

Nome:
Nome:

1. Uma montadora optou por adotar uma estratégia de liderança de custos ao concentrar a produção de um novo modelo de automóvel em apenas uma fábrica por continente. Dessa forma, maior quantidade de unidades seria produzida no Brasil para distribuição nas Américas do Sul e Norte.

No caso, a eficiência de custo foi determinada por:

- a) *Design* de processo
- b) Custo de fornecimento
- c) Curva de experiência
- d) Participação de mercado
- e) Economia de escala

2. Segundo Michel Porter, podem-se identificar algumas estratégias genéricas potencialmente bem sucedidas caso se queira obter um desempenho melhor que os competidores na indústria, como, por exemplo: Liderança em Custo, Diferenciação e Enfoque.

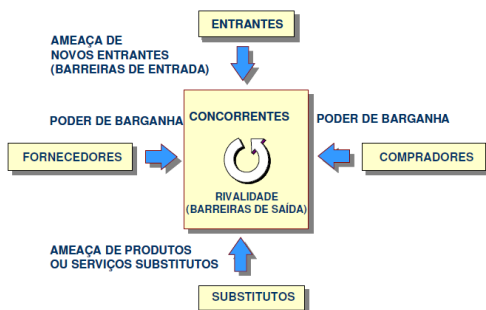
Neste sentido, sobre as estratégias genéricas, constata-se que a:

- a) Posição de liderança em custo, para ser alcançada, normalmente necessita de *Market share* significativo, que traga ganhos de escala, ou outras vantagens, entre as quais o acesso privilegiado à matéria-prima.
- b) Característica única dos produtos ou serviços em uma estratégia de diferenciação também permite a obtenção de menores margens, aumentando a necessidade de adoção de uma posição de baixo custo.
- c) Estratégia de diferenciação implica que a firma deve ignorar custos para reforçar a sua posição competitiva, já que a liderança em custo não é uma ação do seu planejamento.
- d) Estratégia de liderança em custo e a estratégia de enfoque têm como meta atingir seus objetivos em toda a indústria; por outro lado, a estratégia de diferenciação é construída visando a atender um alvo em particular.
- e) Diferenciação dificulta a obtenção de vantagens competitivas, porque cria lealdade do consumidor à marca, o que resulta em maior sensibilidade ao preço.

3. O modelo das Cinco Forças de Porter foi criado por Michael Porter em 1979 e tem por objetivo a análise da competitividade entre as empresas. O modelo considera cinco fatores importantes, as chamadas forças competitivas, que devem ser estudadas para o desenvolvimento de uma estratégia empresarial eficiente. Segundo o modelo, as forças competitivas que atuam sobre uma empresa são: poder de barganha dos fornecedores, poder de barganha dos clientes/consumidores, ameaça de novos entrantes no mercado, ameaça de produtos e serviços substitutos e:

- a) Grau de rivalidade entre os concorrentes do mercado.
- b) Facilidade de criação de novos produtos e renovação da gama atual.
- c) Potencial de aquisição de produtos pelos clientes/consumidores.
- d) Alta demanda de produtos e capacidade de entrega pelos fornecedores.
- e) Manutenção do grau de satisfação dos clientes/consumidores.

4. O posicionamento e a visão de Porter, ao tratar de Estratégia, é conhecido por:
- a) Suas capacidades dinâmicas.
  - b) Seu foco na sustentação e no desenvolvimento.
  - c) Capacidades internas “de dentro para fora”.
  - d) Capacidade de absorver a cultura interna predominante.
  - e) “de fora para dentro”.
5. Tratando-se de estratégia competitiva, o modelo de Porter; *as cinco forças competitivas de Porter*; apresenta uma metodologia analítica para que se compreendam as relações entre o empreendimento e a concorrência, conforme representação abaixo. Da síntese dos elementos dispostos abaixo, é pertinente afirmar que:



- a) A ameaça de entrada de novos concorrentes em potenciais coloca um limite nos preços e modula o investimento exigido para deter novos entrantes.
- b) O poder do comprador não influencia os preços que as empresas podem cobrar, da mesma forma que não influencia a ameaça de substituição.
- c) O poder dos compradores não influencia o custo e o investimento, porque compradores poderosos não exigem serviços dispendiosos.

- d) O poder de negociação dos fornecedores não determina os custos das matérias-primas e de outros insumos.
  - e) A intensidade da rivalidade não influencia os preços, assim como os custos da concorrência.
6. Porter, no delineamento do seu modelo de estratégia competitiva genérica afirma que, embora uma empresa possa ter inúmeros pontos fortes e pontos fracos em comparação com seus concorrentes, existem dois tipos básicos de vantagem competitiva que uma empresa pode possuir: baixo custo e diferenciação. Esses dois tipos básicos de vantagem competitiva, combinados com o escopo de atividades, levam a três estratégias genéricas que são liderança de custo,
- a) Enfoque e diversificação.
  - b) Diferenciação e diversificação.
  - c) Diferenciação e enfoque.
  - d) Diferenciação e desenvolvimento de mercado.
  - e) Enfoque e desenvolvimento de produto.

7. As capacidades de adaptação de uma organização são exemplos das características organizacionais das estratégias competitivas propostas por Michael Porter.

- Certo  Errado

8. Ao preferir a estratégia de **diferenciação**, os gestores escolhem, para os produtos da empresa, atributos e características singulares valorizadas pelos clientes.

- Certo  Errado

9. A questão central para a escolha da estratégia competitiva é a posição relativa da empresa dentro de sua indústria.
- Certo  Errado
10. Um fabricante de óleos lubrificantes atua em um grande mercado e se esforça para reduzir os custos de produção e de distribuição dos seus produtos. Assim, consegue oferecer sua linha de óleos com preços mais baixos que os concorrentes. De acordo com a proposta de estratégias genéricas de Porter, a estratégia desse fabricante é classificada como:
- a) Liderança total em custos.
  - b) Diferenciação.
  - c) Foco.
  - d) Desinvestimento.
  - e) Diversificação.
11. Sobre o modelo proposto por Michael Porter para as Estratégias Competitivas aplicadas ao nível das Unidades de Negócios, responder resumidamente:
- a) Por que uma estratégia de Menor Custo é potencialmente mais fácil de ser aplicada num mercado amplo, enquanto que uma estratégia de Diferenciação tende a ser mais fácil de ser aplicada num mercado restrito?
  - b) Cite pelo menos cinco empresas/produtos que você acha que praticam estratégia de Menor Custo e outras cinco que praticam estratégia de Diferenciação.
  - c) O que são os conceitos de *ciclo de vida de um produto*; *economia de escala*; *curva de aprendizado (experiência)*. Como eles podem/devem auxiliar na implementação de uma estratégia de Menor Custo?