

ERP SIMPLES MINIEMPRESA: Guia de uso de planilhas para elaboração de Plano , Projeto de Produção Limpas , Modelo do Negócios ,viabilidade economica de Miniempresa

	Dircao de uso				
Copiar , Reusar e Renamear Planilhas e enviar email o planilhas aos parceiros de seu projetos (Como)					
				Lucas Tadeu	Aluno10
				Fiz uma copia da planilha para poder editar e simular processos	
Etapa 1	Veja barra de menu acima 2linha de pagina clicando arquivo , File > Fazer copia .				
Etapa2	Da nome em vez copia , da nome de seu projeto				
Etapa 3	Entra nome de pessoal compratilhamentos tudo classe , ja configurados , nao esquecendo parceiros e colaboradores de miniempresa de eco industrial				
					Porque google Doc Planilha e nao excel Planilha
Etapa4	Veja barra de menu 2linha de pagina clicando Arquivo (File)> E mail colaboradores .				
					planilha eletrônica Excel é muito mais do que apenas uma folha de cálculo. Para muitas empresas, ele é uma ferramenta financeira que pode lhe dizer se haverá condições da organização honrar seus compromissos de pagamento aos fornecedores, se poderá pagar salários dos seus colaboradores e também saber quanto se espera de entrada de dinheiro dos negócios efetuados com seus clientes.
					Infelizmente, a versão Cloud Computing do Excel, o Excel Web App, é uma pálida imitação da versão Desktop. Ele só é capaz de edições básicas, o que deixa o ambiente Cloud Computing aberto para a planilha eletrônica Google Apps Spreadsheet.
Navegar e Entrada de dados para Tudo planilhas					
					A Microsoft está comercializando o seu Office Web Apps, batizado de Office 365. Ele foi projetado para ser uma extensão do software de desktop. No momento, a planilha Excel é uma excelente opção para gestão financeira, porém, quando comparamos os recursos disponibilizados na versão do Excel na nuvem, sentimos a mesma sensação que um relojoeiro sentiria ao tentar consertar um relógio usando luvas de boxe, ou seja, a ausência de muitos recursos que só estão disponíveis na versão offline.
Etapa 1	Veja barra de menu em baixa as paginas inicial de menu apos + >> clicando menu com legenda linhas				
					Vale a pena comparar o Excel com seu rival o Google Spreadsheet e ver onde podemos manter a mobilidade, agilidade e dinâmica dos recursos, trabalhando com qualquer equipe, em qualquer lugar, momento e dispositivo.
Etapa2	veja tudo paginas >>> clicar pagians desejados para Nevegar				
					10 principais razões pelas quais o Google Spreadsheet é melhor do que o Excel Web App
Etapa 3	Veja barra de menu (em baixa as Planilhas) inicial de menu apos + >>> clicar em paginas FormDado entrada2				
					10. Comentários No Google Spreadsheet você pode adicionar comentários numa planilha, um recurso muito útil para a colaboração.
Etapa 4	Para da entrada de dados sao marcados cores Amerelhas Veja os ulimo paginas FormDado entrada2 e somente Linha 02 , antes digitar seu dado copiar dados de linhas em baixa				
					9. Inseere objetos de desenho, Textos , formularios e modelo matematicos No Google Spreadsheet você pode inserir formas, desenhos, scripts, imagens, gadgets e gráficos em uma planilha.
Etapa 5	Digita entrada de dados em linha 2 somente marcados com cor Vermelha (veja ulima pagians)				

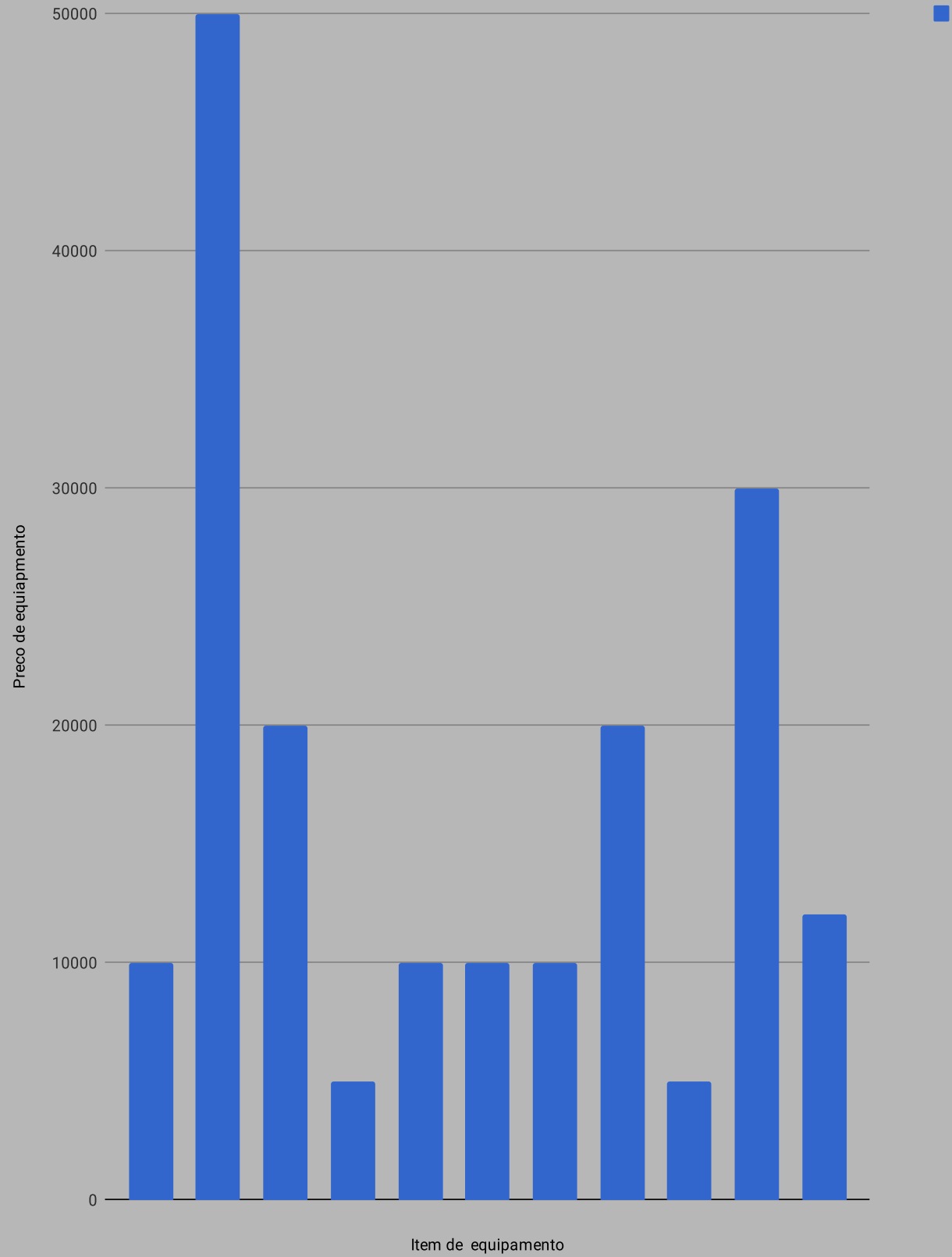
Observação Importante	Dado de empresa exemplos	>>>>>	So servir ajuda vc entender modelos pode ser deletados apos feita projeto em fime , mas servire ter modleo matematico seu empresa foi digitados errados , voce pode recuperar o modelo				8. Formatação condicional
	Dado de seu empresa	>>>>>	Deve ser modificados com entrada de dados relevantes , apos ver ajuda escolahndo modelo simples ou detalhados dependendo dados disponivel				Uma célula que aponta a despesa total pode ser programada para ficar na cor vermelha caso exceda um valor definido.
Elaboraco de Projeto de Producao Limpa de Miniempresa							7. Validação de dados
							Protege a entrada dos dados, impedindo que o usuário digite informações nas células de modo incorreto. É uma ferramenta útil para prevenir informações erradas sendo submetidas em uma planilha.
GUIA SUMÁRIAS PARA DESENVOLVIMENTO							
1a Fase: Diagnósticos, percepção,							6. Funções
Passo 1	Preparar Equipe e Recursos.						O Google Spreadsheet pode realizar um grande número de funções no navegador. Há 11 categorias com até 60 funções para cada área.
Passo 2	Dividir sistemas em processo e operação						
Passo 3	:Construir um diagrama de Fluxograma do material e processo .						5. Escripts
	2 Fase : Gestao Técnica e Balanço Material.						Usuários de planilhas do Google podem escrever seus próprios scripts, escolher entre uma galeria de scripts criados por outros usuários do Google Apps e criar a sua biblioteca própria de scripts para usar em qualquer planilha.
	Entrada no processo(Input)						
Passo 4	Determinar todas as quantidades de material (água)						4. Botão direito do mouse
							Se você estiver criando um monte de documentos online, a capacidade de saltar para as ferramentas mais comuns é uma verdadeira economia de tempo. Um clique no botão direito do mouse abre um Menu contextual em todos os aplicativos Google, mas não nos Aplicativos Web do Excel. O Google Spreadsheet pode inserir comentários, localizar e substituir, validar os dados e intervalos de nome apenas com um clique botão do direito do mouse.
Passo 5:	Registrar as quantidades de energia						
Passo6:	Medir as níveis atuais de quantidades reusados e reciclados						
	Saída de processo(out put)						3. Tabelas Dinâmicas
							Esta função recebe uma planilha de dados, como números de vendas, e transforma-os em tabelas que se recalculam na hora que você incluir ou excluir campos. Tabelas dinâmicas podem ser transformadas em gráficos com um único clique, tornando-os muito útil para analisar grandes quantidades de dados.
Passo7:	quantificar produtos e subprodutos						
Passo 8:	quantificar efluentes liquidos						2. Encontrar e substituir
Passo9:	quantificar emissões gasosas						A grande omissão do Excel Web App é a sua ferramenta de busca de dados que pode ser rotulada como elementar em comparação com a da Google. O Google Spreadsheet pode pesquisar com diferenciação de maiúsculas e minúsculas, corresponder todo o conteúdo da célula e pesquisar em todas as folhas da planilha.
Passo 10:	quantificar resíduos sólidos						
	Calculo do balanço material						1. Auto-completar e Auto-cópia

					O tiro de misericórdia do Google Spreadsheet no Excel do 365 é o recurso de auto-completar acrescido da busca orgânica. Ele utiliza o recurso de auto-completar, selecionando as duas primeiras células numa ordem (por exemplo, números consecutivos). O Google Spreadsheet irá ajudá-lo no preenchimento de uma região da planilha com informações baseadas no contexto informado nas células selecionadas por você.
Passo 11	Juntar as informações de entrada saída				
Passo 12	desenvolver um balanço material preliminar				
					Exemplo: Digite na mesma coluna o nome de uma montadora de automóveis como Chevrolet, Fiat e Ford. Marque com o mouse os dados digitados na coluna e pressionado a tecla ALTGr (PC) ou CMD (Mac). Clique no ponto quadrado na extremidade inferior esquerda da seleção e arraste umas 10 linhas. Ao soltar o mouse você verá que estas linhas recebem vários nomes de outras montadoras baseados no contexto informado. Estas informações são fornecidas pelo mecanismo de busca utilizado na maioria dos produtos da Google e funcionam para qualquer tipo de contexto.
Passo 13	Avaliar o balanço material preliminar , listando consumos de materia prima , produtos , perdas , efluentes e resíduos detalhar e refinar o balanço material de cada componente e equipamentos				
Passo 14					
					Outro detalhe em questão é que este recurso (ajuda no preenchimento de uma célula) é nativo do Google Spreadsheet. Até o lançamento deste Post não o encontramos disponível na versão Excel App.
Passo 15:	3ª fase: síntese de projeto P+ L identificação das opções de redução de resíduos e problemáticos				
Passo 16:	identificação das opções de medidas redução ao longo tempo.				Se você usa o Excel e quer substituí-lo pelo Google Spreadsheet, mas não sabe se o mesmo possui todas as funções que você precisa, confira aqui a tabela de equivalência de funções e fórmulas entre o Google Spreadsheet e o MS-Excel!
Passo 16:	4ª fase Análise de projeto P+L Analisar e avaliar as opções dos pontos de vista ambiental econômico e elaborando uma lista de opções viáveis 5ª Fase: Plano de ação e elaboração de projeto				
	6ª Fase implementar plano para aumentar eficiência de processo 7ª Fase: Avaliação do impacto ambiental e econômico				
	8ª Fase: Melhoria contínua de projeto ambiental com objetivo social econômico e viabilidade sobre sustentabilidade				
Guia de elaboração de Relatórios de plano , Projetos técnicos , Investimentos , Custos , viabilidade e Plano de Negócios					
Passo1	Deletar tudo modelo de dados de exemplos e deixando so seu empresas				
Passo 2	Da Entrada de dados certa de planilhas usando linha 02 de ultimo Paginas de planilhas chamado FormDado entrada2				
Passo 3	Da Entrada de dados de cada paginas com cor Azul verificar e dados de entrada de cor vermelhas				
Passo4	Obter resultados graficos e Analise Investimentos lucros lucros				
Passo5	Verificar resultados obtidos e resultados desejados tudo esat dentro limite de resultado desejados				
Guia	Salvar Projeto e Relatório de Plano de negocios Elaborado em formato PDF				
Etapa 1	Veja barra de menu acima 2linha de pagina clicando arquivo , File > Baixar (Download)				
Etapa2	Da nome versao final , da nome de seu projeto e plano de negocios elaborados antes salvar e faz copia seguindo guia acima				

Etapa 3	Entra nome de pessoal compartilhamentos tudo classe e professores , ja configurados , nao esquecendo parceiros e colaboradores de miniempresa de eco industrial pra fazer melhoria antes enviar , clicando >>> Arquivo > E mail colaboradores .				
Etapa4	Gerar relatorios em formato PDF, clicando >>> Arquivo > Baixar(down load)				
Etapa5	Escolher formato arquivo PDF para baixar				
Etapa6	Enviar email para Professor via email pannirbr@gmail.com e aluno01@biomassa.eq.ufrn.br antes 2 semanas terminos de semestre				

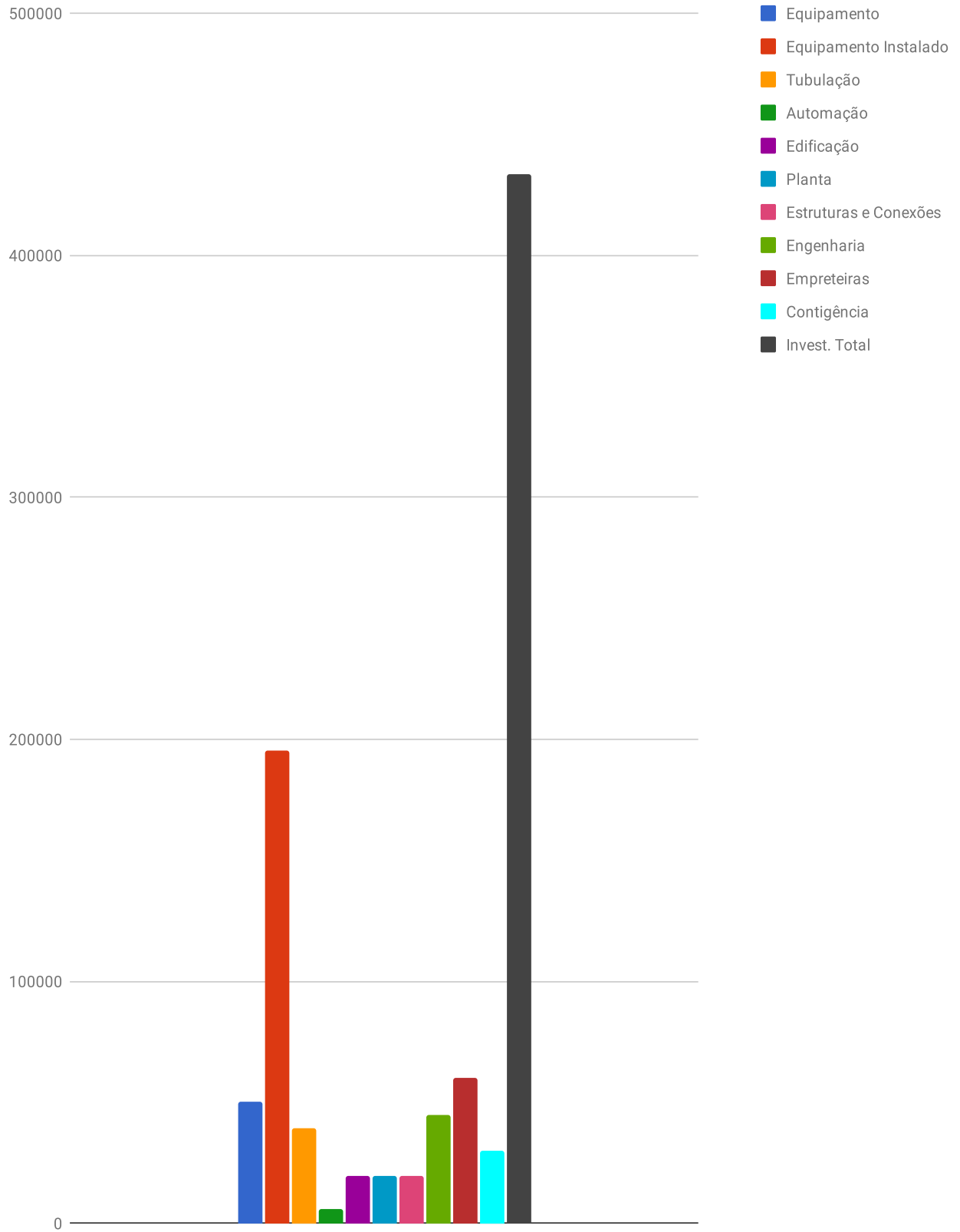
Relatorios							
1		O processo produtivo compõe-se de número total de etapas.					
2		Número de etapas tercerizados					
3		Porcentagem tercerizados					
	Procurar Sites						
	Desenvolvimentos de Fluxogramas Atualizado 01/04/2010, 17:12 por Pagandai V Pannirselvam	http://goo.gl/HkPSC					
	FluxogramaProjeto (/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	... de Projeto IndustrialPara desenvolvimento do projeto industrial, faz-se necessário o uso dos fluxogramas para descrever diversas da de um projeto; Na etapa ou fase inicial do projeto, podemos ...						
	Fluxogramas Atualizado 04/04/2010, 10:10 por Pagandai V Pannirselvam						
	Biodiesel (/a/biomassa.eq.ufrn.br/biodiesel/)						
	http://ecosyseng.wetpaint.com/page/The+one+stage+old+and+the+two+stage+new+processO estágio antigo e do novo processo de dois estágiosProcesso para a produção ...						
	FLUXOGRAMA ACUCAR Atualizado 28/03/2010, 13:20 por Pagandai V Pannirselvam						
	FluxogramaProjeto (/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTEENGENHARIA ELÉTRICATAUAN COELHO BARROSCIÊNCIAS DO AMBIENTEPROF.: PAGANDAI PANNIR						
	Fluxograma Indústria de Açúcar MÁQUINAS LegendaElementoFunçãoMOE110Moenda ...						
	Fluxograma Pao Atualizado 14/03/2013, 10:35 por Pannirselvam Pagandai V						
	FluxogramaProjeto (/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	tp://www.shtyle.fm/photo.do?id=13722483Antes realizar fluxogma fazer visita tecnicamente virtual pode facilitar fazer o fluxogma de producao FLUXOGRAMA DE SISTEMA DE ENERGIA E ALIMENTOCIAM ...						
	Fluxograma Tecnologia Limpá Cana Atualizado 08/04/2010, 20:15 por Pagandai V Pannirselvam						
	FluxogramaProjeto (/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	ntes realizar fluxogma fazer visita tecnicamente virtual pode facilitar fazer o fluxogma de producao https://sites.google.com/a/biomassa.eq.ufrn.br/cienais-do-meioambiente/Home/estudo-de-sistema ...						
	Fluxograma de Bloco - Destilaria Atualizado 12/04/2010, 14:02 por Pagandai V Pannirselvam						
	Tecnologia Alcool (/a/biomassa.eq.ufrn.br/tecnologia-alcool/)						
	Fluxograma de incineracao de residuos solidos Atualizado 16/04/2010, 04:31 por Pagandai V Pannirselvam						
	FluxogramaProjeto (https://google.com/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	veja link aqui https://sites.google.com/a/biomassa.eq.ufrn.br/smallenergycenter/ptse/incineracao						
	Fluxograma de processo de equipamentos Atualizado 08/04/2010, 13:12 por Pagandai V Pannirselvam						
	FluxogramaProjeto (https://google.com/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	Fluxograma de Alcool de Cana Atualizado 08/04/2010, 20:23 por Pagandai V Pannirselvam						
	FluxogramaProjeto (/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	Antes realizar fluxogma fazer visita tecnicamente virtual pode facilitar fazer o fluxogma de producao						
	Projeto de Fluxograma Atualizado 14/03/2013, 10:09 por Pannirselvam Pagandai V						
	FluxogramaProjeto (https://google.com/a/biomassa.eq.ufrn.br/fluxogramaprojeto/)						
	INTRODUCAO SOBRE PRÁTICA DE LEITURA , ESTUDO , ANALISE E SINTESE VIA WEBTópicos 1; Introducao sobre pratica de leitura , estudo , Analise e Sintese via WEB						
	As diversos etaps de Processo ...						
	©2013 Google Termos Comunicar u						

Custo de equipamentos



ERP SIMPLES de Modelo de sistema de gestao integrados de negocios		Veja ajuda clicando equina preta de quadra para ver ajuda e tambem hyper links em bases de dados de planilhas	Video tutorial >>>>>	http://brasilainformatica.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio	
http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio					
Modelo Canvas					
Parceiros Chaves (Key Partners) [5]	Atividade Chave (Key Activity) [6]	Proposta de valor (Value Propositions) [7]	Relacionamento de consumidor (Customer Relationships) [8]	Segmentos de Clientes (Customer Segments) [9]	
<p>criador de câmaras, vitamina de farinha de peixe seco</p> <p>Processos Públicos, Biquets sem tunçã de mesocarpa</p> <p>Farmacia, elev e pane</p> <p>Mercadinhos, molhos de peixes</p>	<p>Desenvolvimento plataforma (platform dev and maint</p> <p>Compra matéria prima</p> <p>Processos matéria prima</p> <p>Produção integrada</p> <p>Geracao de progms e cards</p> <p>Fornecimento de água de coco</p>	<p>Serviço básico (free basic service)</p> <p>Desenho de produto</p> <p>Desenho de processo</p> <p>Desenho de equipamento e plantas</p> <p>Projeto de gestão de investimentos e capital social</p> <p>Projeto de gestão de custos</p> <p>Projeto de validade economica</p> <p>Plano de negocios</p> <p>Projeto de gestão de inovacao</p>	<p>Canais (Channels) [11]</p> <p>Logística de transporte.</p>	<p>problemas de pele</p> <p>óleo de Peixe</p> <p>líquid ester</p> <p>líquid Acetatos</p> <p>Olefinas</p>	
Empreendedor 1-12	<p>Recurso fundamental/Recursos fundamentais [10]</p> <p>Desenvolvedores (developers)</p> <p>Plataforma (platform)</p> <p>Servidor (servers)</p> <p>Marcas (brands)</p> <p>Recursos Humanos</p>				
<p>Estrutura de custo(Cost Structure) [12]</p> <p>locamento propaganda (advertising budget)</p> <p>Recursos Humanos (HR)</p> <p>Desenvolvimento de Produto</p> <p>Outros (Other)</p> <p>Desenvolvimento de Plataforma e Planta de produção</p> <p>Depreciação</p> <p>Vendas</p>		<p>Montante de Receitas (Revenue Streams) [13]</p>			
		<p>R\$ 42.048,00</p> <p>R\$ 59.008,50</p> <p>R\$ 119.013,43</p>		<p>R\$ 489.100,00</p> <p>18,00</p> <p>R\$ 798,50</p>	
Custos (Costs)		R\$ 347.888,32	Revenues: R\$ 489.914,50		
		Lucro (Profit):			
		R\$ 242.226,18			
<p>Ajuda online modelo de sistema aberto utilizados em 30 países de modelo economica de gestao de custos</p> <p>http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio</p> <p>http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio</p> <p>http://www.brainiac.com.br/brave-exploracao-del-modelo-de-negocio</p>					
Clientes e Mercados	Proposta de valorizacão (Value Propositions)	Relacionamento com Clientes	Canais	Parceiros	Atividades
<p>Perguntas Chave</p> <p>Publico Alvo</p> <p>Para quem estamos criando valor?</p> <p>Quais são as características deste(s) segmento(s)?</p> <p>Quem são os nossos potenciais clientes</p> <p>Exemplos:</p> <p> Mercado em massa</p> <p> Mercado Especificos</p> <p> Mercado Segmentados</p> <p> Mercado Diversificado.</p>	<p>Qual é a nossa proposta de valor que nós entregamos para o cliente?</p> <p>Que problemas de nossos clientes estamos ajudando resolver? Quais são as necessidades que estamos satisfazendo? Que pacotes de produtos e serviços que estamos oferecendo para cada segmento de clientes?</p> <p>Neste bloco se descreve o conjunto de produtos e serviços que criam valor para um segmento de mercado específico.</p> <p>A proposta de valor é o fator que faz com que um cliente escolha entre uma e outra empresa. sua finalidade é solucionar um problema ou satisfazer uma necessidade do cliente. As propostas de valor são um conjunto de produtos ou serviços que satisfazem as necessidades de um segmento de mercado determinado. Neste sentido, a proposta de valor constitui uma serie de vantagens que uma empresa oferece a los clientes.</p> <p>Algumas propostas de valor podem ser inovadoras e outras podem ser parecidas a ofertas já existentes incluindo alguma característica o atributo adicional.</p>	<p>1) tipo de relacionamento que cada segmento de client spera ter para estabelecer e manter sua preferênca entre quem temos estabelecido? Qual são os custos de são integrados com o resto do nosso modelo de r</p> <p>2) podem co-existir paralelamente em um relacionar</p> <p>3) entre tipo de relações que estabelece uma empresa com determi</p> <p>desaja estabelecer com cada segmento de clientes. Os relaciona</p>	<p>Que canais preferem nosso segmento de mercado?</p> <p>Como estabelecer contato com os clientes?</p> <p>Como é a integração de nossos canais? Quais funcionam melhor? Quais são os mais eficientes e custos?</p> <p>Como se integram ao dia a dia de nossos clientes?</p> <p>Os canais tem cinco fases distintas. Cada canal pode cobrir algumas ou todas essas fases. Podemos diferenciar entre os canais diretos e indiretos, assim como canais próprios e Canais parceiros.</p> <p>Encontrar a combinação certa de canais para satisfazer de como os clientes querem ser abordados é crucial em trazer uma proposta de valor para o mercado. Uma organização pode escolher entre chegar ao seus clientes através de seus Canais próprios, através de canais de parceiros, ou através de uma mistura de ambos.</p>	<p>Quais são os nossos principais parceiros?</p> <p>Quais são os nossos principais fornecedores?</p> <p>Os Recursos-chave que estamos adquirindo de parceiros? Quais são as Principais atividades que os parceiros mantem?</p> <p>Pode ser útil para distinguir entre três motivações para a criação de parceiros:</p> <p>Otimização e Economia de Escala</p> <p>A forma mais básica de parceria é o relacionamento entre comprador-fornecedor sendo projetado para otimizar a alocação de recursos e atividades. É lógico para uma empresa possuir todos os recursos ou realizar qualquer atividade por si só. Otimização e economia de escala são parcerias geralmente formadas para reduzir os custos, e muitas vezes envolvem terceirização ou infraestrutura de compartilhamento.</p> <p>Redução de Risco e Incerteza</p> <p>Parcerias podem ajudar a reduzir o risco em um ambiente competitivo caracterizado por incertezas. Não é incomum para os concorrentes formar uma aliança estratégica de um determinado setor enquanto competem com outra empresa maior. Blu-ray, por exemplo, é um formato de disco óptico desenvolvido em conjunto por um grupo de empresas líderes mundiais em eletrônicos de consumo, computadores pessoais, e os fabricantes de mídias. O grupo colaborou para trazer a tecnologia Blu-ray ao mercado, mas os membros individualmente terdo competidores na venda de seus próprios produtos Blu-ray.</p>	<p>Quais são as principais Atividades que exigem...</p> <p>Nossa proposta de valor?</p> <p>É nossos canais de distribuição?</p> <p>Nosso relacionamento com o Cliente?</p> <p>E as fontes de rec</p> <p>s Atividades-chave podem ser classificadas da seguinte forma:</p> <p>Produção</p> <p>Essas atividades se relacionam com a concepção, fabricação, e entrega de um produto em quantidades substanciais e / ou de qualidade superior. As atividades de produção formam os modulos de negocios das empresas industriais.</p> <p>Resolução de Problemas</p> <p>As atividades chave deste tipo estão relacionados com novas soluções de problemas dos clientes. As empresas de consultoria, hospitais e outras organizações de serviços são tipicamente focadas em atividades de resolução de problemas. Seus modulos de negocios são focados para atividades como gestão do conhecimento e formação continua.</p> <p>Plataforma / Rede</p> <p>Os Modelos de negócios projetados com uma plataforma em base de Recursos Chaves são dominados por uma plataforma ou rede de atividades-chaves. Por exemplo o modelo de Negócios, como eBay exige que a empresa continuamente desenvolva e mantenha sua plataforma. O Modelo de negócios da Visa requer atividades relacionadas ao seu cartão de crédito. Visa é a da sua plataforma de transações para os comerciantes, clientes e bancos. O Modelo de negócios da Microsoft requer a gestão da interface entre o software de cursos fornecedores e seus Windows @ plataforma de seu sistema operacional.</p> <p>Importante passo se descrevem as atividades e processos chaves mais importantes necessários que deve ter para atingir seu objetivo. Cada modelo de negocio exige uma série de atividades-chave. Estas são as ações mais importantes que uma empresa deve tomar para operar com sucesso.</p> <p>Citamos alguns exemplos:</p> <p>O Fabricante de software Microsoft, seus principais Atividades incluem desenvolvimento de software. Para o fabricante Dell, as principais atividades incluem gestão da cadeia de suprimentos. A Empresa de Consultoria McKinsey, seus principais atividades incluem a resolução de problemas.</p>
<p>Os clientes são o coração de qualquer Empresa.</p> <p>Sem clientes, nenhuma empresa pode sobreviver</p> <p>por muito tempo. Para melhor satisfazer os clientes, uma empresa pode agrupar los em segmentos.</p> <p>distintos, com necessidades comuns, comportamentos</p> <p>comuns, ou outros atributos.</p> <p>Um modelo de negócios pode definir um ou vários Segmentos</p> <p>de clientes, grandes ou pequenos. Uma organização deve fazer uma decisão consciente sobre quais segmentos a servir e que segmentos deve ignorar. Uma vez que esta decisão é tomada, um modelo de negócio pode ser cuidadosamente projetado em torno de um forte entendimento</p> <p>de especificações do cliente e suas necessidades.</p> <p>Grupos de clientes representam segmentos distintos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se as suas necessidades requerem e justificam ofertas diferentes. • Se eles são alcançados através de Canais de Distribuição diferentes. • Se eles exigem diferentes tipos de relacionamentos. • Se eles estão dispostos a pagar por aspectos diferentes da oferta. <p>Existem vários tipos diferentes de segmentos de clientes. Aqui estão alguns exemplos:</p> <p>Mercado de massa</p> <p>Modelos de negócios focada em mercados. As proposições de valor, Canais de Distribuição, e relacionamentos</p> <p>com os clientes, entendemos que atendemos a um grande grupo de</p>	<p>A Proposta de Valor cria diferencial para um segmento de clientes através de uma combinação distintos elementos .</p> <p>Os Valores podem ser Quantitativos (Por exemplo, velocidade, preço do serviço) ou Qualitativos (Por exemplo, Design, experiência do cliente)</p> <p>Faça uma lista não exaustiva dos valores que podem contribuir para a criação de diferenciais para o cliente.</p> <p>Novidades</p> <p>Algumas proposições de valor satisfazem um conjunto intrinsecamente novo de necessidades que os clientes já não percebiam porque não estava oferta. No caso das telecomunicações, por exemplo, foi criada toda uma nova industria em torno das telecomunicações móveis.</p> <p>Performance (Desempenho)</p> <p>Melhorar o desempenho do produto ou serviço tem sido, tradicionalmente, uma maneira comum de criar valor. O setor dos computadores pessoais que contavam tradicionalmente com este fator, tornando máquinas mais potentes para o mercado. Mas o avanço do desempenho tem seus limites. Nos últimos anos, por exemplo, PCs mais rápidos, discos rígidos sistemas gráficos não tem correspondido</p> <p>no aumento da demanda do cliente.</p> <p>Personalização</p> <p>Adequar os produtos e serviços, para as necessidades específicas individuais dos clientes tem sido uma boa estratégia na criação de valor. Nos últimos anos, os conceitos de customização em massa e de co-criação por parte dos próprios clientes ganharam importância. Esta abordagem permite a personalização de produtos e serviços, enquanto cria uma economia ganhando desde o ponto de vista de desenvolvimentos de produtos e marketing.</p> <p>Foco no Resultado</p> <p>Este Valor pode ser criado simplesmente por ajudar um cliente a fazer seu trabalho. Rolls-Royce entende isso muito bem: seus clientes, as companhias aéreas confiam inteiramente na Rolls-Royce para a fabricação e manutenção de seus motores a jato. Isso permite que os clientes se concentrem em manter suas companhias aéreas em funcionamento. Em troca, as companhias aéreas pagam a Rolls-Royce uma taxa por cada hora que o motor desempenha seu funcionamento.</p> <p>Design</p> <p>O design é um elemento importante, mas muito difícil medir em termos de resultado. Um produto pode ficar fora por causa de seu Design. No mercado de eletrônicos de consumo as indústrias, o design pode ser um diferencial muito importante na proposta de Valor.</p>	<p>pelos seguintes motivações :</p> <p>• Aquisição do cliente</p> <p>• A retenção do cliente</p> <p>• Impulsionar as vendas (UPSELLING)</p> <p>Canais diretos próprios podem ser, uma loja em casa ou um site.</p> <p>Canais indiretos, podem ser lojas próprias ou operados por uma organização.</p> <p>Canais parceiros são indiretos e abrangem uma ampla gama de opções, tais como distribuição completa, varejo, ou algum parceiro proprietário de sites.</p> <p>Utilizando canais parceiros obtêm margens menores, mas eles permitem expandir uma organização e reduzir o custo operativo. Canais de próprios têm margens mais altas, mas podem demandar. Um custo muito elevado para visitar e operar o lugar. O tráfego e encontrar o equilíbrio entre os diferentes tipos de Canais, integrá-los de forma de vendas.</p> <p>Nesta parte denominada Canais se descreve como uma empresa se comunica e atinge o seu Segmentos de clientes para entregar uma proposta de valor. Os Canais de distribuição, comunicação e vendas estabelecem o contato da empresa com os clientes.São pontos de contato com os clientes que desempenham um papel importante na experiência do cliente.</p> <p>Canais diretos próprios podem ser, uma loja em casa ou um site.</p> <p>Canais indiretos, podem ser lojas próprias ou operados por uma organização.</p> <p>Canais parceiros são indiretos e abrangem uma ampla gama de opções, tais como distribuição completa, varejo, ou algum parceiro proprietário de sites.</p>	<p>Aquisição de Recursos Especiais e Atividades</p> <p>Poucas empresas possuem todos os recursos ou realizam todas as suas atividades descritas no seus modelos de negocios. Em vez disso, elas estendem as suas próprias capacidades, recorrem a outras empresas para fornecer recursos especiais ou realizar determinadas atividades. Essas parcerias podem ser motivadas por necessidades de adquirir conhecimento, licenças ou acesso aos clientes. O fabricante de telefones celulares, por exemplo, pode licenciar um sistema operacional para seu aparelho ao invés de desenvolver um sistema próprio. Uma seguradora pode optar por confiar em corretores independentes para vender, em vez de desenvolver a sua própria força de vendas.</p> <p>Aquisição de Recursos Especiais e Atividades</p> <p>Poucas empresas possuem todos os recursos ou realizam todas as suas atividades descritas no seus modelos de negocios. Em vez disso, elas estendem as suas próprias capacidades, recorrem a outras empresas para fornecer recursos especiais ou realizar determinadas atividades. Essas parcerias podem ser motivadas por necessidades de adquirir conhecimento, licenças ou acesso aos clientes. O fabricante de telefones celulares, por exemplo, pode licenciar um sistema operacional para seu aparelho ao invés de desenvolver um sistema próprio. Uma seguradora pode optar por confiar em corretores independentes para vender, em vez de desenvolver a sua própria força de vendas.</p>	<p>Resolução de Problemas</p> <p>As atividades chave deste tipo estão relacionados com novas soluções de problemas dos clientes. As empresas de consultoria, hospitais e outras organizações de serviços são tipicamente focadas em atividades de resolução de problemas. Seus modulos de negocios são focados para atividades como gestão do conhecimento e formação continua.</p> <p>Produção</p> <p>Essas atividades se relacionam com a concepção, fabricação, e entrega de um produto em quantidades substanciais e / ou de qualidade superior. As atividades de produção formam os modulos de negocios das empresas industriais.</p> <p>Resolução de Problemas</p> <p>As atividades chave deste tipo estão relacionados com novas soluções de problemas dos clientes. As empresas de consultoria, hospitais e outras organizações de serviços são tipicamente focadas em atividades de resolução de problemas. Seus modulos de negocios são focados para atividades como gestão do conhecimento e formação continua.</p> <p>Plataforma / Rede</p> <p>Os Modelos de negócios projetados com uma plataforma em base de Recursos Chaves são dominados por uma plataforma ou rede de atividades-chaves. Por exemplo o modelo de Negócios, como eBay exige que a empresa continuamente desenvolva e mantenha sua plataforma. O Modelo de negócios da Visa requer atividades relacionadas ao seu cartão de crédito. Visa é a da sua plataforma de transações para os comerciantes, clientes e bancos. O Modelo de negócios da Microsoft requer a gestão da interface entre o software de cursos fornecedores e seus Windows @ plataforma de seu sistema operacional.</p> <p>Importante passo se descrevem as atividades e processos chaves mais importantes necessários que deve ter para atingir seu objetivo. Cada modelo de negocio exige uma série de atividades-chave. Estas são as ações mais importantes que uma empresa deve tomar para operar com sucesso.</p> <p>Citamos alguns exemplos:</p> <p>O Fabricante de software Microsoft, seus principais Atividades incluem desenvolvimento de software. Para o fabricante Dell, as principais atividades incluem gestão da cadeia de suprimentos. A Empresa de Consultoria McKinsey, seus principais atividades incluem a resolução de problemas.</p>	

Gráfico Investimento fixo.

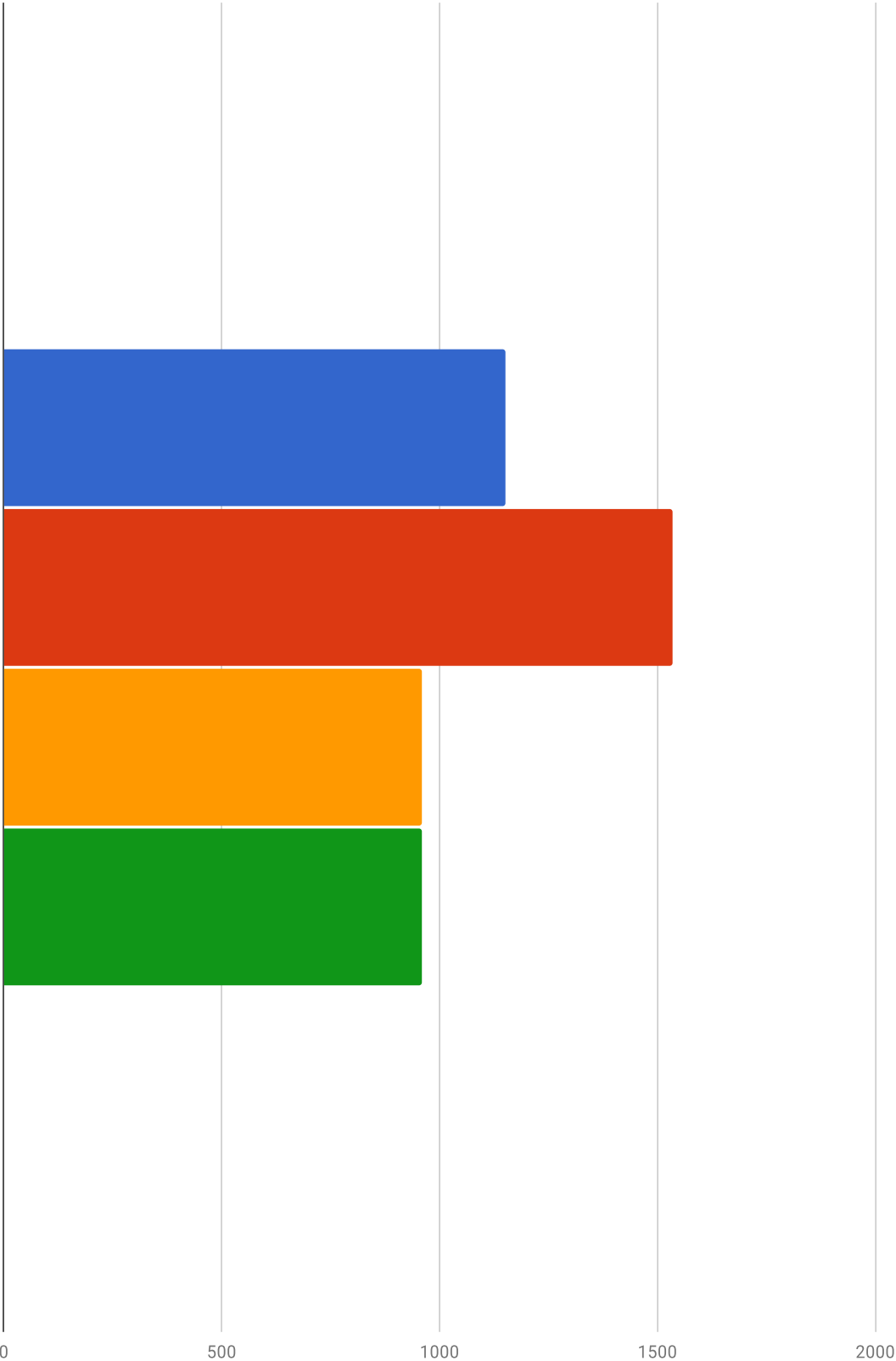


Livro	Livro: Desenho de planta e gestao economica Autor: Peter e Trimmeraouse et all, Wiley, 1970. Pode ser encontrado na biblioteca central ou na setorial	Hand book , perry			Tecnologia quimica, Coulson ricerdson					
online	Fonte: http://www.ebah.com.br/content/ABAAAMEKAA/plant-design-and-economi									
	1. COULSON, J. M.; RICHARDSON, J. F.; BACKHURST, J. R.; HARKER, J. H. Tecnologia Quimica, Vol. 6, 5th ed., Pergamon Press, Oxford, 1996.									
	2. SHERWOOD, T.K. – Projeto de Processo d Indústria Química. Tradução, BRUNELLO, G. (e outros), 1972, Edgard Blucher, São Paulo									
	3. MIRANDA, R. V. Manual de Decisões Financeiras e Análise de Negócios. São Paulo, Ed. Record, 1999.									
	4. CARLOS, A. Microsoft Project 4 for Windows: Passo a Passo. São Paulo: Makron Books, 1995.									
	5. CASTRO, N. A Questão Ambiental e as Empresas. Edições SEBRAE. 1998									
	6. PETER & TRIMARHOUSE – Plant design and economic for chemical engineering. Ed. MacrawHill, 1999.									
	7. WOILER, S.; MATHIAS, W.F. PROJETOS. Editora Atlas. 198									
	BIODIESEL DE PEIXE	http://aquaticbiofuel.com								

Custos		Receita		Guia e Ajuda online
Custos fixos	Custos	Receita Total	Revenu	Visao de Custo de Empresa
		Receita	489100	
Outros custos	Custos			Aqui se descreve todos os custos necessários para o funcionamento do modelo de negócio. A criação e entrega de valor, manter o relacionamento com os clientes, todos estes passos tem um custo. Tais custos podem ser calculados de forma relativamente fácil depois da definição dos recursos-chave, atividades-chave, e parcerias importantes.
orcamento propaganda (advertis	R\$ 42,048.00			
Rec Humanos ,(HR)	R\$ 89,608.90	Projetos de gestao de custos	Revenu	Perguntas Chaves:
Desenvolvimento de Produto	R\$ 116,031.43		Rs. 131,400.00	Quais são os custos mais importantes inerentes aos nossos negócios modelo?
outros (Other)				Quais são os recursos-chave mais caros?
Custos variáveis	Custos			Quais são as Atividades-chave mais caras?
				Naturalmente, os custos devem ser minimizados em todas as áreas do modelo de negócio. Mas estruturas de baixo custo são mais importante para alguns modelos de negócios do que para outros. Por isso, pode ser útil para diferenciar entre dois grandes classes de estruturas empresariais de modelos de custos: Cost-Driven e Value-Cost (muitos modelos de negócios ficam entre esses dois extremos):
				Cost-Driven Cost-Driven foca em modelos de negócios que minimizam o custo sempre que seja possível. Esta abordagem visa a criação e manutenção da mais baixa estrutura de custos, usando baixo preço nos seus produtos, máxima automação e uma ampla terceirização. As companhias aéreas, como a Southwest, easyJet, e Ryanair são típicos casos deste modelo.
				Value-Cost Algumas empresas estão menos preocupadas com o custo no seu modelo de negócios, e focam na criação de valor. Neste modelo encontramos um alto grau em matéria de serviços, personalização na suas propostas de valores. Por exemplo, os Hotéis de luxo, com suas luxuosas instalações e exclusividade de serviços, se enquadram nesta categoria.
				As estruturas de custos pode ter as seguintes características:
				Custos fixos Custos que permanecem nas mesmas condições , apesar do volume de bens ou serviços produzidos. Os exemplos incluem os salários, aluguéis, e instalações de produção física. Algumas empresas, tais como empresas de manufatura, são caracterizada por uma alta proporção de custos fixos.
Total costs	R\$ 247,688.32	Total Revenues	Rs. 131,400.00	
		-€ 116,288		Custos variáveis

Chart title

- Admin
- Operador
- Lab
- Vendas



CUSTOS DE MATERIAIS DIRETOS - CMD
Sua empresa.

INSUMOS	Consumo material por Kg or L de produto	Preço unitário. (Unit price in Brazilian Real)	Consumo total/Ano	CUSTO TOTAL por ano
Resíduos de peixe	7.41	0.6	162.222.22	97333.33333
Alcool(Ethanol)	0.2	R\$ 2	3.285.00	
catalisador KOH	0.03	R\$ 3	3.285.00	
Vapour(steam)	2.22	1.20E-02	973.33	
Gás	1	0	0	
Energia	2	0	0	
Embalagem	1	0	0	
Outros	1	0	0	
Total			169765.5556	97333.33333

INSUMOS	Consumo unitário de produto, coco necessario para produzir 1 l de óleo de coco	CUSTO UNITÁRIO de 1 coco	CUSTO por l de produtos de óleo
Coco seco	7	R\$ 0.6	R\$ 4.2
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
gás	1	R\$ 0.42	R\$ 0.42
energia	2	0.23	0.46
Embalagem	1	0.4	0.4
açúcar	1	0	0
Total			R\$ 5.06

Capacidade producao por ano, Production capacity!
Capacidade producao , litro por dia 36500
Consumo Residuos por l de óleo 100
 Capacidade por dia 50 horas semnas 2 dias per seman
Tamanho Cmd por kg produto 2.66666667

Dados Residuos Comprar Link
 consumo
 Banco de dados

2.Materiaprimas	Preços por Kg:	Quantidade:
Abacaxi	R\$ 3	0
Maracuja	R\$ 4	
Coco,	R\$ 3	
Mandioca	R\$ 1.5	
Caju	R\$ 4	
Soja	R\$ 5	
Lenha	R\$ 1	
Sal	R\$ 1	
óleo vegetal	R\$ 3.5	
Cana	R\$ 0.5	
Mamona		

grande (200 mm)
 media (100 mm) 13 7
 pequena (80 mm) 16

Hiper links Ajuda de pesquisas

Equipamentos	Quantidade	Dimensão	Index atual	C base	f	fbn	A base	A atual	C atual
B7	C7	D7	E7	F7	G7	H7	I7	J7	K7=(C7*F7*E7/\$F\$5*(J7/I7)*G7)*H7
Moenda	1	2000 kgh	270	14031	0.6	0.4	5	10	14031
Decantador	1	2 ton/h	270	289	0.3	0.6	10	10	289
Dormas	6	1500 litros	270	756	0.6	1.4	60.9	15	28188027.93
Caldeira	1	200 kgh	270	8700	0.8	1.4	2823	1000	8700
Alambique	1	1000 litros	270	13100	1	0	4	10	13100
Caixas de Recepção	1	200 litros	270	1169	0.6	1	21.6	10	1169

sim superpro 28225316.94
 Resultados super pro 0

Dados gráficos:
 X Y
 Equipamentos Preço

Moenda	14031
Decantador	289
Dormas	281800
Caldeira	8700
Alambique	13100
Caixas de Recepção	1169
Equipamentos	

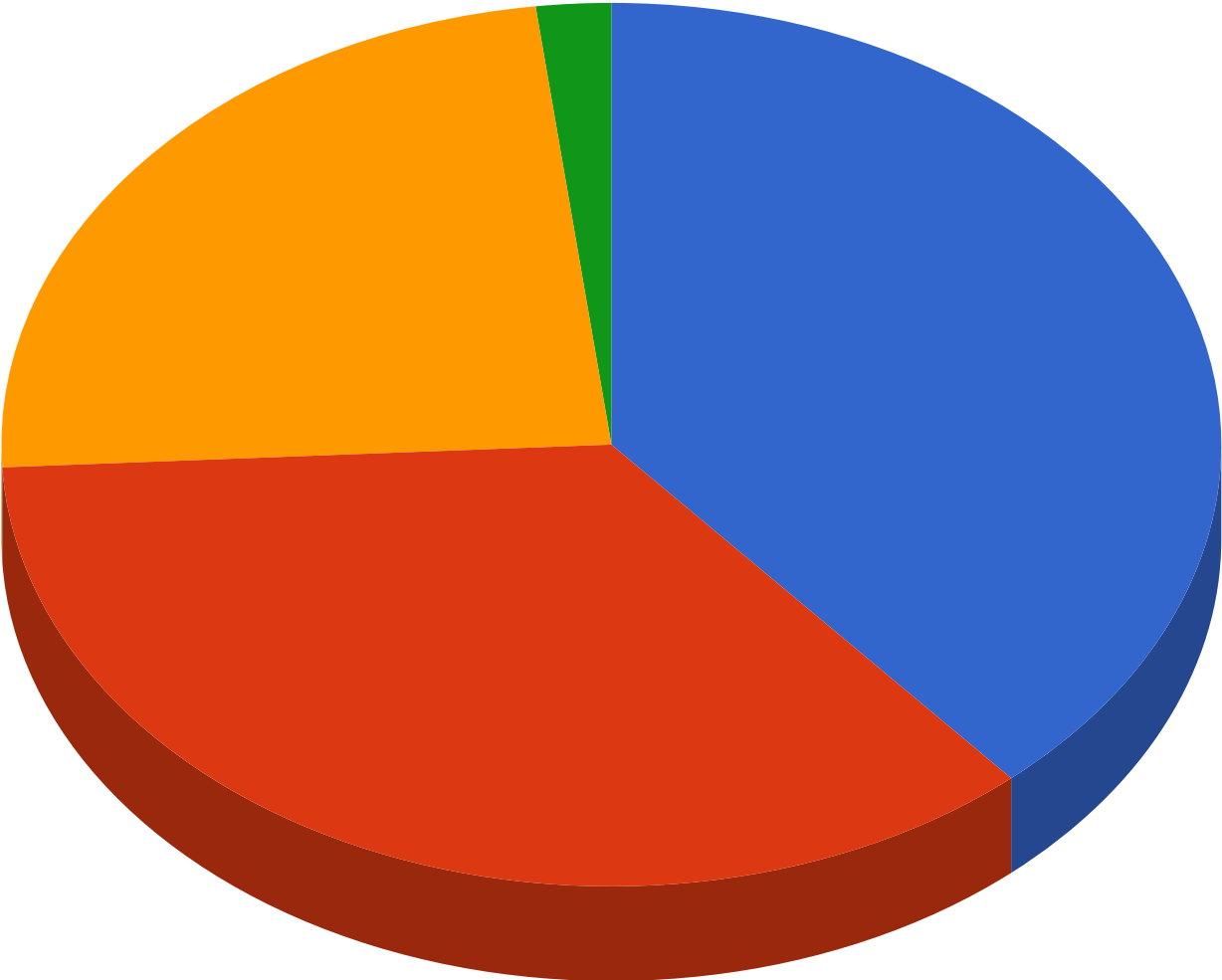
Referencias <https://biomassa-eq-ufrr-br.socialcast.com/proj>

Rendimento Relativo de R,max	Consumo B+Q,B (KG)	Q,A(KG), Consumo A	CUSTO A	CUSTO B	Custo de A+ B	Recitas	PEP
0.6	1,266.67	16,666.67	83,333.33	443.33	83,776.67	60,000.00	-23,776.67
0.675	1,125.93	14,814.81	74,074.07	394.07	74,468.15	60,000.00	-14,468.15
0.75	1,013.33	13,333.33	66,666.67	354.67	67,021.33	60,000.00	-7,021.33
0.825	921.21	12,121.21	60,606.06	322.42	60,928.48	60,000.00	-928.48
0.9	844.44	11,111.11	55,555.56	295.56	55,851.11	60,000.00	4,148.89
0.975	779.49	10,256.41	51,282.05	272.82	51,554.87	60,000.00	8,445.13
modelo ajuda online	https://sites.google.c						

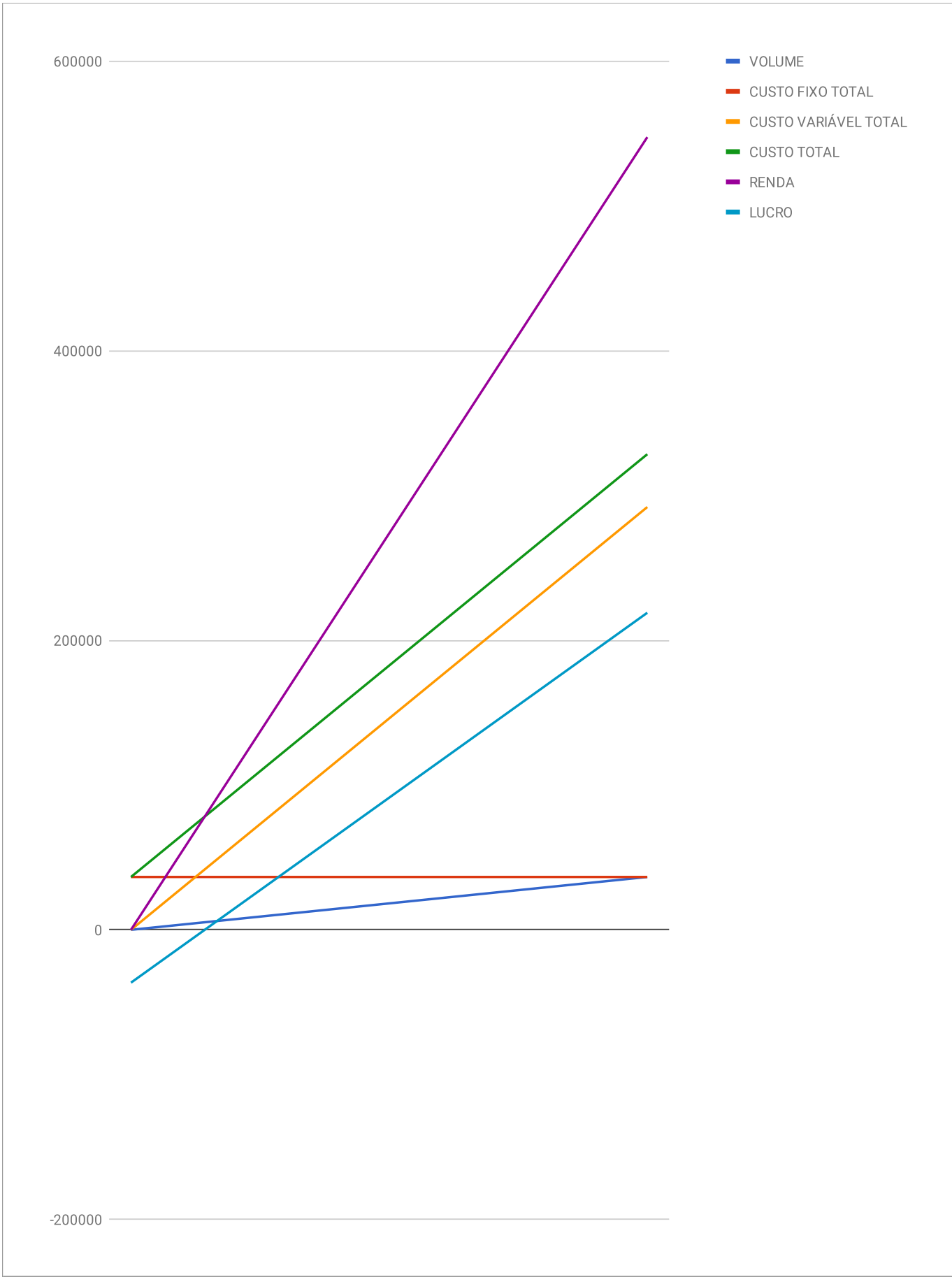
(Método Venturi Profit)

1		estrutura custos	Mão obra	veja em anexo	Taxa de			
2					Critério	Fator (%)	Taxa	
					Taxa de Manutenção	% do Invest.	3,5	0,035
					Taxa de Suprimento	% da Manut.	15	0,1
					Taxa de Depreciação	% do Invest.	35	0,1
3 (CT)		CUSTO TOTAL			CUSTO TOTAL (CT)			
Descrição		CUSTO		Descrição		CUSTO		Utilidades (planilha matéria-prima)
Matéria-prima (planilha matéria-prima)		97.333		Matéria-prima				
Mão-obra (planilha mão-obra)				Mão-obra				
Utilidades (planilha matéria-prima)				Manutenção				
Manutenção (taxa manutenção * investimento)		0		Depreciação				
Suprimentos				Suprimentos				
TOTAL		97.333						
Taxa de Manutenção		Critério		Fator (%)		Taxa		
Taxa de Suprimento		% do Invest.		3,5		0,035		
Taxa de Depreciação		% da Manut.		15		0,1		
		% do Invest.		35		0,1		
Referenciais		sobre modelo		Taxa de Depreciação				

Operating cost

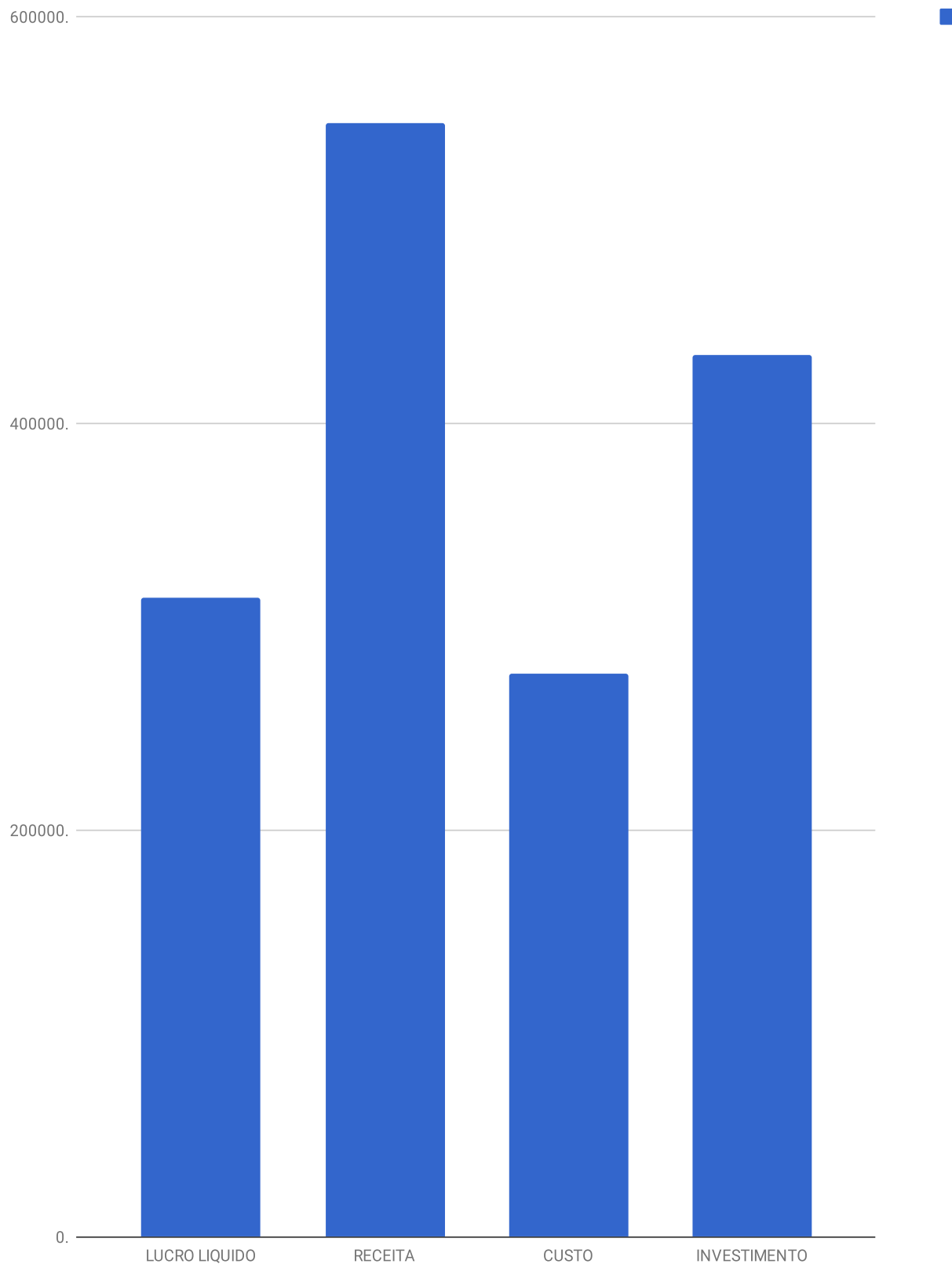


● Materia prima ● Mão-de-obra ● Custo capital ● Utilidades



DADOS DE Entradas		Formula	Dados formulários	(1) RECEITA = (B) * (F)			
				=	547.500,00		
(A) INVESTIMENTO FIXO (US)	433716.75	=CFIC9					Graphical Analysis
(B) PREÇO POR QUILO DO PRODUTO	R\$ 15			(2) CUSTO = (H) * (F)	276.615,25		
(C) VALOR INICIAL (US)	433716.75	=B3		(3) LUCRO BRUTO = (1) - (2)	270.884,75		
(D) VALOR FINAL (US)	R\$ 0			(4) DEPRECIACÃO = ((D) - (C))/(G)	43.371,68		LUCRO LIQUIDO RECEITA 314256.425
(E) TAXA DE IMPOSTO	0,3						CUSTO 276615.25
(F) CAPACIDADE DE PRODUÇÃO (Kg / ano)	36500	Producao escala industrial		(5) LUCRO LIQUIDO = (3) - (4)	314.256,43		INVESTIMENTO 433716.75
(G) VIDA ÚTIL DA PLANTA (anos)	10						
(H) CUSTO DO PROCESSO (US / Kg)	7,58						
(I) TAXA DE IMPOSTO	19%		30%	(6) LUCRO APOS IMPOSTOS = (5) - (5)*(E)	219.979,50		
(J) INVESTIMENTO TOTAL	542145.9375			(7) FLUXO DE CAIXA = (6) + (4)	283.351,17		
(L) CAPITAL DE GIRO	108429.1875	=0,25*B3					
Lucro	219979.4975			(8) TAXA DE ENGENHARIA (ie) = (7)/(A)	0,61		
Receita	547500			(9) TAXA DE RETORNO = (5)/(A)	0,72		
Ajuda online				(10) TEMPO DE RETORNO = (A)/(5)	1,38		
https://sites.google.com/a/biomassa_eq/ufm-br/analise-economica/taxa-retorno-interno				(11) RENTABILIDADE = (5)/(J)	0,58		
https://sites.google.com/a/biomassa_eq/ufm-br/analise-de-viabilidade-economica/				(12) LUCRATIVIDADE = (5)/(I)	0,57		
Investimento total				(13) ROTACAO DE VENDAS = (1)/(J)	1,01		
Corresponde o total de recurso a ser investidos para que a empresa comee a funcionar. O investimento total é formado por:							
Investimentos fixos: Corresponde a todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar. Por exemplo: equipamentos, máquinas, móveis, utensílios, ferramentas e veículos.							
Capital de giro: É o montante de recursos necessário na compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Ao estimar o capital de giro para o começo das atividades da empresa, você deverá apurar o estoque inicial e o caixa mínimo necessário.							
A – Estimativa do estoque inicial							547.500,00
O estoque inicial é composto pelos materiais (matéria-prima, embalagens, etc.) indispensáveis à fabricação de seus produtos. Considerar a capacidade de produção da unidade.							INVESTIMENTO 542.145,94
B – Caixa Mínimo							LUCRO 219.979,50
Representa a reserva em dinheiro necessária para que a empresa financie suas operações iniciais. É obtida através da soma do custo fixo mensal com o custo variável mensal.							
Investimentos pré-operacionais: São exemplos de investimentos pré-operacionais: despesas com reforma (pintura, instalação elétrica, troca de piso, etc.) ou mesmo as taxas de registro da empresa.							
Custo dos materiais diretos: O custo dos materiais diretos representa o valor que deverá ser baixado dos estoques pela sua venda efetiva. Para calculá-lo, basta multiplicar a quantidade estimada de vendas pelo seu custo de fabricação. O custo com materiais diretos e ou mercadorias vendidas é classificado como um custo variável, aumentando ou diminuindo em função do volume de produção ou de vendas.							
CUSTOS FIXOS							
Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período (despesas com aluguel, energia, salários, etc.). Esses valores são custos fixos porque são pagos, normalmente, independente do nível de faturamento do negócio.							
Custo de mão de obra: Agora, você deverá definir quantas pessoas serão contratadas (se necessário) para realizar as diversas atividades do negócio. Não se esqueça de que, além dos salários, devem ser considerados os custos com encargos sociais (FGTS, férias, 13º salário, INSS, horas-extras, aviso prévio, etc.)							
Custo com depreciação: Lembre-se de que as máquinas, equipamentos e ferramentas desgastam-se ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, sendo necessária sua reposição. O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação. Outros custos: Aluguel, condomínio, IPTU, água, energia elétrica, telefone, salários+encargos, material de limpeza, material de escritório, taxas diversas e outras despesas.							
DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS							
Após reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), é possível prever o resultado da empresa, verificando se ela possivelmente irá operar com lucro ou prejuízo.							
INDICADORES DE VIABILIDADE							
Ponto de equilíbrio: O ponto de equilíbrio representa o quanto sua empresa precisa faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período. Por exemplo, para um PE igual R\$ 65.000,00, isso quer dizer que, no período considerado, quando a empresa realizar receita total de R\$ 65.000,00, atingirá o "ponto de equilíbrio" e estará cobrindo os seus custos totais (custos fixos + custos variáveis). Em outras palavras, com receita total abaixo de R\$ 65.000,00, a empresa estará operando com prejuízo; com receita total maior que R\$ 65.000,00, a empresa estará operando com lucro. Utilizando as fórmulas a seguir, você pode calcular o ponto de equilíbrio em faturamento.				Modelo			
Índice de margem de contribuição = Margem de contribuição (Receita total - custos variáveis) / Receita total						Capacidade Operacional da Fábrica: (em kg)	3.200,00
Ponto de equilíbrio = Custo Fixo Total / Índice de margem de contribuição						Dias de funcionamento por ano:	312,00
Lucratividade: É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos, pois está relacionado à competitividade. Se sua empresa possui uma boa lucratividade, ela apresentará maior capacidade de competir, isso porque poderá investir mais em divulgação, na diversificação dos produtos e serviços, na aquisição de novos equipamentos, etc.						Processamento anual:	998.400,00
Lucratividade = Lucro Líquido/Receita total * 100						Produção Anual:	998.400,00
Rentabilidade: É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É calculada por meio da divisão do lucro líquido pelo investimento total. Para uma rentabilidade igual a 25% isso significa que, a cada ano, o empresário recupera 25% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.						INDICADORES FINANCEIROS de Empresa de modelos	
Rentabilidade = Lucro Líquido/Investimento Total * 100						TIR (Taxa Interna de Retorno):	13,72%
Prazo de retorno do investimento: Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade. Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu.						TRC (Tempo de Retorno do Capital) - anos:	5,53
Prazo de retorno do investimento = Investimento total/lucro líquido						VPL (Valor Presente Líquido):	R\$ 54.653,50
Para um prazo de retorno igual à 4, isso significa que 4 anos após o início das atividades da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem.						PE (Ponto de Equilíbrio):	53,40%
Estimativas de custos						OBSERVAÇÕES:	
Uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de produtos a serem oferecidos (baseado na capacidade produtiva da unidade processadora) pelo seu preço de venda, que deve ser baseado em informações de mercado.						Este serviço é opcional. Somente poderá ser contratado se também for adquirido um dos projetos da lista de projetos do site (www.engetecno.com.br).	
CUSTOS VARIÁVEIS							
Custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações: Aqui, será calculado o custo com materiais (matéria-prima + embalagem) para cada unidade fabricada. Os gastos com matéria-prima e embalagem são classificados como custos variáveis numa indústria. Como o próprio nome diz, esses custos variam (aumentam ou diminuem) de acordo com o volume produzido ou vendido.							
Custos de comercialização: Aqui, serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, é classificado como um custo variável. Para calculá-los, basta aplicar, sobre o total das vendas previstas, o percentual dos impostos e de comissões.							
Custo dos materiais diretos: O custo dos materiais diretos representa o valor que deverá ser baixado dos estoques pela sua venda efetiva. Para calculá-lo, basta multiplicar a quantidade estimada de vendas pelo seu custo de fabricação. O custo com materiais diretos e ou mercadorias vendidas é classificado como um custo variável, aumentando ou diminuindo em função do volume de produção ou de vendas.							

Analise de Investimento



1º Exercício		2º Exercício			
DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS D.R.E					
Despesas	Impostos (20%)		Despesas	Impostos (20%)	
	Salários			Salários	
	Comissões			Comissões	
	Encargos			Encargos	
	Fornecedores			Fornecedores	
	Aluguel			Aluguel	
Lucro Líquido			Lucro Líquido		
Impostos (IR + CSLL)			Impostos (IR + CSLL)		
Lucro Final			Lucro Final		0
		0			0
BALANÇO PATRIMONIAL					
Ativo		Passivo			
	1º Exercício	2º Exercício		1º Exercício	2º Exercício
Caixa			Fornecedores		
Contas a receber			Impostos		
Estoque de MP			Salários		
Imobilizado			Encargos		
			Comissões		
			Aluguel		
			Patrimônio Líquido		
			Capital Social		
			Resultado do Exercício		
Total	0	0	Total	0	0

Ajuda online exemplos	https://sites.google.com/a/biomassa.eq.ufi					

Quadro Equipe Técnico de empresa modelo

A Empresa é estruturada por profissionais titulados e qualificados, com um quadro técnico funcional diversificado por áreas afins, em conformidade com o caráter multidisciplinar do setor de meio ambiente, tendo como responsáveis técnicos, os seguintes profissionais:

Artur Torres Filho - Engenheiro Qumico, formado pela Universidade Federal de RN Pós-graduado pela Universidade Federal de Rio de Janeiro com habilitações técnicas específicas em Engenharia Sanitária e Ambiental e Engenharia de Segurança do Trabalho. Mestre em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos pela UFMG.

André Luiz Gomes - Engenheiro Civil, formado pela Escola de Engenharia Kennedy/MG, Pós-Graduado pela Universidade Federal de Minas Gerais, com habilitações técnicas específicas em Engenharia Sanitária e Ambiental e Engenharia de Segurança do Trabalho. Mestrando em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos pela UFMG.

Veja link organograma

<https://docs.google.com/document/d/1tdhwhJlyVs4ITaVaJRHyWpjIMAVc06seULr44gz27>

Metas para miniempresa Produção com Rentabilidade			
Capacidade Produção (piloto de treinamento e inovação)			
Produção diária para lucro zero sem imposto de renda			
Produção diária com rentabilidade 50%			
Produção total de planta piloto			
Preço de venda projetados			
Capacidade Producao Comercial			
Ajuda hyper links			
	https://docs.google.com/a/biomz		
	https://drive.google.com/foldervi		

WBS/Estrutura (Tarefas)	Tarefas	Data de Início	Data de término	Progresso	Trabalho	Recursos	Custos	Dia trabalhados	4/2/2012	4/9/2012	4/16/2012	4/23/2012
@WBS	@Name	@StartDate	@FinishDate	@Complete	@Work	@Recursos	@Cost		# # # # #	# # # # #	# # # # #	# # # # #
1	Sumarios	4/9/2012	4/17/2012	100%	66	materia prima	\$330	7				
1.1	tarefa 1	4/9/2012	4/12/2012	100%	32	consumo mat	\$320	4				
1.2	tarefa 2	4/13/2012	4/17/2012	100%	24		\$10	3				
1.3	Metas		4/17/2012	100%			\$0	0				
2						pesquisa 2						

Guia e Ajuda

Menu Projeto de Planos

As funções ProjectWeb estão no menu Project , o menu mais à direita da planilha. A maioria das funções são usadas em combinação com as linhas seleccionadas.

Linhas

As linhas podem ser manipuladas usando o padrão botão direito do mouse funções de planilha para a linha de seleção, limpar, remover ou copiar. Para atualizar o cronograma de uma atualização a partir do menu Project é necessária.

Páginas Planilhas

O Google Spreadsheet contém uma folha para as tarefas e uma folha de Recursos. A seleção é, na parte inferior da folha de cálculo. Dependendo da folha, as linhas contêm tarefas ou recursos.

Fuso horário

A planilha tem a sua configuração do fuso horário no arquivo Menu> Configurações de planilha. O roteiro tem sua configuração do fuso horário em Ferramentas > menu editor Script> menu Arquivo> Propriedades do Projeto. O fuso horário padrão para as duas configurações é Central Time (GMT - 06:00).

Inconformidade fuso horário configurações resultam em uma incompatibilidade entre as datas das tarefas eo gráfico de Gannt.

Tarefas

Cada linha contém uma tarefa cujo conteúdo é descrito na coluna "Descrição da tarefa. Outras colunas declarar informações adicionais de uma tarefa. Para linhas de legibilidade pode ficar vazio.

Tarefa de resumo

Uma tarefa é uma tarefa de resumo, como resultado da Work Breakdown Structure (WBS). A tarefa de resumo tem subtarefas e requer apenas uma descrição de tarefas. Data, data de conclusão, Progresso, Trabalho e Custo Start são calculados como resultado de suas subtarefas. Tarefas de resumo ter seu texto da linha em negrito.

Marco milário

Um marco é uma tarefa que só tem uma data de término, a data de início é deixado vazio. No gráfico de Gannt é um marco visível com uma cor diferente do que as tarefas normais e tarefas de resumo. Destacando

ProjectWeb suporta várias formas de destacar as tarefas na tabela e gráfico de Gannt. Padrão, o gráfico de Gannt tem cores diferentes para tarefas, tarefas de resumo e marcos. As tarefas podem ser destacadas na tabela usando a cor do campo de descrição fundo. A tarefa do bar Gannt seguirá esta cor, rastrear o progresso é útil para saber quando as tarefas precisam de atenção extra. A barra de Gannt pode mostrar a cor de descrição da tarefa ou a cor de progresso. Isso pode ser definido na Ajuda > Campos de tarefa.

Na tabela a tarefa dos campos de tarefa contém informações para cada tarefa. Eles são agrupados por coluna. Cada coluna tem um cabeçalho indica o tipo de informação no seu campo. A ordem das colunas pode ser alterado. Colunas modelo original não deve ser removido.

A coluna de Recursos não é obrigatória e pode ser removido ou renomeado. Novas colunas podem ser inseridos pelo usuário após as colunas de modelo e antes do gráfico de Gannt para adicionar informações a uma tarefa ou para executar cálculos com fórmulas de célula da planilha.

Descrição da tarefa

A descrição da tarefa é o ponto de partida do esquema. A descrição diz o que precisa ser feito ou o que precisa ser entregue. Comentários podem ser adicionados a uma descrição de tarefas usando o menu do botão direito do mouse.

A Work Breakdown Structure é útil para garantir que o cronograma abrange o escopo do projeto inteiro. A estrutura se rompe todo o escopo em várias prestações, que são subdivididas em atividades que podem ser rastreadas. O WBS não deve ser confundido com a sequência de actividade que mostra como a conclusão das tarefas dependem uns dos outros no tempo.

Tarefas recém-adicionados automaticamente receberá um código WBS com o mesmo nível de destaque como a tarefa anterior. Isso pode não ser alterado usando o aumento / diminuição da EAP funções esboço no menu Project.

WBS

Este campo indica o código WBS por tarefa. Esta coluna é somente leitura.

Use Aumentar / Diminuir WBS esboço no menu Project para alterar o nível de uma tarefa esboço WBS. Quanto maior o nível, mais pontos (.) No código.

O código de todas as tarefas WBS são recalculadas automaticamente após cada alteração que afecte.

A tarefa em uma tarefa de resumo tem um código WBS que é um subcódigo da tarefa de resumo.

Exemplo:

Uma tarefa Resumo A
1.1 task B
1.2 Resumo tarefa C
1.2.1 Tarefa D
1.2.2 Tarefa E
1.3 Tarefa F

A tarefa de resumo e resumo da tarefa C são as tarefas de resumo, porque eles têm subtarefas, ao contrário Task B. Como exemplo, Task e Task D E têm o mesmo nível de destaque WBS. Ambos têm um código WBS derivado do 1.2.

Data de início, data de término

Estes campos contêm a data de início e data de término de cada tarefa. Tarefas Resumo receber as respectivas datas de suas subtarefas, não há necessidade de inseri-los. duplo clique uma data inserida dá um calendário pop-up, onde uma nova data poderá ser seleccionada.

Progresso

Este campo contém o progresso de cada tarefa. Ela é expressa em%. Tarefas de resumo receber o seu progresso de suas subtarefas, não há necessidade de inseri-los.

Com o progresso Destaque configuração na janela enabled Help (default), a cor de fundo neste campo indica o progresso da tarefa. A cor depende da data tarefa de início, data de término da tarefa, o progresso da tarefa ea data de hoje, de acordo com a tabela abaixo.

Condição

hoje, antes tarefa data de início
hoje, depois de tarefa data de início e andamento do cronograma
hoje, depois de tarefa data de início, e progresso em atraso
hoje, após a data de término e de progresso inferior a 100%
progresso é igual a 100%

Com a Destaque no Gannt definição na Ajuda janela habilitado (padrão), a cor da barra de tarefas no gráfico Gannt segue a cor de realce do campo de progresso.

Trabalhar

As horas de trabalho para esta tarefa. É definido inicialmente para 8 horas. Quando a duração de uma tarefa é maior, o trabalho precisa ser atualizado manualmente, o que dá total flexibilidade em termos de duração e de trabalho por tarefa.

Recursos

Este campo contém os recursos atribuídos. A quantidade de cada recurso deve ser declarado depois de cada recurso, excepto para 1, que pode ser omitida. Exemplos:
R
R [1]
R [1.5]
R [1.5]
Altear vários recursos pode ser feito, separando-os por ponto e vírgula. Exemplo:
R1, R2 [2]

Um novo recurso é adicionado automaticamente à folha de Recursos. Um recurso existente é automaticamente acumulada.

Custo

Este campo contém o custo por tarefa, calculado a partir das quantidades de recursos atribuídos e horas de trabalho por tarefa e os custos por recurso. Definido pelo usuário (por exemplo, Dias úteis)

Um usuário campo definido não é parte do script menu Project. Ele pode conter qualquer informação. Também a fórmula de célula pode ser aplicado para cálculos dedicados em por exemplo, datas e custos.

A coluna Dias úteis é um exemplo no modelo baseado na fórmula NETWORKDAYS, deixando de fora os fins de semana entre a data de início ea data de término de uma tarefa. Opcionalmente, uma lista com os feriados podem ser adicionados.

Colunas mais independentes podem ser adicionadas após as colunas de script e antes de o gráfico de Gannt como adequado.

Gráfico de Gannt

Barra de tarefas	
O gráfico de Gantt mostra dinamicamente cada tarefa com uma barra horizontal a partir de sua data de início de sua data de término dentro do prazo. Alterações nas datas das tarefas são seguidos por sua barra de tarefas. Barras de tarefas de resumo de resumo pode seguir também.	
Barras de tarefas de resumo, a tarefa normal e marco têm diferentes cores padrão. A cor de uma barra de tarefas segue a cor de fundo do campo de descrição da tarefa ou do Progresso campo, dependendo da opção de acompanhar o progresso criação na Ajuda. A atualização do menu Project é necessária depois de uma mudança manual de uma cor background.	
Escala de tempo	
A escala de tempo se estende por uma linha do tempo de 10 períodos. Cada período começa na segunda-feira, data que é indicada. O período pode durar de 1 a 6 semanas, dependendo o factor de ampliação correspondente ajuda. Consulte a tabela abaixo para obter o correspondente intervalo de tempo total.	
Nível de zoom Gantt	1
	2
	3
	4
	5
	6
A escala de tempo pode ser deslocado no tempo clicando duas vezes a primeira data da escala de tempo, veja a figura acima. Um calendário em que aparece uma nova data pode ser digitada. O gráfico de Gantt mostra agora uma seção different de 10 períodos de programação.	
Mudando a escala de tempo também é possível com o ' Gantt hoje ' Gantt para tarefas funções no menu Project.	
Hoje indicação	
Se a data de hoje cair na escala de tempo, uma linha tracejada vertical indica esta data.	
Indicação de progresso	
O percentual de andamento de uma tarefa é traduzido em uma linha dupla na barra de tarefas no gráfico de Gantt. Se esta linha dupla pára antes da indicação da data atual, isso significa atraso do projeto.	

Pesquisa e desenvolvimento

Produtos					
Processos					
Maquinas					
					0
Fluxogramas					
Energia					
Meiambiente					
Ajuda online					
	https://sites.google.com/a/biomassa.eq.ufrn/				
Modelos	Pesquisa e desenvolvimentos				
	I.Produtos	Preços por Kg:			
	Produto quimica finas				
	Cardanol de LCC	R\$ 70,00			
	Enzima Bromelinas	R\$ 40,00			
	Xarope medicinal	R\$ 15,00			
	Resinas LCC	R\$ 10,00			
	oleo de peixe				
	Produto de alimentos	Preços por Kg:			
	Polpa de frutas	R\$ 6,00			
	Alcool de bebidas (vinho)	R\$ 15,00			
	Rapdura de caju	R\$ 16,00			
	queijo e bebida laticas	R\$ 14,00			
	Gelia de frutas (goiabada)	R\$ 12,00			
	queijo e bebidas de soja	R\$ 30,00			
	Barra de frutas	R\$ 40,00			
	Xarope de frutas ou milho	R\$ 15,00			
	Biscoito natural (dietetico)	R\$ 20,00			
	Farinha de mandioca	R\$ 3,00			
	Farinha de Coco	R\$ 10,00			
	Farinha de banana	R\$ 15,00			
	Farinha de peixe				
	Produtos de quimica pesados	Preços por Kg:			
	Sabao liquido de oleo usado				
	Alcool combustivel	R\$ 2,40			
	LCC, liquido de casca de castanha de caju	R\$ 3,00			
	Biocarvao ecologico(Briquete)	R\$ 2,00			
	Biodiesel de oleo usado	R\$ 2,00			
	Bioquerosene	R\$ 4,00			
	Aditivos de combustivel	R\$ 3,00			

Aqua	R\$ 1,00			
Gelo	R\$ 2,00			
Tijolo ecologico				
2.Materiaprimas	Preços por Kg:			
Abacaxi	R\$ 3,00			
Maracuja ,	R\$ 4,00			
Coco,	R\$ 3,00			
Mandioca	R\$ 1,50			
Caju	R\$ 4,00			
Soja	R\$ 5,00			
Lenha	R\$ 1,00			
Sal	R\$ 1,00			
oleo vegetal	R\$ 3,50			
Cana	R\$ 0,50			
Mamona				
3.Tecnologia de meioambiente				
Tratamento aerobicos ,lodo ativados				
Tratamento anaerobicos ,Biogas				
Biosistemas Integrados(Anaerobica e Aerobica)				
4.Geração de Energias				
Caladeira de lenha (combustao) e Vapor				
Motor de combustao internas de biogas e biodiesel,MCI				
Cogeracao de energia eletrica de MCI e vapour				
Pirolise , gasificação e Cogeracao de MCI				
Trigerção, Energia , Vapor e Frio				
5.Mercados,Cientes				
Restaurantes,padarias e Hotel				
Merenda escolar				
Hospital				
Quimica fina				
6.Estraegia de Gestao de Projeto				
Qualidade total, ISO 9000				
Qualidade ambiental,ISO 14000				
Qualidade socio ambiental , ISO24000				
Gestao de Innovacao e qualidade socio ambiental				
7.Equipe desejado				
Adminsitrador				
Eng de producao				
Eng qumicas				
Sec Executivos				
8.Metodo de planejamento de projeto				

	GHANT				
	CPM				
	PERT				
	9.Ferramenta de trabalho colaborativo de Projeto				
	Excel				
	Google doc				
	Rizzoma				
	Canvas				
	10.Fluxograms de Projeto de Gestao				
	Bloco (Conceitual)				
	Procesos				
	Engenharia				
	Operação				
	11.Estudo de viabilidade				
	Potencial economica de valorização				
	Renda ou receitas ,RT	RT=preço de venda unitário X quantidade de produção			
	Investimentos Total (IT) , Inv fixo (IF), capital de giros; (IT)=IF+IG	CAPITALIZAÇÃO para instalacao de planta de produção Investimentos (para pesquisa, desenovlvimentos aluguel, salários, etc) Capital Social (as cotas de cada participante de empresarios).			
	Depreciação	Uma parcela de custo de capital, (10 ate 20 por cento de investimentos fixos depende de vida util de equipamentos e maquinas			
	Custos de material diretas	CUSTOS DE MATÉRIA PRIMA E CONSUMOS a. Custos variáveis			
	Ponto de equilibrio desejado porcentagen				
	Capacidade producao propostos (micro, mini, macro	QP			
	Taxa de retorno desejados	LL/IT			
	Rentabilidade de retorno de investidor	LL/IT			
	LB	RT- CT			
	12.Tipo de Mini empresa				
	Sociedade Anônimo de capital aberto, (S, A)				
	Empresa provida , capital limitada(LTD)				
	Empresa de capitlal de cooperativas				

[1] dois cilindros

Pistons

parafuso pacote

Dois raladores (veja abaixo)

Peso 35 kg

[2] Grater do motor 1/2 Potência (0,375 Kw) 220-240 volts 50Hz

Tigela de aço inoxidável

2 cabeças ralador com duas bainhas de peças

Parafuso bloco e junta de borracha

Peso 12 kg

[3] Peças da porta do forno

Peça carregadora

drenar

4 tossers

parafuso pacote

Peso 10 kg em paletes de plástico

[4] Bowls, dentro e fora de escovas

Escalas de medição e tigelas

Stirrup, saca-rolhas e luvas

Manuais de treinamento, temos três versões, livros, computador CD e DVD

Parafuso e rebite pacotes

Dois tubos de Food Grade Silicone

Peso embalado 8,5 kg

[5] * Quem são seus Parceiros Chaves key partners (who are your partners ?

* (Who are our key suppliers)?

* (Which key resources are we acquiring from partners?)

* (Which key activities do partners perform?)

(Motivations for partnership:)

* (Optimization and economy)

* (Reduction of risk and uncertainty)

* Acquisition of particular resources and activities)

[6] * What Key Activities do our Value Propositions require?

* Our Distribution channels?

* Customer relationships?

* Revenue streams?

CATEGORIES:

* Production

* Problem solving

* Platform /Network

[7] * Qual o valor que oferecemos aos nossos clientes?

* Qual dos problemas de nossos clientes que estamos ajudando a resolver?

* O que pacotes de produtos e serviços que estamos oferecendo para cada segmento de clientes?

* Quais as necessidades dos clientes que estamos satisfeitos.

CARACTERÍSTICAS:

- * novidade
- * Performance
- * Personalização
- * "Começar o trabalho feito"
- * Design
- * Marca / Estado
- Preço *
- * Redução de custos
- * Redução de Riscos
- * Acessibilidade
- * Conveniência / Usabilidade

- * What value do we deliver to our customer?
- * Which one of our customer's problems are we helping to solve?
- * What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
- * Which customer needs are we satisfying?

CHARACTERISTICS:

- * Newness
- * Performance
- * Customization
- * "Getting the Job Done"
- * Design
- * Brand/Status
- * Price
- * Cost Reduction
- * Risk Reduction
- * Accessibility
- * Convenience/Usability

[8] * Que tipo de relacionamento que cada um dos nossos segmentos de clientes esperam de nós para estabelecer e manter com eles?

- * Quais temos estabelecido? * Como são (eles integrado com o resto do nosso modelo de negócio?)
- * (Como caros são eles?)

(EXEMPLOS)

- * Assistência Pessoal
- * Assistência pessoal dedicado
- * Self-Service
- * Serviços Automatizados
- * Comunidades
- * Co-criação

- * What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
- * Which ones have we established? * How are (they integrated with the rest of our business model?)
- * (How costly are they?)

(EXAMPLES)

- * Personal assistance
- * Dedicated Personal Assistance
- * Self-Service

- * Automated Services
- * Communities
- * Co-creation

[9] * Para quem estamos criando valor?
 * (Quem são nossos clientes mais importantes)?

- * Mercado de Massa
- * Mercado de Nicho
- * segmentada
- * Diversified
- * Plataforma Multi-sided

* For whom are we creating value?
 * (Who are our most important customers)?

- * Mass Market
- * Niche Market
- * Segmented
- * Diversified
- * Multi-sided Platform

[10] Que Recursos-chave que necessitam de nossa Proposta de Valor?

- * Nossos canais de distribuição?
- * Os relacionamentos com clientes?
- * Os fluxos de rendimento?

Tipos de recursos:

- * física
- * (Marca, patentes, direitos autorais, dados) Intelectual
- * Humanos
- * Financeiro

- * What Key Resources do our Value Proposition require?
- * Our Distribution channels?
- * Customer relationships?
- * Revenue streams?

TYPES OF RESOURCES:

- * Physical
- * Intellectual (brand, patents, copyrights, data)
- * Human
- * Financial

[11] Através de que canais que nossos segmentos de clientes querem ser alcançado?

- * Como é que vamos alcançá-los agora?
- * Como são nossos Canais integrados?
- * Quais funcionam melhor?
- * Quais são os mais custo-eficiente?

* Como estamos integrando-os com as rotinas do cliente?

FASES canal:

1. Consciência Como aumentar a conscientização sobre os produtos de nossa empresa e serviços?
2. Avaliação Como podemos ajudar os clientes a avaliar a Proposição da nossa organização Valor?
3. Comprar Como permitimos que os clientes comprem produtos e serviços específicos?
4. Entrega Como podemos oferecer uma proposição de valor para os clientes?
5. Depois de vendas Como nós fornecemos pós-compra de apoio ao cliente?

* Através de que canais fazer nossos segmentos de clientes querem ser alcançado?

* Como é que vamos alcançá-los agora?

* Como são nossos Canais integrados?

* Quais funcionam melhor?

* Quais são os mais custo-eficiente?

* Como estamos integrando-os com as rotinas do cliente?

FASES canal:

1. Consciência Como aumentar a conscientização sobre os produtos de nossa empresa e serviços?
2. Avaliação Como podemos ajudar os clientes a avaliar a Proposição da nossa organização Valor?
3. Comprar Como permitimos que os clientes comprem produtos e serviços específicos?
4. Entrega Como podemos oferecer uma proposição de valor para os clientes?
5. Depois de vendas Como nós fornecemos pós-compra de apoio ao cliente?

* Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?

* How are we reaching them now?

* How are our Channels integrated?

* Which ones work best?

* Which ones are most cost-efficient?

* How are we integrating them with customer routines?

CHANNEL PHASES:

1. Awareness How do we raise awareness about our company's products and services?
2. Evaluation How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition?
3. Purchase How do we allow customers to purchase specific products and services?
4. Delivery How do we deliver a Value Proposition to customers?
5. After sales How do we provide post-purchase customer support?

* Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?

* How are we reaching them now?

* How are our Channels integrated?

* Which ones work best?

* Which ones are most cost-efficient?

* How are we integrating them with customer routines?

CHANNEL PHASES:

1. Awareness How do we raise awareness about our company's products and services?
2. Evaluation How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition?
3. Purchase How do we allow customers to purchase specific products and services?
4. Delivery How do we deliver a Value Proposition to customers?
5. After sales How do we provide post-purchase customer support?

[12] * Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio?

- * Que recursos-chave são mais caros?
- * Quais atividades-chave são mais caros?

é o seu negócio mais:

- * Custo Impulsionada (estrutura de custos mais enxuta, a proposição de valor baixo preço, máxima automação, terceirização extenso)
- * Valor Impulsionada (com foco na criação de valor, a proposição de valor do prêmio)

características da amostra:

- * Custos fixos (salários, aluguéis, serviços públicos)
- * Os custos variáveis
- * Economias de escala
- * As economias de escopo

- * What are the most important costs inherent in our business model?
- * Which Key Resources are most expensive?
- * Which Key Activities are most expensive?

is your business more:

- * Cost Driven (leanest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing)
- * Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)

sample characteristics:

- * Fixed Costs (salaries, rents, utilities)
- * Variable costs
- * Economies of scale
- * Economies of scope

[13] * Para que valor são os nossos clientes realmente disposto a pagar?

- * Para que é que eles pagam atualmente
- * Como eles estão pagando atualmente?
- * Como é que eles preferem pagar?
- * Quanto é que cada fonte de receita contribuir para as receitas globais?

TIPOS:

- * Venda de ativos
- * Taxa de Uso
- * Taxas de assinatura
- * Capacidade / Alugar / Locação
- * Licenciamento
- * Taxas de corretagem
- * Publicidade

PREÇO FIXO:

- * Preço de Tabela
- * O recurso de produto dependente
- * Segmento de cliente dependente
- * Volume dependente

Dinâmica de preços:

- * Negociação (negociação)
- * Yield Management
- * Real-time-Market

- * For what value are our customers really willing to pay?
- * For what do they currently pay
- * How are they currently paying?
- * How would they prefer to pay?
- * How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

TYPES:

- * Asset sale
- * Usage fee
- * Subscription Fees
- * Lending/Renting/Leasing
- * Licensing
- * Brokerage fees
- * Advertising

FIXED PRICING:

- * List Price
- * Product feature dependent
- * Customer segment dependent
- * Volume dependent

DYNAMIC PRICING:

- * Negotiation(bargaining)
- * Yield Management
- * Real-time-Market

[14] Utilize modelo para criar a sua.