

Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa

Introdução à Empresa

2º Semestre - 2009/2010 - Exame de 1ª Época

NÃO VIRE ESTA FOLHA

**NEM NENHUMA DAS OUTRAS QUE CONSTITUEM A PROVA ANTES DE
RECEBER INDICAÇÃO DE QUE O PODE FAZER**

Data: 25 de Maio de 2010, 8:30

Duração: 120 minutos

Versão A

Atenção: Esta prova é constituída por 14 páginas agrafadas, incluindo 2 páginas em branco, para serem usadas para rascunho. **Não desagrafe nenhuma folha em nenhuma circunstância.**

Justifique devidamente todas as suas respostas nos grupos I, II, III e IV. Se considerar que faltam elementos necessários para a resolução de algumas das questões, faça as hipóteses que considerar necessárias, justificando-as devidamente. Nos grupos I, II e III **respeite o limite de linhas ao seu dispor.**

As questões de resposta múltipla devem ser todas respondidas na página 12, que aparece no final do enunciado destas questões.

A tentativa de fraude académica corresponderá a penalizações para **todos** os envolvidos.

BOM EXAME!

José Mata
Daniel Monteiro
Tiago Botelho

Declaro, sob compromisso de honra, que não utilizarei, nem contribuirei, directa ou indirectamente, para a utilização de qualquer método fraudulento na realização deste exame

Nome: _____ Nº _____

Grupo I (3 valores)

Considere a empresa que estudou ao longo do semestre e responda sinteticamente à seguinte questão, utilizando apenas as linhas ao seu dispor:

Dadas as características da indústria em que se insere a empresa analisada, qual das estratégias competitivas genéricas estudadas tem maiores possibilidades de ser bem sucedida? Que medidas é que a empresa estudada poderia tomar (ou tem tomado) para adoptar com sucesso essa estratégia competitiva? Justifique a sua análise.

Nome da Empresa: _____

Nome do Assistente: _____

Critérios de correcção:

1. Identificar a estratégia competitiva genérica que tem maiores probabilidades de ser bem sucedida: diferenciação, liderança de custo ou focalização.

2. Justificar a escolha em 1. com base nas características da indústria em que se insere a empresa estudada. Caso o posicionamento mais adequado consista na conjugação de estratégias, explicar em que medida existe o risco de a empresa ficar “*stuck in the middle*”. Caso existam diversas estratégias competitivas adequadas, explicar quais os factores que determinam a sua escolha por parte de uma dada empresa.

3. Descrever as medidas que a empresa estudada poderia tomar, ou tem tomado, para adoptar o posicionamento referido em 1. e justificar a sua pertinência e adequação.

Grupo II (2,5 valores)

Desenvolva uma estratégia de promoção e marketing para a empresa *Enterprise Rent-a-Car*. Na sua resposta tenha em conta os conceitos e análises desenvolvidos ao longo do semestre, assim como as características da empresa e do mercado em que se insere.

Critérios de correcção:

-
- Conhecimento do caso Enterprise Rent-a-Car;
 - Conhecimento dos conceitos e análises desenvolvidos ao longo do semestre e, em especial, dos estudados no contexto do tema “Marketing”;
 - Capacidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos.
-

Exemplos de algumas ideias a referir:

-
- O público-alvo deverão ser as pessoas que precisam de veículos de substituição (numa perspectiva de reforço da posição nesse segmento) e os turistas (numa perspectiva de expansão para o segmento aeroporto);
 - Os canais de distribuição actuais (oficinas e seguradoras) são eficazes e mais vantajosos do que os dos concorrentes (agências de viagem);
 - Alavancagem da presença no segmento turístico a partir da posição dominante no segmento dos veículos de substituição (i) publicitando junto da actual carteira de clientes, (ii) tornado-se distribuidora das operadoras turísticas, usando da sua base de dados, (iii) usando o facto de possuir a maior frota e maior número de localizações para promover “road trips” e servir os “turistas de fim-de-semana”, etc.
 - Implementação de políticas de discriminação de preços e de segmentação, (i) cobrando como opcionais os serviços de recolha de clientes e de ajuda com as bagagens, (ii) oferecendo descontos de quantidade em função do número de dias de aluguer e promovendo um cartão de cliente, (iii) incluindo veículos de diferentes segmentos na frota, (iv) segmentando o mercado geograficamente (Estados Federais) e por tipo de serviço (veículos de substituição e turistas) conforme a elasticidade-preço.
 - Prática de preços de penetração no segmento aeroporto.
 - O serviço oferecido é em parte de procura e em parte de experiência, sendo que a publicidade informativa poderá ser eficaz, dada a credibilidade do nome da empresa.

Grupo III (1,5 valores)

Considere a seguinte expressão:

$$ROE = \frac{\text{Resultado Líquido do Período}}{\text{Vendas}} \times \frac{\text{Vendas}}{\text{Activo}} \times \frac{\text{Activo}}{\text{Capitais Próprios}}$$

Explique a expressão, comentando a seguinte afirmação: “o retorno auferido pelos accionistas de uma empresa é função da sua actividade, rentabilidade e solvabilidade.”

A afirmação é verdadeira. O retorno auferido pelos accionistas pode ser medido pelo *Return on Equity* (ROE), o qual é calculado como

ROE = Resultado Líquido do Período / Capitais Próprios. Como a expressão acima demonstra, o ROE pode ser decomposto multiplicativamente em três rácios:

- 1) O rácio da rentabilidade das vendas (RLP/Vendas);
- 2) O rácio de rotação do activo (Vendas/Activo), o qual é um rácio de actividade;
- 3) O inverso do rácio de autonomia (Activo/Capitais Próprios), o qual é um rácio de solvabilidade.

Portanto, como é afirmado, o retorno auferido pelos accionista é função (multiplicativa) da rentabilidade, actividade e solvabilidade da empresa.

Grupo IV (4 valores)

Agora que a cadeira de Introdução de Empresa está prestes a chegar ao fim, um colega seu decidiu aproveitar todos os conhecimentos que nela adquiriu e está a equacionar criar uma nova empresa. Após uma minuciosa pesquisa, chegou à conclusão que terá de investir 5 250 € para a aquisição de todo o equipamento necessário. Estimou também que este investimento lhe permitirá vender as seguintes quantidades:

| Ano de Actividade | Quantidade |
|-------------------|------------|
| 1º | 3 500 |
| 2º | 4 000 |

O preço estimado do produto para o período em análise é de 1,5 € e os custos de produção por unidade são de 0,35 €. A taxa de desconto apropriada é de 4,5%. O seu colega pediu-lhe conselho sobre se deve ou não levar a cabo o projecto.

- Calcule o período de retorno do capital investido.
- Estime a TIR deste projecto. Segundo o critério da TIR deve aceitar o projecto?

Ao discutir esta ideia com um amigo, este propôs-lhe um projecto alternativo numa área de negócio relacionada. O investimento inicial requerido por este projecto alternativo é mais avultado, mas tem uma vida útil de 4 anos e permitirá vender as seguintes quantidades:

| Ano de Actividade | Quantidade |
|-------------------|------------|
| 1º | 3500 |
| 2º | 4000 |
| 3º | 4500 |
| 4º | 5000 |

Considere o preço estimado, os custos de produção e a taxa de desconto das alíneas anteriores.

- Calcule o VAL deste segundo projecto se o equipamento necessário custasse mais 3 000 € do que o equipamento originalmente considerado. Recomendaria aceitar este projecto?
- Quanto é que teria de ser a diferença de preço dos dois equipamentos alternativos para que fosse indiferente entre eles?

| Período | Fluxos de Caixa | FC Acumulados |
|---------|----------------------------------|---------------|
| 0 | -5250 | -5250 |
| 1 | $3500 \cdot (1,5 - 0,35) = 4025$ | -1225 |
| 2 | 4600 | 3375 |

- a) O período de retorno do capital investido é de 2 anos.
b) A TIR deste projecto é a taxa que satisfaz a seguinte condição:

$$0 = -5250 + \frac{4025}{1+i} + \frac{4600}{(1+i)^2}$$

Utilizando a fórmula resolvente para equações de segundo grau chegamos a:

$$i = 0,3948$$

Logo, podemos concluir que deveríamos aceitar o projecto dado que $0,045 < 0,3948$.

- c) Neste caso temos um investimento de 8250. Calculando o fluxo de caixa para cada período, temos:

$$VAL = -5250 + \frac{4025}{1,045} + \frac{4600}{(1,045)^2} + \frac{5175}{(1,045)^3} + \frac{5750}{(1,045)^4} = 9170,60$$

- d) Neste caso teríamos de calcular a diferença no investimento inicial que iguala ambos os VALs:

$$-5250 + \frac{4025}{1,045} + \frac{4600}{(1,045)^2} = -5250 - x + \frac{4025}{1,045} + \frac{4600}{(1,045)^2} + \frac{5175}{(1,045)^3} + \frac{5750}{(1,045)^4}$$

Logo $x = 9356,56$.

Grupo V (9 valores)

(15 questões: 9 valores; resposta certa: 0,6 val.; resposta errada: – 0,2 val.)

Responda a todas as questões de resposta múltipla que se seguem na página 12 que aparece no final do enunciado destas questões.

Para cada questão, escolha a opção de resposta que lhe parece ser a mais correcta.

1. Ao procedermos à análise económica da estrutura de custos de uma empresa, os custos salariais:
 - a) Devem ser considerados custos fixos
 - b) Devem ser considerados custos variáveis
 - c) Podem ser considerados custos fixos ou variáveis, dependendo das circunstâncias
 - d) Nunca constituem custos indirectos

2. O Cartão Jovem beneficia:
 - a) Essencialmente o Estado
 - b) Essencialmente os jovens
 - c) Essencialmente as empresas aderentes
 - d) Os jovens e as empresas aderentes

3. Uma empresa realizou uma análise ABC ao stock existente em armazém e chegou à seguinte tabela:

| Produto | Preço | Quantidade | Classe |
|---------|-------|------------|--------|
| 1 | 50 | 2500 | B |
| 2 | 300 | 1250 | A |
| 3 | 5 | 6750 | C |
| 4 | 60 | 1500 | B |
| 5 | 500 | 1200 | A |

Com base nesta informação, diga se alteraria alguma das classificações atribuídas aos produtos:

- a) O produto 1 deveria ser alterado para a classe A
- b) O produto 2 deveria ser alterado para a classe C
- c) O produto 5 deveria ser alterado para a classe B

- d) Não introduziria alterações
4. Por que motivo pode ser interessante para uma empresa contrair dívida?
- Para minimizar os custos de falência
 - Para maximizar os custos de falência
 - Para obter recursos para financiamento de novos projectos
 - Para dividir o controlo da empresa
5. Tendo em conta o modelo de gestão de stocks estudado, qual será o valor do lote económico óptimo se (i) os custos de cada encomenda forem 2,5 €, (ii) os custos de unitários de stockagem forem 20 € e (iii) a procura anual for de 100 unidades?
- 5
 - 10
 - 25
 - 34
6. O problema da dupla marginalização pode ser evitado através:
- Da imposição de preços de revenda
 - Da imposição de medidas de controlo de qualidade
 - Da imposição de mecanismos de controlo interno
 - Da oferta de opções de compra de acções
7. Se pretender estimular a venda de um bem de experiência, qual das seguintes alternativas lhe parece mais adequada?
- Praticar preços de desnatagem
 - Praticar tarifas em duas partes
 - Realizar publicidade informativa
 - Realizar publicidade persuasiva
8. O facto de uma empresa ser proprietária do armazém que utiliza em vez de o arrendar faz com que:
- O custo de armazenagem seja inferior ao custo de armazenagem de uma empresa que arrende o armazém
 - O custo de armazenagem seja semelhante ao custo de armazenagem de uma empresa que arrende o armazém
 - O custo de armazenagem seja superior ao custo de armazenagem de uma empresa que arrende o armazém
 - O custo de armazenagem não seja comparável com o custo de armazenagem de uma empresa que arrende o armazém

9. Se soubermos que o índice de concentração C_1 tem valor 0,25, qual é o valor máximo para o índice de concentração H?:
- 0,0625
 - 0,25
 - 1
 - Nada podemos afirmar sobre o índice H com base na informação disponível
10. Suponha que uma empresa tem de escolher entre dois projectos mutuamente exclusivos e que o Projecto A tem um período de retorno menor do que o do Projecto B. Considere o conceito de “período de retorno actualizado” como referindo-se ao período de retorno que se obtém caso consideremos o valor descontado dos fluxos de caixa a receber.
- Nada se pode concluir sobre o período de retorno actualizado
 - O projecto A vai ter um período de retorno actualizado maior
 - O projecto A vai ter um período de retorno actualizado menor
 - Os projectos vão ter o mesmo período de retorno actualizado
11. Qual a forma jurídica empresarial a adoptar se se pretender simultaneamente limitar a responsabilidade do(s) proprietário(s) e fazer com que seja fácil transaccionar as participações na empresa?
- Empresário em nome individual
 - Estabelecimento individual de responsabilidade limitada
 - Sociedade por quotas
 - Sociedade anónima
12. Na sua actividade, uma empresa de construção civil adopta normalmente *layouts* do tipo:
- Job Shop*
 - Produto
 - Processo
 - Posição fixa

13. A empresa ABC está indecisa entre fazer ou não um investimento em publicidade e sabe que a sua única concorrente tem o mesmo dilema. Qual o par de estratégias a que corresponde o equilíbrio de Nash do seguinte jogo?

| | | Concorrente | |
|-----|--------------------|----------------|--------------------|
| | | Fazer Campanha | Não fazer Campanha |
| ABC | Fazer Campanha | 2, 2 | 5, -2 |
| | Não fazer Campanha | -2, 5 | 6, 6 |

- a) (Não fazer campanha, Não fazer campanha)
 b) (Não fazer campanha, Fazer campanha)
 c) (Fazer campanha, Não fazer campanha)
 d) (Fazer campanha, Fazer campanha)
14. Representando por e o nível de esforço exercido pelo gestor de uma empresa, o benefício B que essa empresa obtém como função do nível de esforço do seu gestor é dado por $B = e/2$, enquanto que o custo C em que o gestor incorre é dado por $C = e^2$. Qual o nível de esforço óptimo a contratar entre a empresa e o gestor (assumindo que, efectivamente, é possível contratar e controlar o nível de esforço)?
- a) $e = 0$
 b) $e = 0.25$
 c) $e = 0.5$
 d) $e = 2$
15. O modelo das 5 forças de Porter permite-nos conhecer a rentabilidade esperada de qualquer empresa de uma indústria.
- a) Verdade, uma vez que a rentabilidade esperada é determinada pelas condições gerais vigentes na indústria
 b) Verdade, uma vez que, aplicado correctamente, tem em conta todas as forças relevantes
 c) Falso, é importante conhecer o posicionamento estratégico e recursos dessa empresa
 d) Falso, é importante conhecer o poder de produtos substitutos

Respostas às questões de escolha múltipla

| | | | | |
|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Pergunta 1 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input checked="" type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 2 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input checked="" type="radio"/> |
| Pergunta 3 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input checked="" type="radio"/> |
| Pergunta 4 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input checked="" type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 5 | a) <input checked="" type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 6 | a) <input checked="" type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 7 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input checked="" type="radio"/> |
| Pergunta 8 | a) <input type="radio"/> | b) <input checked="" type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 9 | a) <input type="radio"/> | b) <input checked="" type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 10 | a) <input checked="" type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 11 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input checked="" type="radio"/> |
| Pergunta 12 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input checked="" type="radio"/> |
| Pergunta 13 | a) <input checked="" type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 14 | a) <input type="radio"/> | b) <input checked="" type="radio"/> | c) <input type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |
| Pergunta 15 | a) <input type="radio"/> | b) <input type="radio"/> | c) <input checked="" type="radio"/> | d) <input type="radio"/> |

Rascunho

Rascunho