

Nome: \_\_\_\_\_ Curso: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

**I. (10 val.; aprox. 30 min.)** Responda no quadro abaixo, assinalando com *um CÍRCULO* para cada pergunta a resposta respetiva. Note que uma resposta **certa corresponde a 1 valor**, uma **errada desconta 0.25 valores** e não responder significa 0 valores. A nota mínima neste grupo é 0 valores (ou seja, em caso de nota negativa, esta não desconta na nota dos demais grupos).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
b	b	b	b	b	b	b	b	b	b
c	c	c	c	c	c	c	c	c	c
d	d	d	d	d	d	d	d	d	d
e	e	e	e	e	e	e	e	e	e

1. Indique qual das afirmações é **falsa**:

- (a) A formalização da estrutura organizacional permite reduzir incertezas.
- (b) A centralização facilita o controle, permite uma resposta rápida ao mercado mas desmotivativa.
- (c) A complexidade da estrutura organizacional está relacionada com a variedade de produtos e negócios.
- (d) A macroestrutura envolve todas as divisões da empresa enquanto a microestrutura consiste na estrutura por atividades.
- (e) Os determinantes da estrutura organizacional são, entre outros fatores, os produtos comercializados e os mercados-alvo pretendidos.

2. Indique qual das afirmações abaixo é **verdadeira**:

- (a) A teoria da hierarquia das necessidades de Maslow afirma que as pessoas tem diferentes necessidades mas que não é possível hierarquizá-las.
- (b) A teoria dos dois factores de Herzberg diz que a motivação depende de fatores de satisfação (personalidade) e de insatisfação (tarefas).
- (c) De acordo com McClelland há três tipos de personalidade: realização, riqueza e poder.
- (d) A força motivacional não tem qualquer relação com a teoria das expectativas de Vroom.
- (e) Na grelha de Blake e Mouton os tipos de liderança estão classificados de acordo com a intensidade da preocupação com pessoas ou com a produção.

3. Indique qual das afirmações abaixo é **verdadeira**:

- (a) A Envoltente Contextual inclui os Clientes, Concorrentes, Fornecedores e Comunidade.
- (b) A Envoltente Transaccional inclui fatores Político-Legais, Económicos, Sócio-Culturais e Psicológicos.

- (c) A Envolve Transacional inclui os Clientes, Concorrentes, Fornecedores e Distribuidores.
  - (d) A Envolve Contextual inclui fatores Político-Legais, Económicos, Sócio-Culturais e Tecnológicos.
  - (e) Nenhuma das alternativas está correta.
4. Relativamente à Análise SWOT, pode-se dizer que:
- (a) Consiste num diagnóstico do meio envolvente e da empresa, permitindo a definição de estratégias por parte da empresa.
  - (b) Como variáveis externas têm-se os pontos fortes (S) e pontos fracos (W), e como variáveis internas têm-se as oportunidades (O) e ameaças (T).
  - (c) Permite fazer uma avaliação da posição competitiva da empresa.
  - (d) Não está relacionada com as Envolve Contextual e Transacional.
  - (e) Duas das alternativas estão corretas.
5. Se os Capitais Próprios forem 200% do Passivo, a rendibilidade do Ativo  $\frac{RL}{A}$  for de 1%, o rácio de Liquidez Geral  $\frac{AC}{PC}$  for de 1,25 e o Resultado Líquido for de 1800:
- (a) o Fundo de Maneio é negativo.
  - (b) o Rácio de Autonomia financeira,  $\frac{CP}{A}$  é  $\frac{2}{3}$  o que indica que esta empresa tem um rácio de endividamento baixo, financiando-se com capital alheio.
  - (c) a leverage  $\frac{Assets}{Equity}$  é 1,5 o que indica que esta empresa tem um rácio de endividamento baixo, financiando-se maioritariamente com capital próprio.
  - (d) o Passivo é o dobro do Ativo o que indica que esta empresa tem um rácio de endividamento alto, financiando-se com capital alheio.
  - (e) Duas das alternativas estão corretas.
6. Se o Preço de Venda de um LCD for 3 600 euros, o Custo Variável Unitário for igual a 25% do Preço de Venda e os Custos fixos são iguais a 54 000 euros então,
- (a) não tenho informação suficiente para calcular o Ponto Crítico de vendas (i.e., quantidade vendida crítica).
  - (b) posso afirmar que a Margem de Contribuição Unitária é 2700.
  - (c) posso afirmar que o a Quantidade correspondente ao Ponto Crítico de vendas é igual a 200.
  - (d) posso afirmar que a Receita correspondente ao Ponto Crítico de vendas é igual a 54 000.
  - (e) Nenhuma das alternativas está correta.
7. Aplicaram-se 10 000 euros em regime de juros simples a uma taxa de juro anual de 4%. O capital acumulado ao fim de 5 anos será de:
- (a) 2 000 euros
  - (b) 12 167 euros
  - (c) 12 000 euros
  - (d)  $1,024 \times 10^{-3}$  euros

- (e) 10 400 euros
8. Dada uma taxa de juro de 10% ao ano, qual o valor em  $t=5$  de um fluxo de dez pagamentos anuais de 9 000 euros cada iniciados em  $t=20$ ?
- (a) 13 239 euros  
(b) 14 563 euros  
(c) 55 301 euros  
(d) 13 994 euros  
(e) 12 408 euros
9. Seja um pagamento efetuado sob a forma de 12 prestações trimestrais, com início daqui a 2 trimestres (i.e., no final do sexto mês), começando com o valor de 100 euros e crescendo a partir daí a uma taxa constante igual a 0,1%. Assumindo que a taxa de juro trimestral é de 0,75% o valor atual deste pagamento é igual a:
- (a) 1049 euros  
(b) 1135 euros  
(c) 1044,2 euros  
(d) 1141,1 euros  
(e) 957,05 euros
10. Foi-lhe oferecido um novo produto bancário cujo depósito exigido no primeiro ano é de 1000 euros e que deve ser reforçado a uma taxa de 5% ao ano durante os primeiros 5 anos, mantendo-se neste valor constante nos próximos anos. Qual o capital acumulado ao fim de 10 anos se a taxa de juros anual for de 6%?
- (a) 13 772 euros  
(b) 8 454,9 euros  
(c) 15 880 euros  
(d) 9 749 euros  
(e) 99 999 euros

II. Neste grupo *só serão considerados* os valores reportados nos quadros abaixo.

**(3 val.; aprox.20 min.)** Um distribuidor de telemóveis que iniciou recentemente as suas operações apresentou o Balanço e Demonstração de Resultados de 2017 reportados nos quadros abaixo. Complete-os com os seguintes lançamentos indicando o nome das contas movimentadas.

1. (a) Pedido de empréstimo bancário a 10 anos no montante de 100 000 euros.
- (b) Compra de mobiliário no valor de 3 mil euros pagos a pronto pagamento.
- (c) Compra de telemóveis Samsung a crédito a 90 dias no valor de 15 000 euros.
- (d) Venda de telemóveis Samsung, metade a pronto pagamento e metade a 30 dias, no valor de 10 000 euros. Os telemóveis vendidos tinham custado 5 000 euros.
- (e) Resultante de um projeto de investigação e desenvolvimento, a empresa registrou uma patente no valor de 35 000 euros.
- (f) Pagamento de contas diversas (eletricidade, água, telefone): 295 euros.
- (g) Pagamento de seguros: 205 euros.
- (h) Pagamento de salários: 4000 euros.

**Balanço**

<i>Ativo</i>	<i>Capital Próprio e Passivo</i>
Ativo Não Corrente	Capital Próprio
	Capital Social <span style="float: right;">300 000</span>
Ativo Corrente	Passivo Não Corrente
	Passivo Corrente
Disponibilidades 300 000	
Total do Ativo	Total do Capital Próprio e Passivo

**Demonstração de Resultados**

<i>Rendimentos</i>	<i>Gastos</i>

2. Calcule o Fundo de Maneio deste distribuidor de telemóveis e interprete-o.

**III.** Neste grupo *responda* às questões abaixo com base no texto apresentado.

**(4 val.; aprox. 20 min.) Automóveis Exclusivos**

"Uma variedade de produtos exclusivos tem surgido no mercado automobilístico. A lista de espera para se comprar um destes automóveis exclusivos "feito a mão" pode ser de anos (...). Como exemplo, o BMW M1 foi pintado pelo artista pop Andy Warhol. Na altura Warhol disse: "Eu tentei retratar a velocidade na forma de pintura. Se o carro estiver a se mover a alta velocidade, todas as linhas e cores são misturadas".

É dito que o artista gastou 23 minutos pintando o carro e que usou os seus próprios dedos para a pintura de forma a dar o seu toque pessoal. Este e outros carros exclusivos são comercializados a preços exorbitantes devido a sua raridade e, no caso deste BMW M1, também devido a fama do artista."(texto extraído de Baines et al, *Marketing*, p. 361).

Responda às questões abaixo dentro do retângulo providenciado. Não serão consideradas respostas fora deste retângulo.

1. (a) Indique dois critérios de segmentação de mercado para o BMW M1.

- (b) Qual o mercado alvo do BMW M1?

- (c) Qual é o possível posicionamento estratégico de empresas que vendem automóveis exclusivos como o BMW M1?

- (d) Diga quais são os 4P's do Marketing Mix.

- (e) Analise cada um dos 4P's do Marketing Mix para o caso do exemplo acima dos automóveis exclusivos.

- (f) No caso de automóveis exclusivos o Marketing Mix é centrado em qual dos P's?

**IV.** Neste grupo *explicitate o mais possível* as suas respostas, *sem*, no entanto, *ter de fazer cálculos*.

**(3 val.; aprox. 20 min.)** Uma empresa de venda de cosméticos *online* pondera comprar um avião para entrega direta das encomendas internacionais em substituição ao correio tradicional. O investimento necessário é de 7 milhões euros, seguindo-se custos de manutenção, seguros e combustíveis no valor de 1200 euros por mês em cada um dos dez anos seguintes. No final do décimo ano o avião tem um valor residual de 5,5 milhões de euros. Espera-se que a utilização do avião leve a um aumento do lucro anual de 300 000 euros para 1 900 000 euros. O custo de oportunidade é de 20% ao ano nos primeiros cinco anos, subindo para 25% ao ano nos cinco anos seguintes.

- Indique como se avalia o VAL (Valor Actualizado Líquido) do projecto em questão.
- Calcule a TIR (Taxa Interna de Rentabilidade) para o projeto em questão. (Nota: neste caso é assumido que a taxa não se altera ao longo dos 10 anos)
- Calcule o VEA (Valor Equivalente Anual) do projecto em questão assumindo que o custo de oportunidade para os dez anos não se alterou sendo igual a 20%.
- Adicionalmente calcule o Índice de Rendibilidade do projeto (VAL/(valor atualizado das despesas de investimento)).
- No caso da empresa em questão, sugeriria comprar o avião? Justifique indicando qual o critério mais adequado a ser utilizado neste caso.

---

Actualização

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

Capitalização

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

Actualização de rendas

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