

NOME \_\_\_\_\_

Nº \_\_\_\_\_

**GRUPO I – (12 valores, 60 minutos)**

**Instruções:** Em cada questão, uma resposta acertada vale 1 valor e uma resposta errada **desconta** ¼. Uma resposta em branco não afeta a classificação. A nota mínima deste grupo é 0 (zero).

1. É VERDADE que:

- A. As estruturas divisional e matricial são macroestruturas básicas.
- B. Alguns dos determinantes da estrutura organizacional incluem dimensão da empresa e do mercado.
- C. Não existem estruturas organizacionais híbridas.
- D. A estrutura matricial é baseada na divisão por funções.
- E. A macroestrutura por unidade estratégica de negócios dificulta controlar a variedade de negócios.

B

2. A descrição, requisitos e responsabilidades das funções numa empresa pode NÃO ser útil para:

- A. Processo de seleção.
- B. Avaliação de desempenho.
- C. Promoções.
- D. Definição de salários.
- E. Relação com comunidade.

E

3. No caso de um carro Lamborghini Aventador a segmentação de mercado, mercado alvo e posicionamento estratégico são:



A

- A. Segmentação de mercado: rendimento, personalidade e estilo de vida, atitude psicológica em relação ao produto. Mercado-alvo : milionários, personalidade extravagante, amantes de carros superdesportivos. Posicionamento estratégico: carros desportivos únicos em design e desempenho.
- B. Segmentação de mercado: rendimento, personalidade e estilo de vida, atitude psicológica em relação ao produto. Mercado-alvo : milionários, personalidade extravagante, amantes de carros superdesportivos. Posicionamento estratégico: um dos líderes do ranking dos carros superdesportivos.
- C. Segmentação de mercado: milionários, personalidade extravagante, amantes de carros superdesportivos. Mercado alvo: carros superdesportivos. Posicionamento estratégico: um dos líderes do ranking dos carros superdesportivos.
- D. Segmentação de mercado: rendimento, personalidade e estilo de vida, atitude psicológica em relação ao produto. Mercado-alvo : carros superdesportivos. Posicionamento estratégico: um dos líderes do ranking dos carros superdesportivos.
- E. Segmentação de mercado: milionários, personalidade extravagante, amantes de carros superdesportivos. Mercado alvo: carros superdesportivos. Posicionamento estratégico: carros desportivos únicos em design e desempenho.

4. Quais dos seguintes fatores NÃO integra a envolvente contextual de uma empresa?

- A. Hábitos Culturais
- B. Tecnologia Existente
- C. Os *stakeholders*
- D. Fatores legais.
- E. Fatores políticos

C

5. Se o Custo Variável Unitário for de 15% do Preço de Venda de ar condicionado é VERDADE que:

- A. Se os Custos Fixos são 850 a Receita no ponto crítico de vendas é 100.
- B. Se o Preço de Venda for 100 a Margem de Contribuição Unitária é 85.
- C. Se os Custos Fixos são 1500 o Ponto Crítico de vendas é 1000.
- D. Se o Preço de Venda for 100 a Margem de Contribuição Unitária é 15.
- E. Duas alternativas estão corretas.

B

6. Se os rendimentos operacionais forem 1500 u.m, os rendimentos financeiros forem 120 u.m. , os gastos operacionais 990 u.m. e os gastos financeiros 1100 u.m. temos:

- A. O Resultado Operacional é 510 u.m., o Resultado Financeiro é (980) u.m. e o Resultado Líquido do Exercício é (470) u.m.
- B. O Resultado Líquido do Exercício é igual a 510 u.m.
- C. Se o Imposto sobre o Rendimento do Exercício for 21% o Resultado Líquido do Exercício é 402,9 u.m.
- D. O Resultado Líquido não faz parte do Capital Próprio.
- E. Duas alternativas estão corretas.

A

7. Se os Capitais Próprios forem 200% do Passivo, a rendibilidade do Ativo (RL/A) for 1%, o rácio de Liquidez Geral (AC/PC) for de 1,25 e o Resultado Líquido for de 1200:

- A. O Fundo de Maneio é negativo.
- B. O Passivo é 1/3 do ativo o que indica que a empresa financia-se maioritariamente com capital próprio.
- C. A *leverage* (A/CP) é 2.
- D. Os Capitais Permanentes são 80 000.
- E. Nenhuma das anteriores.

B

8. Diga qual das alternativas é VERDADEIRA:

- A. A soma do Capital Próprio mais Passivo pode ser inferior ao Ativo em situações de falência técnica.
- B. O Capital Social nunca pode ser negativo.
- C. Os Capitais Permanentes podem ser menores que o Capital Próprio.
- D. A venda de uma mercadoria a pronto pagamento nunca altera o Ativo Corrente.
- E. O registo de uma Amortização de 1000 euros reduz em igual montante o Ativo Corrente.

B

9. É FALSO que uma compra de mercadoria paga a 60 dias:

- A. Não altera o Fundo de Maneio
- B. Pode diminuir o Rácio de Liquidez Geral.
- C. Não altera o Capital Próprio.
- D. Aumenta os Gastos e reduz o Resultado do Exercício.
- E. Aumenta os Inventários.

D

10. Comprou um título cujo valor é 1000 euros. O título paga com certeza 1200 euros no fim de cada ano nos próximos 2 anos. Se comprar o título que taxa de juros recebe assumindo-se regime de juros simples?

- A. 1 (ou 100%)
- B. 0,24 (ou 24%)
- C. 2,4 (ou 240%)
- D. 0,849 (ou 84,9%)
- E. Nenhuma das anteriores.

A

$$1000 = \frac{1200}{(1+i)} + \frac{1200}{(1+2i)}$$
$$i = 1$$

11. Dada uma taxa de juros de 5% ao ano qual o valor em t=9 anos de um fluxo perpétuo de pagamentos de 100 euros iniciado em t=14 anos?

- A. 2000 euros
- B. 1567,05 euros
- C. 105 euros
- D. 1645,4 euros
- E. Nenhuma das anteriores.

D

$$V_{13} = \frac{100}{0,05} = 2000$$

$$V_9 = \frac{2000}{1,05^4} = 1645,4$$

12. Qual é o valor acumulado ao fim de 10 anos de uma anuidade que se inicia daqui a um ano com um valor de 200 euros e que cresce 2% ao ano a partir do 1º ano e que deixa de crescer nos últimos três anos (oitavo, nono e décimo ano), considerando uma taxa de juros anual de 4%?

- A. 2584,4
- B. 1745,9
- C. 1896
- D. 2806,5
- E. Nenhuma das anteriores.

A

$$V_0 = \frac{200}{(0,04-0,02)} \left[ 1 - \left( \frac{1,02}{1,04} \right)^7 \right] + \left( \frac{1}{1,04} \right)^7 \times \frac{200(1,02)^6}{(0,04)} \left[ 1 - \left( \frac{1}{1,04} \right)^3 \right] = 1745,9$$

$$V_{10} = 1745,9(1,04)^{10} = 2584,4$$

## GRUPO II – (3 valores, 20 minutos)

1. Explique o que é Análise SWOT e para que serve.

*Diagnóstico da situação servindo de guia orientador para tomada de decisões estratégicas.*

2. Complete a análise SWOT da empresa **IKEA em Portugal** preenchendo todos os quadrantes abaixo com pelo menos UMA informação.

**NOTA: abaixo segue uma sugestão de resposta.**

	<b>S</b>	<b>W</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- excelente rácio preço/qualidade</li> <li>- variedade</li> <li>- grande expositor de móveis em loja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pouca durabilidade</li> <li>- venda de móveis desmontados exigindo que o cliente monte-os em casa</li> <li>- lojas próprias afastadas dos grandes centros urbanos</li> <li>- entrega por conta do cliente</li> </ul>
<b>O</b>	<b>SO</b>	<b>WO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poucas lojas de móveis no sul do País (Algarve) e no Alentejo</li> <li>- Crescimento económico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudar a possibilidade de abertura de lojas IKEA no Algarve e Alentejo (por ex. Évora)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigação e desenvolvimento para aumentar durabilidade dos móveis</li> </ul>
<b>T</b>	<b>ST</b>	<b>WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concorrência por parte das grandes superfícies localizadas nos centros urbanos e que vendem alguns móveis desmontados (ex. AKI, Leroy, supermercados)</li> <li>- Novas lojas de móveis a surgirem no mercado para o mesmo segmento de mercado (ex. JOM)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta de serviço de montagem e entrega a partir de certo valor de compra e dentro de um perímetro de distância</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento da aposta de venda online com oferta da entrega a partir de certo valor de compra</li> </ul>

3. Explique o que é o Marketing Mix e qual a sua utilidade.

*O Marketing Mix consiste em como se processará na prática a implementação do Plano de Marketing.*

*Os quatro elementos do Marketing Mix são o Produto, Preço, Distribuição e Comunicação.*

4. Analise todos os elementos do Marketing Mix da IKEA.

*Produto: grande variedade de mobiliário vendido desmontado em embalagens planas.*

*Preço: preço abaixo da concorrência.*

*Distribuição: lojas próprias e venda online*

*Comunicação: publicidade através de catálogos (correio direto), anúncios na televisão. Promoções variam de acordo com o dia da semana. Pouca aposta em relações públicas e força de vendas.*

GRUPO III – (1 valor, 15 minutos)

O CEO da empresa X pretende constituir um fundo de pensões para os seus trabalhadores. Esta iniciativa requer um depósito trimestral de 20 000 euros durante os próximos 5 anos. A taxa de juros trimestral é de 3%.

**NOTA: Não é necessário fazer contas mas apenas indicar a expressão matemática na resposta às alíneas abaixo.**

- a) Determine o valor acumulado ao fim de 5 anos.
- b) Alternativamente a empresa poderá optar por 3 depósitos de igual montante sendo o primeiro realizado daqui a 6 meses, o segundo no terceiro ano e o último no quarto ano. Quanto deve ser o valor de cada depósito para que esta alternativa dê o mesmo valor acumulado ao fim de 5 anos que o obtido em a)?

a)

$$V_5 = \frac{20000[(1.03)^{20} - 1]}{0.03} = 537410$$

b)

$$5.3741 \times 10^5 = P(1 + (2 \times 0.03)) + P(1 + (12 \times 0.03)) + P(1 + (16 \times 0.03))$$
$$P = 137800$$

**GRUPO IV– (4 valores, 25 minutos)**

Uma *start-up* pondera adquirir um avião para entrega de encomendas. O investimento necessário é de 15 milhões de euros seguindo-se custos de combustível no valor de 24 000 euros por mês, seguro no valor de 200 000 euros por ano e manutenção no valor de 500 000 euros por ano a partir do terceiro ano, despesa que cresce 5 % ao ano. Estima-se um aumento lucro anual de 5 600 000 euros para 10 milhões de euros. Espera-se que o avião tenha um valor residual de 3 milhões de euros ao fim de dez anos. O custo de oportunidade é de 20% ao longo dos 10 anos. **NOTA:**

**Não é necessário fazer contas mas apenas indicar a expressão matemática na resposta às alíneas abaixo.**

- Calcule o Valor Atual Líquido (VAL) do projeto em questão.
- Calcule a Taxa Interna de Rentabilidade (TIR) do projeto.
- Calcule o Valor Equivalente Anual (VEA) do projeto
- Calcule o Índice de Rendibilidade (IR)
- No caso do projeto em questão sugeriria comprar o avião? Justifique indicando o critério mais adequado a ser utilizado nesta decisão.

a)

$$VAL = -15000000 - \frac{24000}{(1.2^{\frac{1}{12}} - 1)} \left[ 1 - \left( \frac{1}{1.2^{\frac{1}{12}}} \right)^{120} \right] - \frac{200000}{0.2} \left[ 1 - \left( \frac{1}{1.2} \right)^{10} \right] - \left( \frac{1}{1.2} \right)^2 \times \frac{500000}{(0.2 - 0.05)} \left[ 1 - \left( \frac{1.05}{1.2} \right)^8 \right] + \frac{(10000000 - 5600000)}{0.2} \left[ 1 - \left( \frac{1}{1.2} \right)^{10} \right] + \frac{3000000}{1.2^{10}}$$

$$VAL = 2.59 \times 10^5$$

b)

$$0 = -15000 - \frac{240}{((1+i)^{\frac{1}{12}} - 1)} \left[ 1 - \left( \frac{1}{(1+i)^{\frac{1}{12}}} \right)^{120} \right] - \frac{200}{0.2} \left[ 1 - \left( \frac{1}{(1+i)} \right)^{10} \right] - \left( \frac{1}{(1+i)} \right)^2 \frac{500}{(i - 0.05)} \left[ 1 - \left( \frac{1.05}{(1+i)} \right)^8 \right] + \frac{(10000 - 5600)}{i} \left[ 1 - \left( \frac{1}{(1+i)} \right)^{10} \right] + \frac{3000}{(1+i)^{10}}$$

c)

$$2.59 \times 10^5 = \frac{VEA}{0.2} \left[ 1 - \left( \frac{1}{(1.2)} \right)^{10} \right]$$

$$VEA = 61777$$

d)

$$IR = \frac{2.59 \times 10^5}{15000000} = 0,017267$$

e) Nesta situação o critério mais adequado é o VAL. Como VAL > 0 compraria o avião.

---

Actualização

$$V_0 = \frac{V_n}{(1+i)^n}$$

Capitalização

$$V_n = V_0 * (1 + i)^n$$

Actualização de rendas

$$V_{t-1} = P_t \left( \frac{1 - \left(\frac{1+g}{1+i}\right)^n}{i-g} \right)$$