



## Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

**Curso:** Licenciatura em Criatividade e Inovação Empresarial

**Unidade Curricular:** Análise de Negócios

**Docente:** José Rui Dias

**Avaliação Contínua: 1º Teste – Turma:** V11D - **Data:** 18 Novembro de 2015

**Início:** 11:30 h.

**Término:** 13:00 h.

**Duração total – 90 minutos**

**Cotação total - 20 valores**

1. **(3,0 val.)** – Apresente as principais diferenças que deverá ter em consideração para optar pela utilização na estratégia para os modelos: matriz bcg e oceano azul. Considere a resposta no âmbito de, quando usar e como usar. **(Tempo de orientação – 15 minutos).**

A matriz BCG pode ser utilizada para localizar um produto ou serviço no mercado e na curva de maturidade. A estratégia Oceano Azul promove a criação de novos mercados para um produto ou serviço em estado de desenvolvimento. Assim, estes modelos aplicam-se em situações diferentes, sendo que o primeiro se aplica na necessidade de perceber em que estado de maturidade o produto ou serviço da empresa se encontra, e o segundo quando se quer criar e captar uma nova demanda da parte dos consumidores e abafar a concorrência. Em termos do modo de utilizar, também estes modelos se aplicam de formas muito distintas. A estratégia Pceano Azul aplica-se usando os seis princípios oceano azul, que são: reconstruir as fronteiras do mercado; concentrar-se no quadro geral e não só nos números; visar para além da procura existente; acertar na sequência estratégica; superar os principais obstáculos organizativos; transformar a execução em estratégia. **A matriz BCG.....**

2. **(2,0 val.)** – Considere a análise SWOT e diga o que entende por vantagens competitivas tendo em conta (Oportunidades, Ameaças, forças e fraquezas). **(Tempo de orientação – 10 minutos).**

A análise SWOT é uma ferramenta que pretende localizar uma empresa no mercado e analisar a sua concorrência. Baseia-se em identificar os pontos fortes e fracos (ambiente interno da empresa) e as oportunidades e ameaças (ambiente externo). Assim, este modelo permite definir as vantagens competitivas que a empresa tem perante a concorrência. As vantagens competitivas são características da empresa em causa que as tornam melhores que os seus concorrentes no mercado.

3. **(1,0 val.)** – Explique em que medida uma oportunidade no mercado pode não ser aproveitada se não analisar as forças e fraquezas internas. Dê um exemplo e fundamente a resposta. **(Tempo de orientação – 5 minutos).**

Para aplicar a análise SWOT corretamente, há que analisar todos os pontos (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças). Se uma empresa se focar apenas nos pontos relativos ao ambiente externo, ou seja, as oportunidades e as ameaças, não está a aplicar esta ferramenta corretamente, o que pode levar ao falhanço. Se por exemplo, uma empresa identificar uma oportunidade no mercado mas esta não ser compatível com os pontos fortes da empresa em si, é praticamente impossível aproveitar essa oportunidade.

4. **(2,5 val.)** – Diga o que entende por balanced scorecard e qual o âmbito deste instrumento em termos de modelo de organização e gestão. Apresente com detalhe cada uma das perspetivas e dê um exemplo para cada uma questão concreta associada. **(Tempo de orientação – 10 minutos).**

5. **(3,0 val.)** – Diga o que entende por benchmarking e quando deve ser usado. Quais as principais diferenças face a outro modelo de organização e gestão estudado e à sua escolha? **(Tempo de orientação – 10 minutos).**

O benchmarking é um modelo que tem como objetivo encontrar a diferença entre as melhores práticas e o atual desempenho da organização. O benchmarking deve ser usado em situações de mudança nas empresas, ou quando se pretende reduzir custos.

É diferente porque .....

6. **(3,5 val.)** – *Uma empresa industrial que tenha um portfólio de produtos diferenciado deverá ter em atenção a análise de custos internos através da sua contabilidade. Para isso poderá utilizar o sistema de custeio através da contabilidade geral e que não é o mais adequado. Estudamos o cálculo de custos por atividade (ABC), diga em que medida este se torna útil para a gestão das finanças da empresa focando a sua resposta no que respeita aos produtos e clientes da empresa. Dê um exemplo e fundamente.* **(Tempo de orientação – 10 minutos).**

7. (1,0 val.) Explique o significado e a necessidade da empresa calcular o VAL (Valor atualizado líquido). O que significa VAL = 0 € ? **(Tempo de orientação – 5 minutos)**.
8. (1,5 val.) A viabilidade económica de uma empresa pode medir-se através do EVA (Economic Value Added). Diga o que entende por viabilidade económica e qual o documento da contabilidade de onde se retira essa informação (Balanço ou Demonstração de resultados?). Fundamente a resposta. **(Tempo de orientação – 10 minutos)**.
9. (1,0 val.) Os rácios são indicadores ao serviço da gestão económica e financeira que permitem atestar da “saúde” da empresa. Assim, distinga e dê um exemplo de uma empresa com saúde económica e com debilidades financeiras. Pode utilizar 1 ou 2 rácios que entenda para fundamentar a sua resposta. **(Tempo de orientação – 5 minutos)**.
10. (1,5 val.) Comente a imagem abaixo explicando porque é útil a compreensão dos 4 p (kotler) para a definição de uma estratégia de marketing e de vendas. Dê exemplos sempre que entender necessário. **(Tempo de orientação – 10 minutos)**.



**Breves orientações:**

- 1 – Por favor seja assertivo nas respostas.
- 2 – Fundamente baseando-se na bibliografia e documentação disponibilizada. Assim, a sua opinião e fundamentação já se tornam úteis.
- 3 – Seja controlador da gestão do seu tempo.

**Boa Sorte e Bom Trabalho!**