

Exercício 1

A empresa Naylor considera a introdução de um novo produto. A gerência reuniu as seguintes informações:

Número de unidades a serem produzidas e vendidas no ano	12.500
Custo unitário do produto (\$)	30
Despesas de venda e administrativas anuais projetadas (\$)	60.000
Investimento estimado requisitado pela empresa (\$)	500.000
Retorno sobre o investimento desejado	18%

A empresa usa a abordagem do custeio por absorção para precificação *cost-plus*.

Requisitado:

1. Calcule o *markup* necessário para alcançar o ROI desejado.
2. Calcule o preço de venda alvo por unidade.

Exercício 2

A Eastern Auto *Supply Chain* produz e distribui peças de automóveis. A empresa está ansiosa para entrar no mercado em rápido crescimento de baterias de longa duração baseada na tecnologia do lítio. A gerência acredita que para ser, em sua totalidade, competitiva, o preço da nova bateria em desenvolvimento não pode exceder \$65. Por esse preço, a gerência está confiante de que a empresa poderá vender 50.000 baterias por ano. As baterias exigiriam um investimento de \$2,5 milhões, e o ROI desejado é de 20%.