

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)					

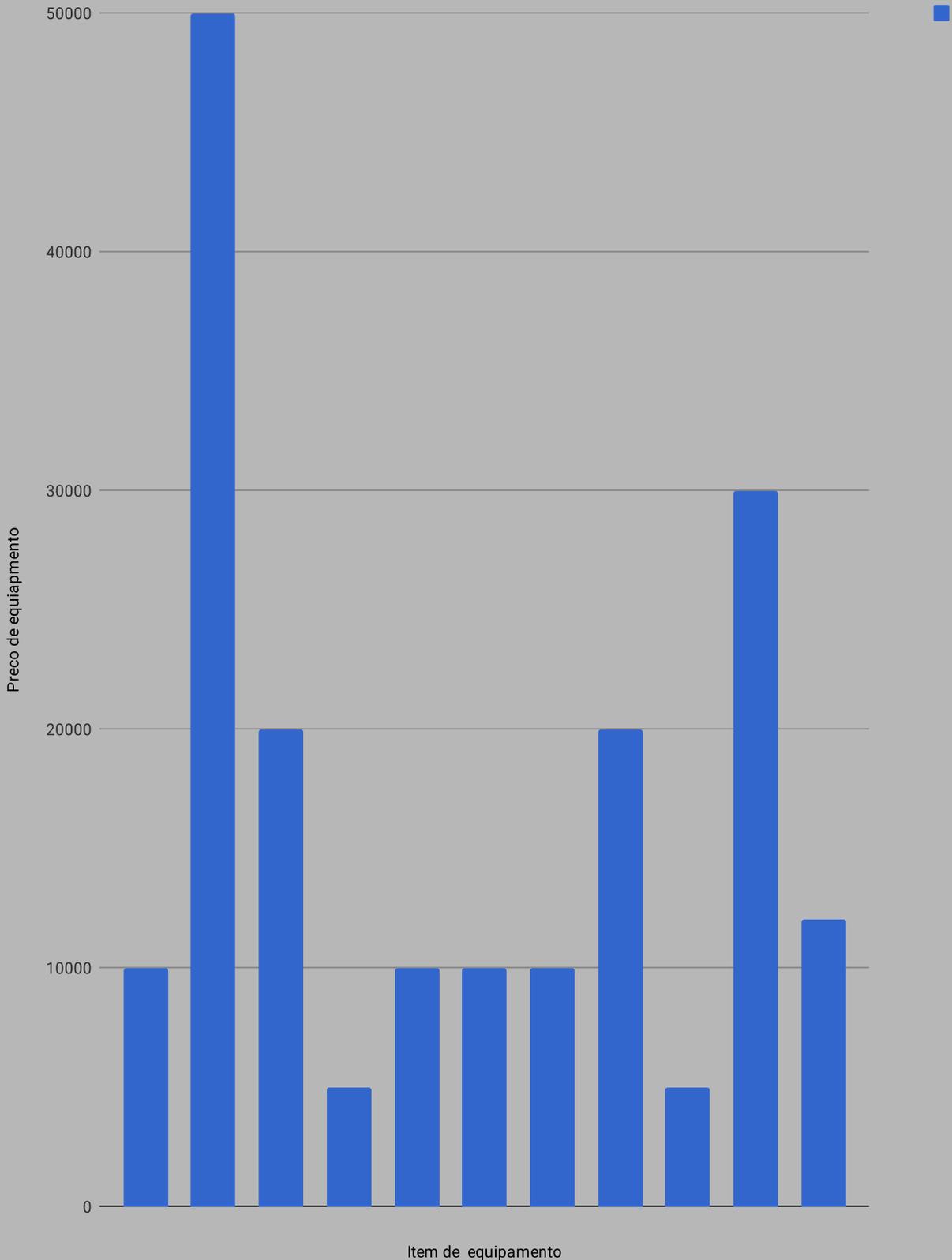
Observação Importante	Dado de empresa exemplos	>>>>>	So servir ajuda vc entender modelos pode ser deletados apos feita projeto em firme , mas servira ter modleo matematico seu empresa foi digitados errados , voce pode recuperar o modelo				8. Formatação condicional
	Dado de seu empresa	>>>>>	Deve ser 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 líquidos						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 ajuda-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:	3ªfase: 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 liste de opções viáveis 5ª Fase: Plano de ação e elaboração de projeto				
	6ª Fase implementar plano para aumentar eficiência de processo				
	7ªFase: Avaliação do impacto ambiental e econômico				
	8a *Fase: Melhoria continua de projeto ambiental com objetivo socia econômico e viabilidade sobre sustentabilidade				
Guia de elaboracao de Relatorios de plano , Projetos tecnicos , Investimentos , Custos , viabilidade e Plano de Negocios					
Passo1	Deletar tudo modelo de dados de examplos 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 pagians com cor Azul verificar e dados de enrada de cor vermelhas				
Passo4	Obter resultados graficos e Analise Investimentos lucros lucros				
Passo5	Verificar resultados obtidos e resultados desejados tudo esat dentro limite de resultatdso desejados				
Guia	Salvar Projeto e Relatorio 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				

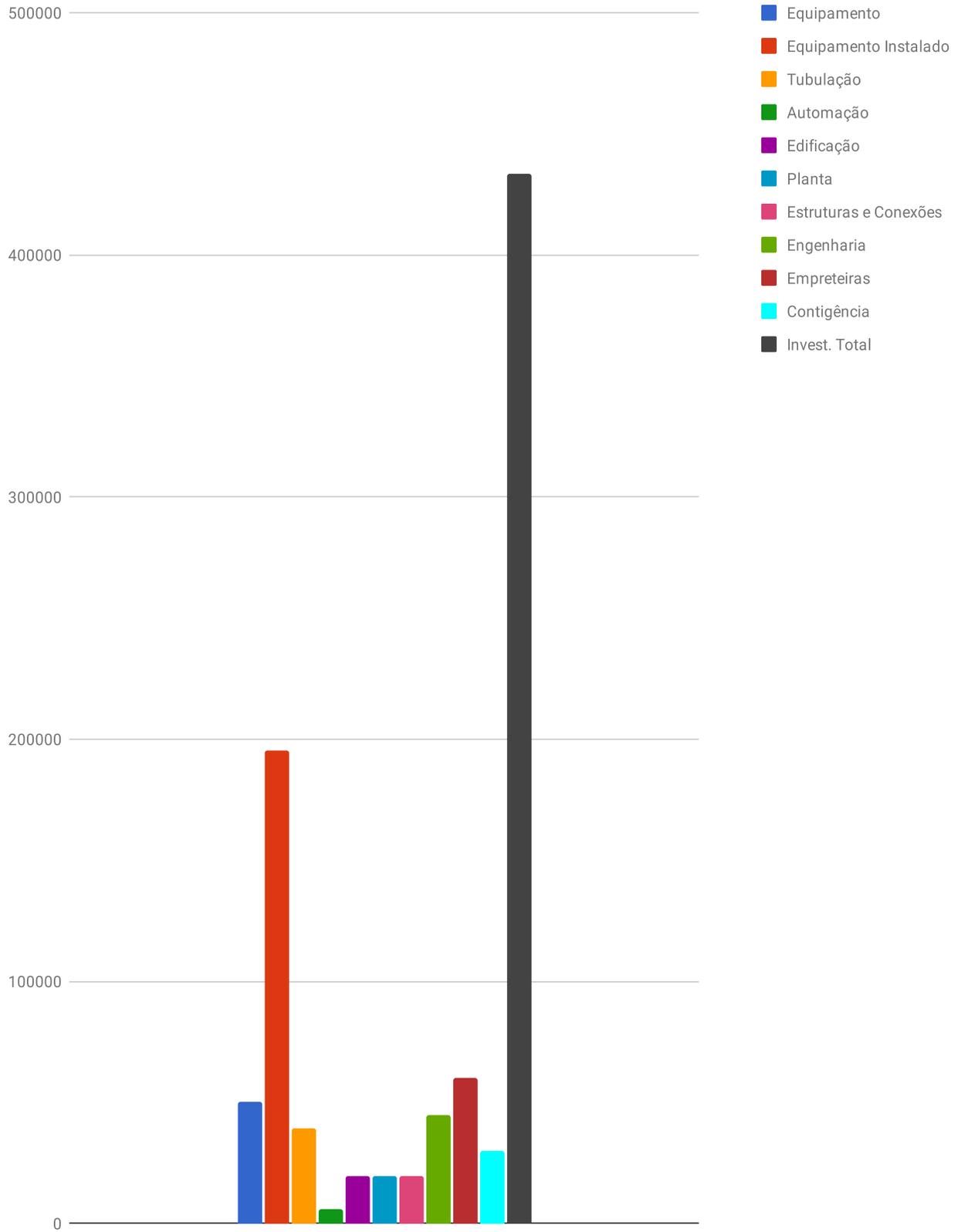
Relatorios							
1		O processo produtivo compõe-se de número total de etapas.					
2		Número de etapas tercerizados					
3		Porcentagem tercerizados					
	Procurar Sites						
	Desenvolvimentos de Fluxogramas Atualizado 01/04/2010, 17:12 por Pagandai V Pannirselvam	http://goo.gl/HkPSC					
	FluxogramaProjeto (/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 base de dados de planilhas		Video tutorial >>>>> http://vtridatascursos.com.br/curso-exploracao-del-modelo-de-negocio											
Modelo Canvas															
<p>Parceiros Chaves (Key Partners) [5]</p> <p>criador de camera, vitamina de farinha de peixe seco. Mercado Publico. Biquets sem tunçã de mesocarpa. Farinaca, elev e pane. Mercadinhos, molhos de peixe</p> <p>Empreendedor 1-12</p>	<p>Atividade Chave (Key Activity) [6]</p> <p>Desenvolvimento plataforma (platform dev and maint)</p> <p>Compra materia prima</p> <p>Processo materia prima</p> <p>Producao integrada</p> <p>Geracao de progãa e cardão</p> <p>Fornecimento de agua de coco</p>	<p>Proposta de valor (Value Propositions) [7]</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 inovaco</p>	<p>Relacionamento de consumidor (Customer Relationships) [8]</p>	<p>Segmentos de Clientes (Customer Segments) [9]</p> <table border="1"> <tr><td>problemas de pele</td><td>2</td></tr> <tr><td>oleo de Pele</td><td>3</td></tr> <tr><td>líquid ester</td><td>3</td></tr> <tr><td>líquid Acetona</td><td>2</td></tr> <tr><td>Clycinas</td><td>10</td></tr> </table>	problemas de pele	2	oleo de Pele	3	líquid ester	3	líquid Acetona	2	Clycinas	10	
problemas de pele	2														
oleo de Pele	3														
líquid ester	3														
líquid Acetona	2														
Clycinas	10														
	<p>Recurso fundamental/Recursos fundamentais [10]</p> <p>Desenvolvedores developers</p> <p>Plataforma (platform)</p> <p>Servidor (servers)</p> <p>Mãca (brand)</p> <p>Recursos Humanos</p>		<p>Canais (Channels) [11]</p> <p>Logística de transporte.</p>												
			<p>Montante de Receitas (Revenue Streams) [13]</p>												
<p>Estrutura de custo (Cost Structure) [12]</p> <p>locamento propaganda (advertising budget)</p> <p>Pão Humanos (HR)</p> <p>Desenvolvimento de Produto</p> <p>outros (Other)</p> <p>Desenvolvimento de Plataforma e Planta de producao</p> <p>Depreciacao</p> <p>Vendas</p>					<p>R\$ 42.048,00</p> <p>R\$ 59.008,50</p> <p>R\$ 119.013,43</p>										
					<p>R\$ 489.914,50</p>										
					<p>R\$ 347.888,32</p> <p>Revenues: R\$ 489.914,50</p>										
					<p>Lucro (Profit):</p> <p>R\$ 242.226,18</p>										
<p>Ajuda online modelo de sistema aberto utilizados em 30 países de modelo economica de gestao de custos</p> <p>http://www.brazil.blogspot.com.br/segredo-de-clientes-14</p> <p>http://businessmodelhub.com/</p> <p>https://docs.google.com/file/d/0B4BqPQwD4Ca7eC9dLV6Q2N9U6</p>															
<p>Clientes e Mercados</p> <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>Proposta de valorizacoã (Value Propositions)</p> <p>Perguntas Chaves</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?</p> <p>Quais são as necessidades que estamos satisfazendo?</p> <p>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>Relacionamento com Clientes</p> <p>Perguntas Chaves</p> <p>Qual tipo de relacionamento que cada segmento de client spera ter para estabelecer e manter sua preferênca entre quais temos estabelecido? Qual são os custos de são integrados com o resto do nosso modelo de r</p> <p>podem co-existir paralelamente em um relacionar</p> <p>entes tipo de relações que estabelece uma empresa com determi</p> <p>desaja estabelecer com cada segmento de clientes. Os relaciona</p>	<p>Canais</p> <p>Perguntas Chaves</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?</p> <p>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 cubrir 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>Parceiros</p> <p>Perguntas Chaves:</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?</p> <p>Quais são as Principais atividades que os parceiros matiam?</p> <p>Podem 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 pela incerteza. 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 eletrônica de consumo, computadores pessoais, e os fabricantes de mídias. O grupo colaborou para trazer a tecnologia Blu-ray ao mercado, mas os membros individualmente terão competidores na venda de seus próprios produtos Blu-ray.</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <p>Perguntas Chaves:</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 forma 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 contínua.</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 credito. Visa é a da sua plataforma de transações para os comerciantes, clientes e bancos. O Modelo de negocios da Microsoft requer a gestão da interface entre o software de cursos fornecedor 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.</p> <p>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.</p> <p>As propostas 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>Assisção do cliente</p> <p>• A retenção do cliente</p> <p>• Impulsionar as vendas (UPSELLING)</p> <p>Assisção pessoal</p> <p>Auto-Serviço</p> <p>Serviços Automatizados</p> <p>Comunidades</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 obtemos 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 tem várias funções, elas são:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apresentação aos clientes sobre uma companhia de produtos e de serviços. • Ajudar os clientes a avaliar Proposição de valor da empresa. • Permitir que os clientes comparem produtos e serviços específicos. <p>Entregar uma proposta de valor para os clientes.</p> <p>Oferecer um suporte Pós-venda ao cliente.</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>												

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-econom									
	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								

Fluxo de receita

(Por favor, insira algumas fontes de receita no modelo de negócios da lona primeiro ...)

[Veja ajuda online](#)

>> coluna T

preço

[Hyperlink formulários entrada de dados](#)

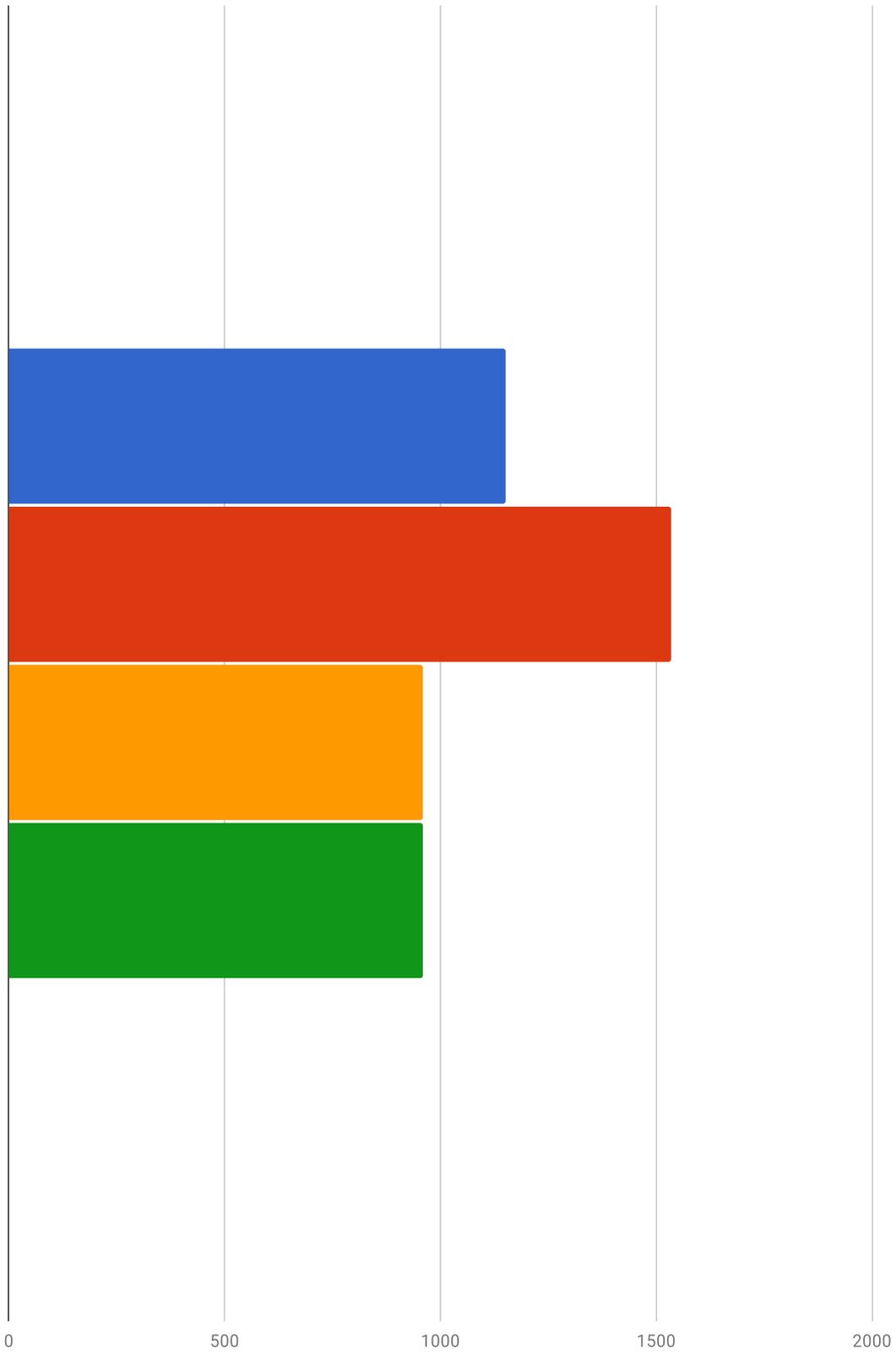
[Ajuda online](#)

								Dados de entrada	>>	6	489,100.00	Capacidade produção de L de óleo	
Receita tipo de fluxo	Proposta de valor	Segmento de Clientes	Participação Mercado	Preço	Produção/dia	Período tempo	Sub Total						
Venda de ativos	Projetos de gestão de custos	proteínas de peixe óleo de Peixe	3 2	80% 80%	2 2	R\$ 1.50 R\$ 6.00	100 100	Dia (x365) Dia (x365)	Rs. 131,400.00 Rs. 350,400.00	Neste passo descrevemos as Receitas que representa o dinheiro que uma empresa gera de cada segmento de mercado (os custos devem ser subtraídos das receitas para criar ganhos) Se os clientes compreendem o coração de um modelo de negócio, o fluxo de caixa são suas artérias.			
		BioD ester	25	10%	3	R\$ 4.00	1	Dia (x365)	Rs. 3,650.00	A empresa deve se perguntar: Que valor cada segmento de clientes verdadeiramente esta disposto a pagar? Respondendo a esta questão permite ver a possibilidade de geração de receita de cada segmento de clientes. Cada receita pode ter mecanismos de preços diferentes, como lista de preços fixa, negociação, leilão, mercado de volume, negociação ou (Yield Management).			
		BioD Aditivos	5	0%	0	R\$ 2.00	20	Dia (x365)	Rs. 0.00	Um modelo de negócio pode envolver dois tipos diferente de fluxos de receitas: 1. Receitas de transações resultantes dos pagamentos on-time do cliente. 2. Receitas recorrentes resultantes dos pagamentos em curso, entrega do produto para os clientes ou fornecer pós-venda, suporte ao cliente.			
		Glycerol	10	10%	1	R\$ 1.00	10	Dia (x365)	Rs. 3,650.00				
		preço de óleo de coco											
										Rs. 18.00			
Receita tipo de fluxo	Proposta de valor	Segmento de Clientes	Participação Mercado	Preço	Produção	Período tempo	Sub Total						
Alugar/Emprestado/Leasing	None	proteínas de peixe óleo de Peixe	30 50	30% 20%	9 10	R\$ 2.00 R\$ 0.00	1 1	Ano (x1) Ano (x1)	R\$ 18.00 R\$ 0.00	Perguntas Chaves.			
		BioD ester	25	50%	13	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Que valor os nossos clientes realmente dispostos a pagar?			
		BioD Aditivos	5	10%	1	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Por que é que eles pagam atualmente? Como que eles estão atualmente pagando?			
		Glycerinas	10	5%	1	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Como é que eles preferem pagar?			
										Existem várias maneiras para gerar fontes de receita:			
										R\$ 0.00			
Receita tipo de fluxo	Proposta de valor	Segmento de Clientes	Participação Mercado	Preço	Produção	Período tempo	Sub Total						
Venda de ativos	Serviço básico (free basic s	proteínas de peixe óleo de Peixe BioD ester	30 50 25	30% 20% 50%	9 10 13	R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00	1 1 1	Ano (x1) Ano (x1) Ano (x1)	R\$ 0.00 R\$ 0.00 R\$ 0.00	Venda de ativos O fluxo de receitas mais amplamente compreendida deriva da venda de direitos de propriedade de um produto físico. Amazon.com vende livros, música, eletrônica de consumo, e muito mais online. Fiat vende automóveis, que compradores são livres para dirigir, revender, ou mesmo destruir.			
		BioD Aditivos	5	10%	1	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Taxa de Utilização Esta receita é gerada pelo uso de um serviço particular. Quanto mais um serviço é usado, mais o cliente paga. Por exemplo uma operadora de telecomunicações cobra do cliente por minutos gastos no telefone. Um hotel cobra dos clientes por o número de noites que a habitação esteve ocupada.			
		Glycerinas	10	5%	1	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Taxas de Inscrição Esta receita é gerada com a venda contínua de acesso a um serviço. Um ginásio vende aos seus membros assinaturas mensais ou anuais, em troca de acesso às instalações de seu estabelecimento. World of Warcraft Online, um jogo de computador baseado na Web, permite aos usuários desempenhar o seu jogo online em troca de uma assinatura mensal. Nokia Comes With Music dá aos usuários acesso a uma biblioteca de música por meio de uma assinatura.			
										R\$ 0.00			
Receita tipo de fluxo	Proposta de valor	Segmento de Clientes	Participação Mercado	Preço	Compras	Período tempo	Sub Total						
Nenhum	Premium service	proteínas de peixe	30	0%	0	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Empréstimos / Renting / Leasing Esta receita é criada temporariamente concedendo a alguém o direito exclusivo de utilizar um determinado ativo por um período fixo em troca de uma taxa. Para o credor, este oferece a vantagem de receitas recorrentes. Locatários ou arrendatários, por outro lado, aproveitam os benefícios dos gastos incorridos com apenas um tempo limitado, sem vez de arcar com os custos totais de propriedade. Zipcar.com fornece uma boa ilustração. A empresa permite aos clientes alugar carros por hora em cidades norte-americanas. Serviço Zipcar.com tem levado muitas pessoas a decidir alugar ao invés de comprar seus automóveis.			
		óleo de Peixe	50	0%	0	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00	Licenciamento Esta receita é gerada por dar aos clientes permissão do uso de propriedade intelectual protegidas na troca de taxas de licenciamento. O licenciamento permite que os titulares dos direitos, gerem receitas a partir da sua patente sem ter que fabricar um produto ou comercializar um serviço. Licenciamento é comum na indústria de mídia, onde os proprietários de conteúdo retém direitos autorais ao vender licenças de uso a terceiros.			
		BioD ester	25	30%	8	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00				
		BioD Aditivos	5	0%	0	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00				
		Glycerinas	10	0%	0	R\$ 0.00	1	Ano (x1)	R\$ 0.00				
										R\$ 796.50			
Receita tipo de fluxo	Proposta de valor	Segmento de Clientes	Participação Mercado	Preço	Compras	Período tempo	Sub total						
Nenhum	premium service	proteínas de peixe óleo de Peixe	30 50	70% 80%	21 40	R\$ 1.50 R\$ 16.00	1 1	Ano (x1) Ano (x1)	Rs 31.50 Rs 640.00	Taxas de Corretagem Esse fluxo de receita deriva da intermediação de serviços prestados em nome de duas ou mais partes. Formecedores do cartão de crédito, por exemplo, ganham receitas tomando uma porcentagem do valor de cada venda entre as operações executadas entre os comerciantes de cartão de crédito e clientes. Corretores e agentes imobiliários ganham uma comissão cada vez que correspondem com sucesso um comprador e o vendedor.			
		BioD ester	25	100%	25	R\$ 3.00	1	Ano (x1)	Rs 75.00	Publicidade Esta Receita resulta de taxas de publicidade de um determinado produto, serviço ou marca. Tradicionalmente, a indústria de mídia e organizadores do evento se basearam fortemente sobre a receita de publicidade. Nos últimos anos outros sectores, incluindo software e serviços, já atuam ativamente neste tipo de ingresso de receita.			
		BioD Aditivos	5	0%	0	R\$ 2.00	1	Ano (x1)	Rs 0.00	Cada fluxo de receita pode ter diferentes mecanismos de preços. O tipo de mecanismo de preços escolhido pode fazer uma grande diferença em termos de receitas geradas. Existem dois principais tipos de mecanismo de preços: Preço Fixo e preços dinâmicos.			
		Glycerinas	10	50%	5	R\$ 10.00	1	Ano (x1)	Rs. 50.00				

Custos		Receita		Guia e Ajuda online
				Visao de Custo de Empresa
Custos fixos	Custos	Receita Total	Revenu	
		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, alugueis, 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

Capacidade producao por ano, Production capacity! **36500** CMD por kg produto 2.66666667

Capacidade producao , litro por dia 100
Consumo Residuos por l de oleo 50 horas semnas 2 dias per seman
Capacidade por dia

Tamanho Qt de coco por 1l de oleo Consumo unitario

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	
oleo vegetal	R\$ 3.5	
Cana	R\$ 0.5	
Mamona		

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 kg/h	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	21.8	10	1169

Equipamentos	Quantidade	Dimensão	Index atual	C base	f	fbn	A base	A atual	C atual
--------------	------------	----------	-------------	--------	---	-----	--------	---------	---------

sim superpro 28225316.94
0

Resultados super pro

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>

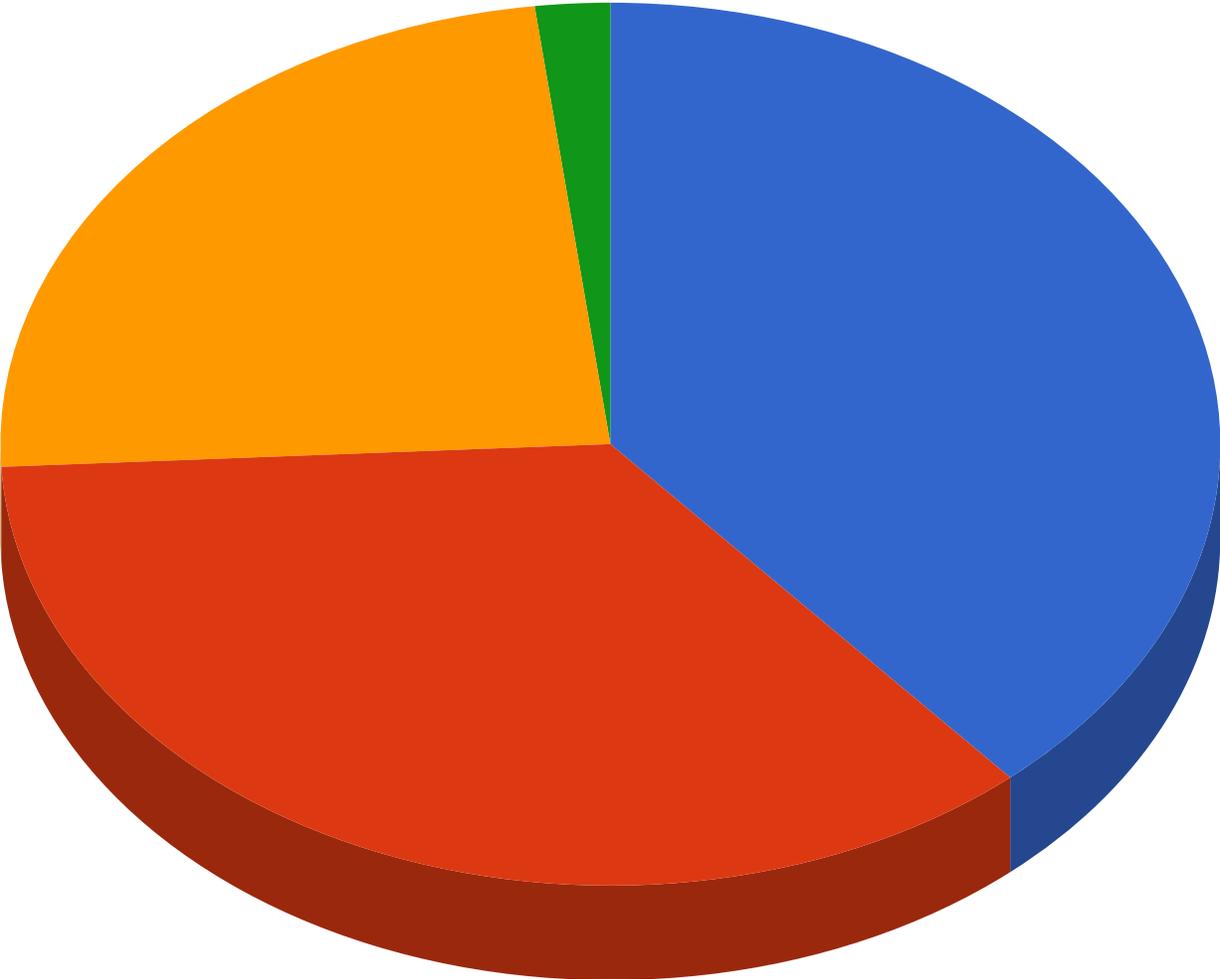
INSUMOS	Consumo unitário de produto, coco nessesario para produzir 1 l de oleo de coco	CUSTO UNITÁRIO de 1 coco	CUSTO por l de produtos de oleo
Coco seco	7	R\$ 0.6	R\$ 4.2
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
#REF!	0	R\$ 0	R\$ 0
gás	1	R\$ 0.42	R\$ 0.42
energia	2	0.23	0.46
Embalagem	1	0.4	0.4
açucar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

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

Definição do Problema de Potencial economia de projeto de peixe		Moledo de Estimativas de consumos , Receitas para seu empresa (veja empresa de modleo em baixo)					
Estimar o potencial econômico de produção de microalga para produzir 4 toneladas de algas (C)com o rendimento de n = 0,8.							
a) Para NH3 (A)e CO2(B)							
Reacao Processo Quimica	aA	,+bB	>>>>>>>>>>			C.C	(veja tabela)
consumo mol	a	b	>>>>>>>>>>			c	
Balanco de massa	C02	NH3				Micro alga	
DADOS DE ENTRADA	Q,A	Q,B				Qp,C	
Preco de produto de unidade PPU(KG)		15	6 <<<<<<<<<<<<<	dado de Entrada			
Rendimento otimo desejados ,R,otimo							
Rendimento Maxium,Ideal ,R,max		,=Qp,c/Q,A	,=			1/consumo minium	
Rendimento Real	X%R,max						
Rendimento relativo . MÍNIMO=	X=0.6*100						
Rendimento relativo . MÁXIMO=R,max	X=0.98*100						
INCREM(D17)=	0.075	D17=D15/8					
B	C	D	E	F	G		
MATERIAL	CO2	NH3	MicroALGA	H2O			
REAÇÃO	MA	MB	PC	PD			
MOLE	1(a)	1(b)	1(c)	1			
Mass Molar ou Peso de molecula ,PM	46	18	88	18			
MASSA	46	18	88	18			
Preco de produto de unidade PPU(KG)	5	0.35	15	0			
Fator de est FS(L/kg)	2.5	0.19					
Modelo de Estimativa de Consumos e Custos							
Fator de estequiometrias de consumo , FSC(L/kg ou Kg/Kg)	,= Q,A/Qp,c	Consumo de materia prima por Kg de produtos	,=1/R				
CAPACIDADE DE PRODUÇÃO (D27), por dia ,Qp,c		4000					
Consumo de materia prima , A,Q,A	,= \$C\$31*\$B\$27/A3 6						
Consumo de materia prima , B,Q,B	,= \$C\$29*\$C\$27/A3 4						
Receitas, Valor de produto =Preco* de Produto C *Qp, c							
Custo de A de Consumo= Preco A* Q,A							
Custo de B de Consumo= Preco B* Q,B							
Resulatdos de Estimativas de Consumos , Recitas e Valoitacao de potecial economica de produto, PEP							
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
0.60	1,266.67	16,666.67	83,333.33	443.33	83,776.67	60,000.00	-23,776.67
0.68	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
0.83	921.21	12,121.21	60,606.06	322.42	60,928.48	60,000.00	-928.48
0.90	844.44	11,111.11	55,555.56	295.56	55,851.11	60,000.00	4,148.89
0.98	779.49	10,256.41	51,282.05	272.82	51,554.87	60,000.00	8,445.13
Modelo de projeto de MiniEmpresa de producao de micro alga , Estimativas de consumos , Receitas							
	5/7/1999	Planejamento de projeto de MiniEmpresa , Estimativas de consumos , Receitas					
Definição do Problema de Potencial economia de projeto de Micro algas							
Estimar o potencial econômico de produção de microalga para produzir 4 toneladas de algas (C)com o rendimento de n = 0,8.							
a) Para NH3 (A)e CO2(B)							
Reacao Processo Quimica	aA	,+bB	>>>>>>>>>>			C.C	(veja tabela)
consumo mol	a	b	>>>>>>>>>>			c	
Balanco de massa	C02	NH3				Micro alga	
DADOS DE ENTRADA	Q,A	Q,B				Qp,C	
Preco de produto de unidade PPU(KG)		15	6 <<<<<<<<<<<<<	dado de Entrada			
Rendimento otimo desejados ,R,otimo							
Rendimento Maxium,Ideal ,R,max		,=Qp,c/Q,A	,=			1/consumo minium	
Rendimento Real	X%R,max						
Rendimento relativo . MÍNIMO=	X=0.6*100						
Rendimento relativo . MÁXIMO=R,max	X=0.98*100						
INCREM(D17)=	0.075	D17=D15/8					
B	C	D	E	F	G		
MATERIAL	CO2	NH3	MicroALGA	H2O			
REAÇÃO	MA	MB	PC	PD			
MOLE	1(a)	1(b)	1(c)	1			
Mass Molar ou Peso de molecula ,PM	46	18	88	18			
MASSA	46	18	88	18			
Preco de produto de unidade PPU(KG)	5	0.35	15	0			
Fator de est FS(L/kg)	2.5	0.19					
Modelo de Estimativa de Consumos e Custos							
Fator de estequiometrias de consumo , FSC(L/kg ou Kg/Kg)	,= Q,A/Qp,c	Consumo de materia prima por Kg de produtos	,=1/R				
CAPACIDADE DE PRODUÇÃO (D27), por dia ,Qp,c		4000					
Consumo de materia prima , A,Q,A	,= \$C\$31*\$B\$27/A3 6						
Consumo de materia prima , B,Q,B	,= \$C\$29*\$C\$27/A3 4						
Receitas, Valor de produto =Preco* de Produto C *Qp, c							
Custo de A de Consumo= Preco A* Q,A							
Custo de B de Consumo= Preco B* Q,B							
Resulatdos de Estimativas de Consumos , Recitas e Valoitacao de potecial economica de produto, PEP							

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						

Operating cost



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

600000

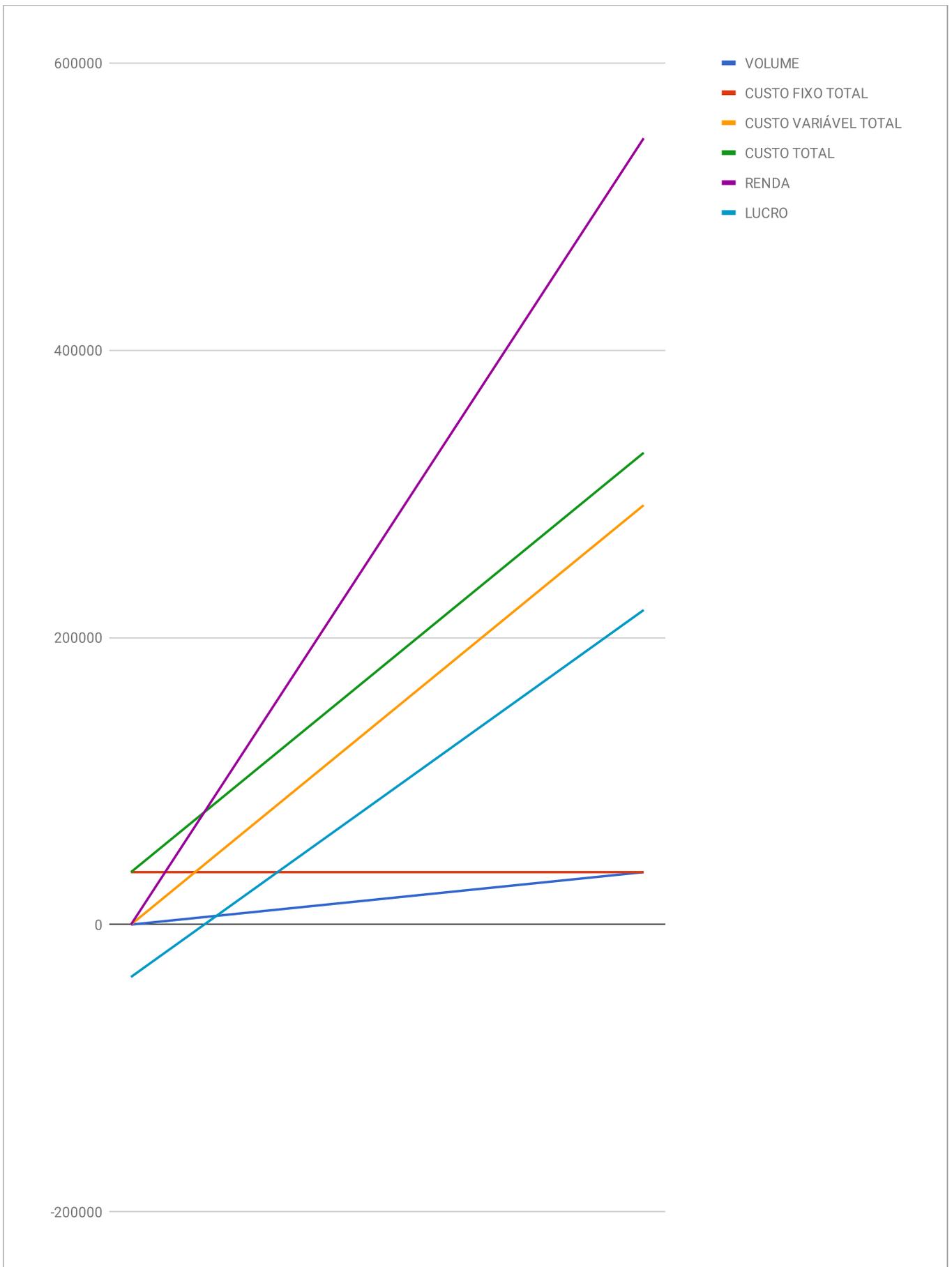
400000

200000

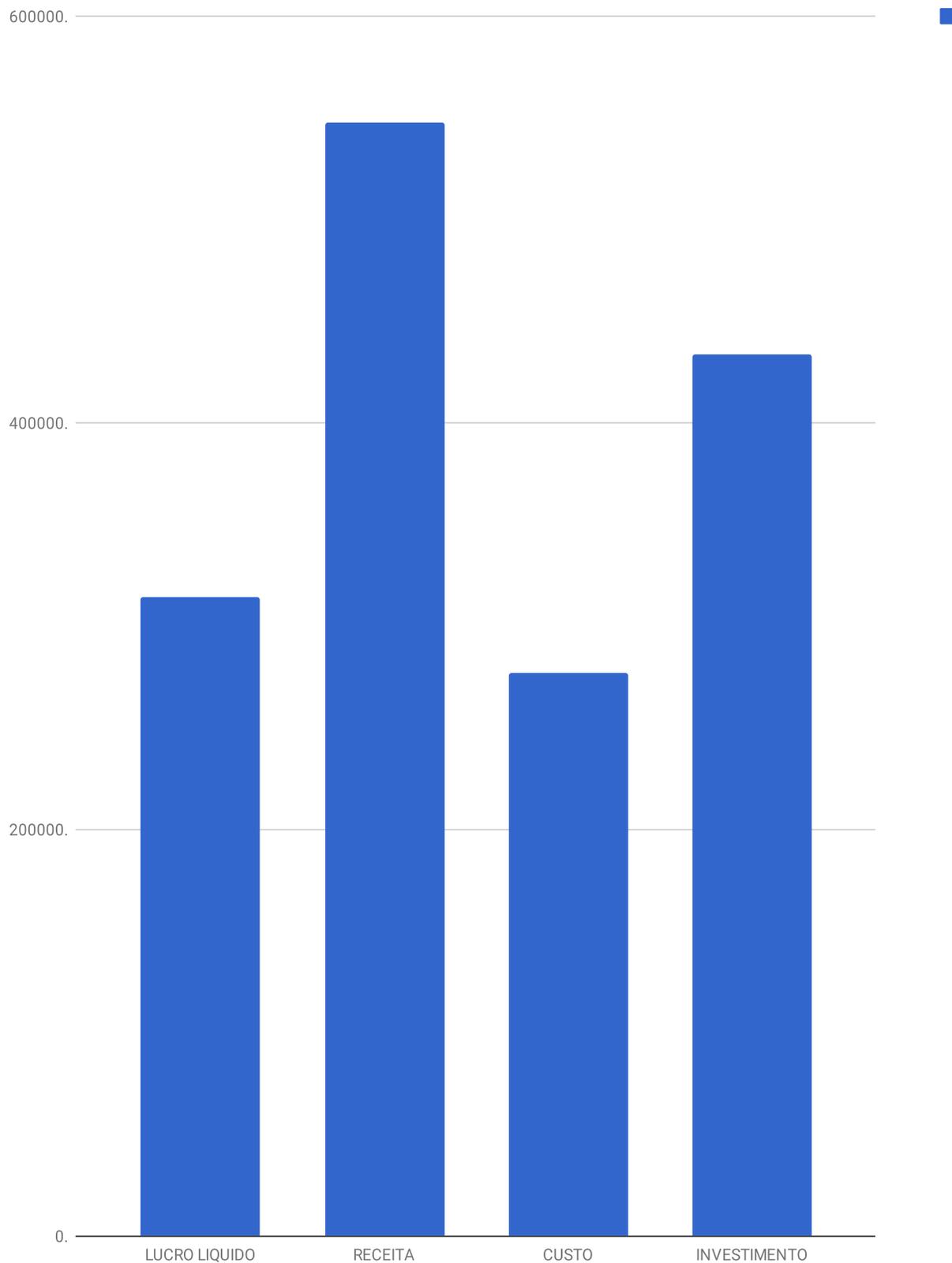
0

-200000

- VOLUME
- CUSTO FIXO TOTAL
- CUSTO VARIÁVEL TOTAL
- CUSTO TOTAL
- RENDA
- LUCRO



Análise de Investimento



Leasing	
O Leasing (Arrendamento Mercantil) é a solução para sua empresa suprir a necessidade de veículos, máquinas e equipamentos de origem nacional ou estrangeira. O bem desejado é adquirido pelo banco e disponibilizado à empresa, que tem até 60 meses para pagar. É uma maneira simples de ampliar ou modernizar sua empresa sem comprometer o capital de giro.	
Conheça algumas das vantagens do Leasing:	
Operação de longo prazo; Financiamento de 100% do valor do bem; Pagamento ao fornecedor à vista, permitindo que o cliente negocie o melhor preço; Conservação de capital próprio da empresa; Possibilidade de dedução das contraprestações para empresas tributadas com base no lucro real, com redução do lucro tributável e, conseqüentemente, do Imposto de Renda e Contribuição Social; Manutenção dos índices financeiros da empresa, uma vez que a operação de leasing não é registrada como obrigação da arrendatária e a imobilização do bem é efetuada pela arrendadora; Não há restrições quanto ao país de origem do bem; Há financiamento a taxas internacionais (Leasing Internacional), mesmo para equipamentos de origem nacional.	
FINAME LEASING	
O FINAME Leasing é uma linha de arrendamento mercantil que utiliza recursos da FINAME. "Financiando" até 80% do bem desejado e com prazos de pagamento de até 5 anos, o produto é uma das soluções do banco para pessoas jurídicas e empresários individuais, exceto o fabricante do bem, que necessitam de veículos, aeronaves, máquinas ou equipamentos novos, de origem nacional e cadastrados na FINAME. Com ele você pode ampliar ou modernizar sua frota e equipamentos sem comprometer o capital de giro e ao final do contrato pode escolher entre ficar com o bem ou devolvê-lo ao Banco.	
Vantagens:	
Longo prazo para pagamento; Financiamento de até 80% do valor do bem; Pagamento ao fornecedor à vista, permitindo que o cliente negocie o melhor preço; Conservação de capital próprio da empresa; Possibilidade de dedução das contraprestações para empresas tributadas com base no lucro real, com redução do lucro tributável e, conseqüentemente, do Imposto de Renda e Contribuição Social; Manutenção dos índices financeiros da empresa, já que a operação de leasing não é registrada como obrigação da arrendatária e a imobilização do bem é efetuada pela arrendadora. Não incidência de IOF.	
FINAME	
O Finame oferece financiamento de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, incluindo veículos de carga, cadastrados na Finame. As operações tem prazo de até 5 anos para pagamento e os encargos financeiros são estabelecidos de acordo com o porte da empresa, local e tipo de empreendimento. A linha é uma ótima alternativa para financiamentos de longo prazo e conta com taxas de juros bastante atrativas.	
Vantagens	
Longo prazo para pagamento; Encargos atrativos; Carência para pagamento; Não há incidência de IOF; Financiamento de até 90% do valor do 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
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 Químico, 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/biom		
	https://drive.google.com/foldervi		

WBS/Estrutura (Taref)	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 roteio 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).

Inconrto 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.

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 contém 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]
Alttuar 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 tarefas 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				
Admnsitrador				
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				

Item	Equipamento	Working Capacity	Operation mode	Production capacity (kg/hr)	Price (R\$)	Flow material	Labour	Equipamento	Lab/COA	Utility	Consumables	Intensidade de Equipamento	Tubulação	Instrumentação	Estrutura (kg/m³)	Índice de custo Análise	Plano de serviço	Engenharia/Construção	Controle/Operação	Fator de Escala	Vida útil de plano projeto	Taxa de imposto de renda	Tipo de contrato	Responsabilidade Operacional	Tipo de Projeto	Índice de custo Equipamento	Taxa de imposto de renda	Taxa de imposto de renda			
Tronco	Equipamento	3000	365 balance	5000	15	7	5	500	1	1	1	1.15	0.2	0.05	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	10	30%	10	30	10 anos	30	30	30	15	0.1	0.3
42820154410	8000	365 balance	5000	15	7	5	500	1	1	1	1	1.15	0.2	0.05	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	10	30%	10	30	10 anos	30	30	30	15	0.1	0.3	
	En lote Q2																														
42820154410	8000	365 balance	5000	15	7	5	500	1	1	1	1	1.15	0.2	0.05	0.4	0.1	0.1	0.1	0.1	10	30%	10	30	10 anos	30	30	30	15	0.1	0.3	

[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.