisear. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A Amailise de viabilidade do mercado-alvo. b. Nenhuma		cin aspetos como as fontes de financiamento.
incumbentes para alcançar patamares de mercado que habitualmente não satisfazem. b. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo engloba: a. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. d. Porocura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. b. De uma formação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Costar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. Nenhuma das opções. c. A atratividade do mercado-alvo. d. Di traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A Amazon. d. O Twitter. A análise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. A análise de viabilidade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. c. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. A da acetaria de viável e tem interesse. d. Do tradi	. ,	
b. São inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade cíou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns paises a única forma de os jovens concluirem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de start-ips. Permitir a criação de start-ips. Permit	a. São inovações radicais que são desenvolvidas pelas empresa	
rompem com o passado, quer em termos de desempenho dos produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A artartividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluirem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. A análise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. b. Todas as opções. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. b. Todas as opções. c. Determinar se a oportunidade o viável e tem interesse. b. Nenhuma das opções. c. De terminar se a oportunidade o viável e tem interesse. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de empresa que usa este modelo temos: a. Nênhuma das opções. b. A Amazon. d. O Twritter. A anal	habitualmente nao satisfazem.	b. Nenhuma das opçoes.
produtos, quer em termos das ligações de mercado. c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement – Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções ecundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. D a atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovações e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. c. A Amazon. d. O Tvitter. A análise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. b. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. De Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo eUrope, o qual é um processo empreendedor como o processo ellorope, o qual é um processo ellorope, o qua	o. Sao inovações desenvolvidas pelas empresas incumbentes que romnem com o passado quer em termos de desempenho do	c. influenciar o papei das pessoas na sociedade e na economia. d. Permitir a criação de start-ins
c. Nenhuma das opções. d. São inovações incrementais que a empresa incumbente que lidera o mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade do mercado-alvo. a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem'serviço. d. A disponibilidade e'ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement – Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. A análise de viabilidade é um processo que pretende: a. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. b. Todas as opções. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreended como o processo eUrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas econômicas e as políticas de as políticas de empreado de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novação de novação e a portunidade. De acordo com a matriz do empreendedor d	produtos, quer em termos das ligações de mercado.	d. Termin a eriação de suit ips.
mercado lança regularmente, para manter o seu posicionamento e os seus clientes satisfeitos. A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement – Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalgums países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Hentuma das opções. C. A disabilidade é un processo que pretende: a. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. b. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo eUrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empreenade em	c. Nenhuma das opções.	
A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Costar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. c. A dascajabilidade do mercado-alvo. b. Sen capaz de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. A dascajabilidade do mercado-alvo. b. Sen paixonado pelo negócio/ideia. c. A dascajabilidade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo eUrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de inovação. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de inovação. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, o pla		
A análise de viabilidade da indústria e do mercado-alvo engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negécios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de finovação e grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de lonovação e grandes capacidades de		;
a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. Determinar se a ideia é viável e tem interesse. b. Todas as opções. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. b. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. c. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo eUrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de cesnómicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		A análise de viabilidade é um processo que pretende:
c. A procura do bem/serviço. d. A disponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovena concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De terminar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem interesse. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo eUrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de conómicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de conómicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de conómicas e as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nênhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Vaño linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento de movação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de expendades. c. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo d	e e e e e e e e e e e e e e e e e e e	
d. Adisponibilidade e/ou acesso aos recursos materiais. O projeto Junior Achievement - Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. d. Determinar se a oportunidade é viável e tem sustentabilidade. O Professor Soumodip Sarkar identifica o processo empreendedor como o processo elvrope, o qual é um processo a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas e conómicas e as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A analzio. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
O projeto Junior Achievement — Young Enterprise tem tido um papel importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresa virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De aratiz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de mercado-alvo. b. Nan linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de univos que englos entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. Não linear, que engloba entre outros fa		
importante na disseminação do empreendedorismo através: a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Naão linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de económicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
 a. Nenhuma das opções. b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas económicas e as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço. 		
b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escolas secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, as políticas de desenvolvimento tecnológico. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, a políticas de ceconómicas e as políticas de inovação. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
secundárias, sendo nalguns países a única forma de os jovens concluírem os seus estudos. c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ídeia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Menhuma das opções. c. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.	b. De uma formação teórica intensiva em colaboração com as escola	políticas de desenvolvimento tecnológico.
c. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. De processos de aprendizagem de práticas de gestão aplicadas em pequenos negócios, microempresas virtuais. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		s b. Nenhuma das opções.
pequenos negócios, microempresas e empresas virtuais. d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. d. Não linear, que engloba entre outros fatores, o plano e as oportunidades. O traditional retailer é um tipo de modelo de negócio standard, e como exemplo de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
d. Da atribuição de financiamento adequados e de apoio logístico necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Hantise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
necessários à criação de novos empreendedores. Para se ser empreendedor é importante: a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Renhuma das opções. c. A desejabilidade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
a. Gostar de arriscar. b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. de empresa que usa este modelo temos: a. Nenhuma das opções. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
b. Ser capaz de "inventar" a roda. c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. a. Nenhuma das opções. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
c. Ser apaixonado pelo negócio/ideia. d. Ter formação em Gestão. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. b. A Apple. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
d. Ter formação em Gestão. c. A Amazon. d. O Twitter. De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. c. A Amazon. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.	*	* * * * * * * * * * * * * * * * * * * *
De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. d. O Twitter. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.		
De acordo com a matriz do empreendedor de Timmons, um individuo com grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é: a. Nenhuma das opções. b. Empreendedor. A analise de viabilidade financeira engloba: a. A atratividade do mercado-alvo. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço.	a. 101 formayao em 900000.	
 a. Nenhuma das opções. b. Nenhuma das opções. c. A desejabilidade do bem/serviço. 		A analise de viabilidade financeira engloba:
b. Empreendedor. c. A desejabilidade do bem/serviço.	grandes capacidades de inovação e grandes capacidades de gestão é:	a. A atratividade do mercado-alvo.
Very A Normalia Control of the Contr	•	

Os empreendedores podem começar com um estímulo interno, ou seja: No espaço dos arquétipos, que integra o modelo integrado desenvolvido pelo O empreendedor já conhece um problema ou uma lacuna e, por isso Professor Soumodip Sarkar para descrever o comportamento de um mesmo, decide avançar com um negócio para a sua resolução. produto/empresa, um urso representa: Um alto grau de pressão competitiva e um baixo nível de O empreendedor decide avançar com um negócio, mas como não sabe o que fazer, recorre à metodologia do design thinking para diferenciação/inovação. perceber que negócio deve criar. b. Um baixo grau de pressão competitiva e um baixo nível de O empreendedor decide avançar com um negócio, mas como não diferenciação/inovação. sabe o que fazer, procura e identifica uma oportunidade para criar o Um baixo grau de pressão competitiva e um alto nível de c. negócio. diferenciação/inovação. Nenhuma das opções. Um alto grau de pressão competitiva e um alto nível de diferenciação/inovação. A inovação é um processo caro que não pode ser deixado ao acaso, tem de ser A observação de tendências é uma forma de: Melhorar as ideias de negócio. Deve ser um processo mais estruturado para evitar que ocorram b. Nenhuma das opções. Identificar oportunidades de negócio. desvios em relação ao que foi planeado. c. Deve ter uma flexibilidade, de modo a dar espaço para a d. Resolução de problemas centrada nas pessoas. experimentação e para poderem ocorrer fenómenos de serendipity. Nenhuma das opções. Deve ser um processo muito estruturado, que deve minimizar os processos de experimentação e não admitir erros, dados que estes aspetos só contribuem para aumentar custos de um processo já de si oneroso. A análise de viabilidade organizacional engloba: O Global Entrepreneurship Monitor define o empreendedorismo como: Todas as opções. Um processo que envolve o investimento de uma elevada quantia A atratividade do mercado-alvo. de dinheiro. h. A desejabilidade do bem/serviço. O processo de criação e/ou expansão de negócios que são A disponibilidade e o acesso aos recursos. inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. Um processo que envolve o desenvolvimento de uma ideia com um elevado grau de risco/incerteza. Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio já existente. Numa economia do conhecimento, as empreas devem desenvolver novos As novas ideias de negócio pode ter origem: produtos e novos serviços para garantirem os seus resultados, dado que numa Numa análise de viabilidade financeira. economia global o sucesso é conseguido com base em vantagens competitivas b. Nenhuma das opções. alcançadas através: Numa sessão de design thinking. c. De um maior e melhor acesso ao conhecimento científico e à Em algo desejado pela própria pessoa. tecnologia. De um maior e melhor acesso a recursos financeiros alexandremgcosta ale exandremgcosta Do acesso livre à infraestrutura física e a boas políticas de fomento ao investimento.