

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

Técnico em Administração

**ALINE ALVES DE SOUZA
ALINE MAYUMI IIZUKA
ANA LAURA SANTOS MONTEIRO
BEATRIZ SACCOMANI BERTOLUCCI
BIANCA GANDOLFI DE MARCHI
JULIANA OLIVEIRA FERREIRA DA SILVA
MÁRCIO ALEXANDRE DOS SANTOS
RACHEL FERREIRA DA SILVA**

**DESENVOLVIMENTO PESSOAL: Favorecendo o convívio
interpessoal com a De Marchi educação corporativa.**

Tupã - SP

2017

ALINE ALVES DE SOUZA
ALINE MAYUMI IIZUKA
ANA LAURA SANTOS MONTEIRO
BEATRIZ SACCOMANI BERTOLUCCI
BIANCA GANDOLFI DE MARCHI
JULIANA OLIVEIRA FERREIRA DA SILVA
MÁRCIO ALEXANDRE DOS SANTOS
RACHEL FERREIRA DA SILVA

**DESENVOLVIMENTO PESSOAL: Favorecendo o convívio
interpessoal com a De Marchi educação corporativa.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso Técnico em Administração da Etec
Professor Massuyuki Kawano, orientado pelo
Prof. Esp. Dercílio Volpi Júnior, como requisito
parcial para obtenção do título de técnico em
administração.

Tupã - SP

2017

ALINE ALVES DE SOUZA
ALINE MAYUMI IIZUKA
ANA LAURA SANTOS MONTEIRO
BEATRIZ SACCOMANI BERTOLUCCI
BIANCA GANDOLFI DE MARCHI
JULIANA OLIVEIRA FERREIRA DA SILVA
MÁRCIO ALEXANDRE DOS SANTOS
RACHEL FERREIRA DA SILVA

**DESENVOLVIMENTO PESSOAL: Favorecendo o convívio
interpessoal com a De Marchi educação corporativa.**

Dissertação para obtenção do título de Técnico em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Esp. Dercílio Volpi Júnior
Orientador

Prof^a. Esp. Natália Troccoli Marques da Silva
Avaliadora

Prof^a. Esp. Renata Miranda Duarte
Avaliadora

Prof^a. Dra. Cristiane Hengler Corrêa Bernardo
Avaliadora

Laiane Lourdes Cuer da Rocha
Avaliadora

Tupã, 20 de junho de 2017.

É de inteira responsabilidade o conteúdo do trabalho apresentado pelo aluno. O Professor Orientador, a Banca Examinadora e a Instituição não são responsáveis e nem endossam as ideias e o conteúdo do mesmo.

Dedicamos aos nossos professores,
que nos apoiaram e forneceram toda
a ajuda necessária para que este
trabalho fosse concluído com êxito.

Agradecemos primeiramente a Deus, por ter nos dado força e capacidade para superar todas as dificuldades. Aos nossos pais pelo amor, compreensão, incentivo e por nos apoiar em todos os momentos de nossas vidas.

A turma do curso técnico de administração e aos colegas de equipe que apesar de alguns obstáculos, mantiveram o foco e conseguiram alcançar o objetivo final.

Agradecimentos especiais aos nossos professores, por nos proporcionar conhecimento com paciência e carinho e mostrar o ensino dentro e fora da sala de aula.

Ao nosso Professor Orientador Dercílio Volpi Júnior pelo apoio, confiança e orientação técnica no decorrer deste trabalho.

A escola ETEC Professor Massuyuki Kawano que proporcionou a oportunidade de realizarmos este curso técnico, e ainda colaborou com um espaço para que o presente trabalho fosse concretizado com sucesso.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação e contribuíram para que este trabalho pudesse ser concluído, o nosso muito obrigado.

“Algo só é impossível até que alguém
duvide e acabe provando o contrário.”

Albert Einstein

RESUMO

Introdução: O presente trabalho está voltado para a educação corporativa nas organizações onde se desenvolve cursos de etiqueta, inteligência emocional e comunicação, sendo relevante para um bom relacionamento interpessoal perante os colaboradores. **Objetivos:** O objetivo é ajudar as empresas através dos cursos direcionados aos seus funcionários como melhor se portar diante das situações como: eventos, viagens, reunião de negócios e no cotidiano do ambiente de trabalho, oferecendo uma oportunidade de qualificação pessoal. **Metodologia/Desenvolvimento:** O tema da pesquisa foi baseado na metodologia de pesquisa bibliográfica através de livros, revistas e sites confiáveis, de pesquisa de campo com aplicação de questionário, para obtenção de dados primários e da utilização da ferramenta CANVAS, para modelagem da proposta de solução para a problemática. **Resultados:** A pesquisa de campo mostrou que a maioria das pessoas tem interesse em adquirir os cursos para um bom desempenho no local de trabalho, bem como foi constatado que os entrevistados preferem aulas presenciais ao invés de online, confirmando nossas expectativas. **Considerações Finais:** Conclui-se que apesar de exigir-se um pouco mais, financeiramente, do empresário, trata-se de um bom negócio, pois a empresa, que estiver disposta a investir no funcionário, sabe que ela será a grande beneficiária, pois um funcionário bem capacitado promoverá um melhor rendimento e maiores chances de sucesso, confirmando que a qualificação pessoal é muito mais vantajosa para o empresário do que a demissão, pois o custo é menor em se tratando de burocracia.

Palavras-chave: desenvolvimento pessoal, comunicação, etiqueta e inteligência emocional.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Leiaute de Empresa (Planta Baixa)	41
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Gênero Sexual.....	20
Gráfico 02 – Faixa Etária.....	20
Gráfico 03 – Ofertaria os cursos aos seus funcionários.	21
Gráfico 04 – Dinâmicas melhoram o processo de aprendizagem	22
Gráfico 05 – Interesse pelos Cursos	23
Gráfico 06 – Compraria o Pacote MASTER	24
Gráfico 07 – Etiqueta.....	25
Gráfico 08 – Comunicação.....	25
Gráfico 09 – Inteligência Emocional	26
Gráfico 10 – Forma de Pagamento	26
Gráfico 11 – Frequência de Acesso ao Site.....	27
Gráfico 12 – Aprende-se mais em curso presencial do que online.....	28

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. PESQUISA DE CAMPO	19
3. PLANO DE NEGÓCIOS	28
3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO	28
3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	29
3.2.1. Dados dos Fundadores e Empresários	29
3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições.....	32
3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO	32
3.3.1. Missão e Visão da Empresa	33
3.3.2. Setor de Atividade – Prestação de Serviço	33
3.3.3. Forma Jurídica	34
3.3.4. Enquadramento Tributário	34
3.4. CAPITAL SOCIAL.....	34
3.5. FONTE DE RECURSOS	34
3.6. ANÁLISE DE MERCADO	35
3.6.1. Análise dos Clientes	35
3.6.2. Análise dos Concorrentes.....	36
3.6.3. Análise dos Fornecedores	37
3.7. PLANO DE MARKETING	38
3.7.1. Descrição dos Principais Serviços.....	38
3.7.2. Preço	39
3.7.3. Estratégias Promocionais.....	39
3.7.4. Estrutura de Comercialização	39
3.7.5. Localização da Empresa	40
3.8. PLANO OPERACIONAL	40
3.8.1. Capacidade Produtiva	40
3.8.2. Layout ou Arranjo Físico	41
3.8.3. Necessidade de Pessoal	42
3.9. PLANO FINANCEIRO	44
3.9.1. Custo de Serviço	44
3.9.2. Custo Fixo	44
3.9.3. Custo Variável	45
3.9.4. Apuração do custo total de serviço	45
3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL	50
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO	54
APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS	56
APÊNDICE D – MODELO DO PANFLETO DE DIVULGAÇÃO	57

1. INTRODUÇÃO

A atualização profissional é voltada para o desenvolvimento pessoal nas organizações, pois existem muitos problemas, devido à sua escassez, já que é comum encontrar empresas com conflitos entre os colaboradores e até mesmo entre os setores. Além do desentendimento ainda existe impasses como: estresse profissional, desmotivação, má postura e falta de ética, causando quebra na comunicação, o que fere o progresso da organização.

É dado muito mais importância ao conhecimento técnico, esquecendo a parte pessoal visto que, os dois devem andar juntos para obter-se sucesso dentro das organizações em geral.

Esse desprovimento é causado pela falha na educação, movido pelo desinteresse do funcionário e/ou na carência de programas que dê oportunidades para que ele cresça e se desenvolva na organização, isso implica na postura e maneira de como se comportar em diversas situações empresariais, como: reuniões, viagens de negócios, ou até mesmo uma simples conversa com os superiores.

Em consequência da falta de preparo desses profissionais relacionado ao desenvolvimento pessoal, pois é um ambiente de trabalho desconfortável, comprometendo assim seu rendimento, gerando prejuízos para a organização.

A forma de se corrigir ou melhorar essa situação é despertar nos colaboradores o interesse e a vontade em desenvolver-se no ambiente profissional trazendo benefícios não só para a organização, mas também para o seu convívio social.

Diante dessas circunstâncias temos como exemplo a dificuldade de integração de novos colaboradores na organização, por não haver um ambiente em harmonia, bem como certos desconfortos em algumas situações, como em reuniões, jantares e outros eventos sociais, por não saberem como se comportar, os colaboradores que assumem cargos de alto escalão, e não se preocupam com o crescimento e desenvolvimento pessoal, dificultando a liderança.

Nessa mesma linha de pensamento, temos gestores inseguros e temerosos em preparar um substituto para que o represente em sua ausência, não tendo a visão, de que sua ascensão dependerá de um substituto já preparado e também encontramos colaboradores que não sabem controlar suas próprias

emoções, e que podem muitas vezes, desencadear um ambiente de trabalho com clima tenso e desagradável.

Assim deve-se conscientizar e capacitar os colaboradores para ter uma boa postura no ambiente de trabalho, objetivando o crescimento pessoal e também a melhoria da imagem organizacional no mercado.

Desta forma, deve-se criar e desenvolver uma empresa através da ferramenta de modelagem de negócios CANVAS, com a finalidade de educar os colaboradores no desenvolvimento pessoal utilizando cursos que envolvam: ética, responsabilidade, motivação, moral, auto estima.

Assim também, entende-se que haja conhecimento sobre quem são os concorrentes, bem como a análise e formação de preços e promoções, verificar o melhor o local para o estabelecimento, realizar pesquisas bibliográficas: como literária e sites relacionados, aplicar pesquisa de campo para averiguar o tipo de serviço necessário no mercado, dando margem a novas opções de cursos, realizar estudo de caso para analisar as informações de forma física, entrando em contado com a pessoa responsável pela organização, compartilhando suas experiências no mercado de trabalho, pesquisa e desenvolvimento dos melhores métodos para aplicação de aulas, obtendo a excelência no ensino, conscientizar as empresas da importância de qualificar seus colaboradores para melhor atender seus clientes, aumentando assim a produtividade do serviço prestado, desenvolvimento do Web Site, elaboração Dinâmica de grupo.

Portanto, com base no principio de conhecimento; habilidade e atitude, o intuito é trabalhar o desenvolvimento pessoal, elevando o nível de integração, participação, comprometimento de todos na organização, com objetivo de mantê-los preparados para o mercado de trabalho atual, onde não há mais espaço para colaboradores acomodados.

Assim se entendem que, é necessária a criação de uma escola qualificada para capacitar os colaboradores por meio de cursos, pois é mais viável para a empresa treinar os seus funcionários do que demiti-los, desta forma o custo é menor para o empregador, sendo a reciclagem uma maneira eficiente e com menos burocracia.

A organização não pode perder tempo, pois isso a leva ao prejuízo, acarretando uma série de problemas financeiros e comprometendo a imagem da

organização diante do mercado e consumidores, já que muitas vezes a troca de funcionários prejudica a fidelização de clientes.

Atualmente as organizações contratam pela competência técnica e demitem pela comportamental. Analisando o cenário atual, observa-se que a falta de desenvolvimento pessoal acarretam vários problemas nas organizações. O despreparo desses profissionais implica na maneira de como se comportar em diversas situações organizacionais.

O desenvolvimento pessoal dentro das organizações é voltado para questões éticas, culturais e sociais, tendo por objetivo mudar as atitudes dos profissionais na forma comportamental de falar, pensar e agir, criando um clima satisfatório, aumentando a motivação e tornando-os mais aptos em situações simples do dia a dia. Segundo Idalberto Chiavenato a área de desenvolvimento se aproxima mais da educação que é “o preparo da pessoa para a vida e pela vida”. (CHIAVENATO, 2002, n.p.). Ainda segundo o autor “a única maneira viável de mudar as organizações é mudar a cultura, isto é, mudar os sistemas dentro dos quais os homens trabalham e vivem.” (CHIAVENATO, 1997, n.p.).

“Os processos de desenvolvimento de pessoas estão intimamente ligados com a educação” (CHIAVENATO, 2004, p. 290), ou seja, oferecer a formação básica para incentivar o aprendizado de novas atitudes, conceitos e ideias capazes de influenciar e motivar o aperfeiçoamento de suas capacidades e comportamentos para tornarem-se mais eficazes.

Recentemente não são levados com relevância procedimentos essenciais que fazem a diferença dentro da organização. Tendo dificuldade em qualificar e desenvolver seus colaboradores com relação a aprimorar suas atitudes éticas e morais voltadas ao relacionamento social.

Muitas vezes os colaboradores passam mais tempo dentro do ambiente profissional do que com a própria família. Consequentemente, o comportamento a essa situação tem ligação com a produtividade, o respeito e relevância dentro da organização. Uma boa qualificação técnica e teórica não basta para uma carreira de sucesso. Os relacionamentos interpessoais ainda são extremamente importantes e um comportamento excelente se torna um ponto diferencial para a trajetória profissional.

Nas organizações é comum acontecer de um funcionário ter o desempenho funcional desfavorável, sendo o mesmo avaliado como um mau

profissional, e muitas vezes indicado para a dispensa por seu gestor, um erro comum que acontece nas organizações é a demissão e a perda de um bom colaborador que não teve a oportunidade de ser remanejado e até mesmo instruído para desenvolver outras funções. “O fato de uma pessoa não apresentar um bom desempenho na função em que foi colocada, não significa que ela seja um mal profissional que a empresa deva demitir. Isso significa que ela está na função errada” (DRUCKER, 2003, n.p.).

É essencial para a organização desenvolver nos colaboradores a motivação e a autoestima, para que seu desempenho seja melhorado, e assim a empresa tenha um funcionário dedicado e comprometido com a realização de um serviço com qualidade, buscando inovações constantes.

Vale ressaltar como um aspecto importante para o bom desenvolvimento dentro da empresa a postura do colaborador, como por exemplo, a etiqueta profissional que se torna substancial para quem deseja manter um ambiente harmonioso e de respeito. Assim como suas regras de como saber se relacionar perante os colegas de trabalho, ter cuidado com o tom de voz, evitar atrasos, não se alimentar fora de hora, ser educado e cordial, ter paciência, se vestir de maneira adequada, ter uma boa postura e saber ouvir e dar espaço.

Segundo Ortolan (1999, p.11) “a educação não é um artigo que possa ser comprado. É um hábito que se adquire, no dia-a-dia, com prática e a observação; portanto esta ao alcance de todos”. Desta forma, para ter um bom convívio no ambiente profissional é necessário uma boa instrução com base sempre nas atitudes éticas e morais.

Outro aspecto importante é falar sobre a comunicação, pois sem ela ocorrerão sérios prejuízos financeiros, desencontros com execução de tarefas assim como constrangimento pessoal e organizacional. Para isso deve-se ter um bom líder, como por exemplo, um gerente que se comunica bem com os colaboradores, pois atualmente as empresas trabalham com todos os seus departamentos interagindo entre si, trocando informações o tempo todo. “Gerenciamento é substituir músculos por pensamentos, folclore e superstição por conhecimento, e força por cooperação”, conforme (DRUCKER, 2001, n.p.).

A comunicação no mercado de trabalho é outro fator importante para o sucesso dentro da empresa, para que seja eficaz e eficiente é necessário que o

profissional saiba selecionar as ideias, esquematizar e principalmente planejar o que deseja transmitir, além também de convencer e dominar o assunto do qual defende.

Desta forma, a transmissão da mensagem do interceptor para o receptor é fundamental para o bom entendimento de todos os envolvidos, pois uma adequada linguagem facilita o fluxo da comunicação, e assim não haverá erro na execução da tarefa.

A comunicação interna é essencial para manter a saúde organizacional.

[...] as empresas antes de vender um produto para seus clientes precisam convencer seus funcionários a comprá-lo. E hoje, principalmente, vender o produto para o funcionário passa a ser tão importante quanto para o cliente. Significa torná-lo aliado ao negócio, responsável pelo sucesso da corporação e igualmente preocupado com o seu desempenho. (TAVARES, 2005, p.4).

A preocupação hoje não está somente voltada para a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, o atendimento aos clientes, estrutura física, entre outros, são alguns fatores que ajudam na diferenciação, mas é a comunicação interna que sustenta a imagem da empresa. "A comunicação é uma ferramenta de extrema importância e necessidade, seja qual for a sua área de atuação, ela é o fator determinante do sucesso ou fracasso da empresa junto ao cliente final, seja ele interno ou externo" (FREIRE, 2007, p.27).

Portanto, como discorre os autores acima é necessária uma boa comunicação em todos os âmbitos dos negócios, para se alcançar o sucesso da corporação e assim a empresa terá vantagem competitiva perante os demais concorrentes, pois uma boa comunicação está embutida em valores e crenças da própria organização.

Nessa mesma linha de aprimoramento empresarial devemos destacar a relevância de outro tema, como a inteligência emocional e sua aplicação nas organizações, pois vale a pena investir nos seus colaboradores para que possam enfrentar os desafios no ambiente corporativo.

O desempenho no trabalho está de fato ligado a inteligência emocional, pois pode ajudar a lidar facilmente com as complexidades sociais do local de trabalho, e assim também poderá liderar e motivar os outros, bem como se destacar na carreira.

Como é evidente, nem sempre as pessoas mais inteligentes são as mais bem-sucedidas e realizadas, como por exemplo, o Quociente de Inteligência – QI pode ajudar a entrar e concluir uma faculdade que conseqüentemente, ajudará a ter um bom currículo e assim ser qualificado para determinado cargo, mas é a inteligência emocional que irá gerenciar o estresse e emoções para manter-se na empresa.

Desta forma Mayer; Salovey (1997, p. 15) afirmam que;

Inteligência Emocional envolve a capacidade de perceber acuradamente, de avaliar e de expressar emoções; a capacidade de perceber e/ou gerar sentimentos quando eles facilitam o pensamento; a capacidade de compreender a emoção e o conhecimento emocional; e a capacidade de controlar emoções para promover o crescimento emocional e intelectual.

Assim, o objetivo da implantação da análise da inteligência emocional dentro da empresa é reduzir estresse e ansiedade para que cada pessoa se encaixe no devido lugar dentro da empresa, com total motivação e cooperação no seu ambiente de trabalho.

Inteligência interpessoal é a capacidade de compreender outras pessoas: o que as motiva, como trabalham, como trabalhar cooperativamente com elas. As pessoas que trabalham em vendas, políticos, professores, clínicos e líderes religiosos bem sucedidos provavelmente são todos indivíduos com alto grau de inteligência interpessoal. A inteligência interpessoal... é a aptidão correlata, voltada para dentro. É uma capacidade de formar um modelo preciso, verídico, de si mesmo, e poder usá-lo para agir eficazmente na vida. (GARDNER, 1993, p. 9).

Portanto, a inteligência emocional relata como as pessoas lidam com o estresse e a ansiedade no ambiente de trabalho, cabendo a empresa um papel importante; como a iniciativa de ajudar a conciliar a vida pessoal com a profissional, pois nem sempre é possível separar os sentimentos com suas obrigações profissionais, sendo que todo ser humano passa por problemas, e nesse caso, a empresa presta auxílio aos seus funcionários para ajudá-los a lidar com as situações do cotidiano, e assim, só quem tem a ganhar com profissionais motivados é a empresa, que conseqüentemente quem cuida de seus funcionários terá um bom retorno financeiro, estando na frente em relação aos seus concorrentes, pois uma pessoa disposta desempenha melhor o seu ofício, acarretando mais lucros para a empresa.

A maneira de colaborar com as organizações que necessitam de profissionais capacitados é habilitar e conscientizar os mesmos de que o desenvolvimento pessoal pode auxiliar dentro e fora da organização, trazendo benefícios não somente para a empresa em si, mais também para o convívio social de cada colaborador. O déficit organizacional pode ser corrigido por meio de cursos, que trabalhem a postura do colaborador dentro do ambiente organizacional, buscando capacitá-los e prepará-los de acordo com as exigências atuais.

Esses cursos e treinamentos podem abordar situações simples do cotidiano dos colaboradores, além trazer orientações de forma prática de como se portar dentro do ambiente organizacional.

A metodologia para realização da pesquisa foi o embasamento de uma detalhada análise descritiva e bibliográfica, utilizando questionários e entrevista, artigos de web sites, livros didáticos e de estudiosos na área de gestão, como: Idalberto Chiavenato; Peter Drucker; Braga Glorinha Ortolan; e Philip Kotler.

Da mesma forma, a pesquisa também foi realizada com base na coleta de dados da pesquisa de campo, que foram eficazes para o conhecimento do público alvo e suas necessidades, baseando no princípio do desenvolvimento pessoal e a escassez regional, de um aprendizado centralizado na educação corporativa e pessoal.

O público alvo deste projeto são Gestores, Administradores, Professores, Colaboradores, Profissionais das diferentes áreas do conhecimento.

Buscando organizações que valorizam e acreditam que o material humano é essencial para o seu desenvolvimento, bem como identificar os colaboradores dispostos ao aprendizado e desenvolvimento pessoal e profissional. Visto que o crescimento da organização esta diretamente vinculada ao crescimento dos colaboradores.

Os dados da pesquisa serão obtidos através de dois segmentos: o questionário e a entrevista.

O questionário será elaborado de acordo com a necessidade, com pesquisas quantitativas e qualitativas, a fim de se obter informações uteis para a elaboração do trabalho voltada ao desenvolvimento pessoal. Será aplicada na escola ETEC Massuyuki Kawano, no primeiro módulo de administração.

A entrevista será realizada na empresa familiar ISHIDA no município de Tupã, com o próprio Eligio Ishida, sendo a empresa é especializada em

fotografias, artigos fotográficos e equipamentos; já existente há 62 anos no mercado. A entrevista aplicada será semi-estruturada, guiada apenas pelo objetivo da pesquisa.

Os dados obtidos serão analisados através da pesquisa aplicada de forma mista, tanto qualitativa como quantitativa, utilizando de técnicas estatísticas; e gráficos, para apresentar claramente as informações colhidas através do questionário.

2. PESQUISA DE CAMPO

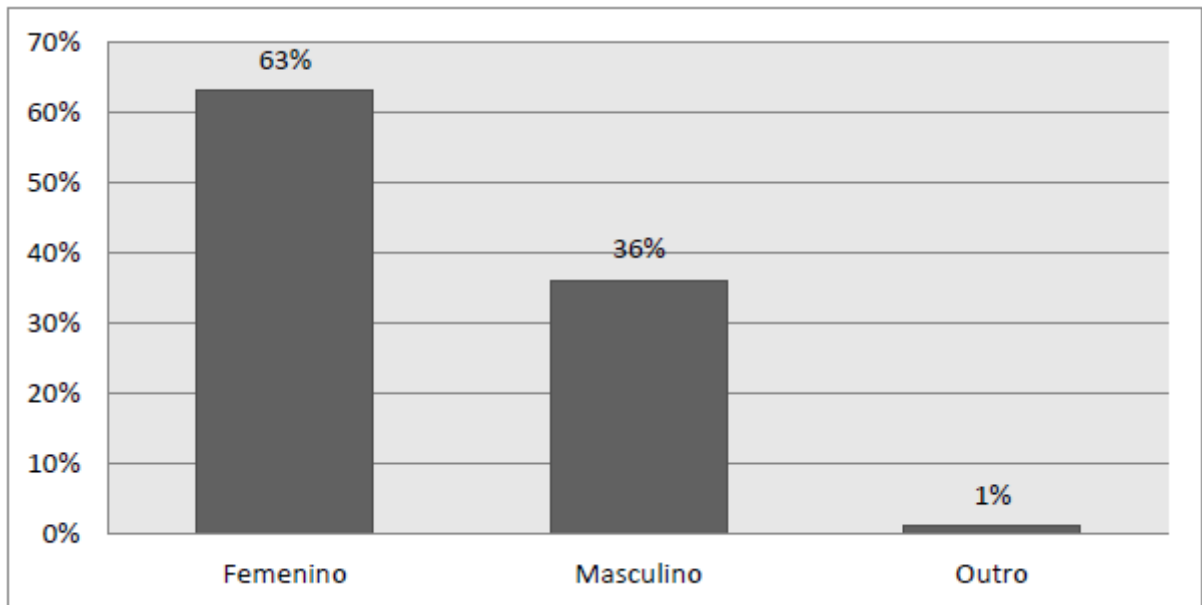
A pesquisa foi realizada na ETEC Professor Massuyuki Kawano, sendo aplicada para os alunos das turmas dos 1º módulos do curso técnico em administração, desenho de construção civil, recursos humanos, e o 2º módulo de farmácia. A pesquisa foi realizada nos dias 25 e 28 de novembro de 2016, sendo entrevistadas 100 pessoas no total.

A pesquisa foi feita com respostas de múltipla escolha devendo o entrevistado assinalar a resposta que mais julgava adequada, desta forma, foi explicado aos alunos de forma breve o motivo da pesquisa e o tema escolhido, feito isso, os alunos responderam de forma anônima as perguntas propostas.

O questionário foi aplicado através das referências obtidas pela ferramenta CANVAS, assim, a partir de cada segmento foi retirada perguntas como: relacionamento com clientes, parceria chave, atividades chaves, fontes de rendas, estrutura de custos, entre outros.

Diante dos dados obtidos foi possível evidenciar que 63% das pessoas que participaram da pesquisa são do sexo feminino, 36% do sexo masculino e 1% outros, a maioria dos entrevistados são mulheres, conforme é apresentado no Gráfico 1.

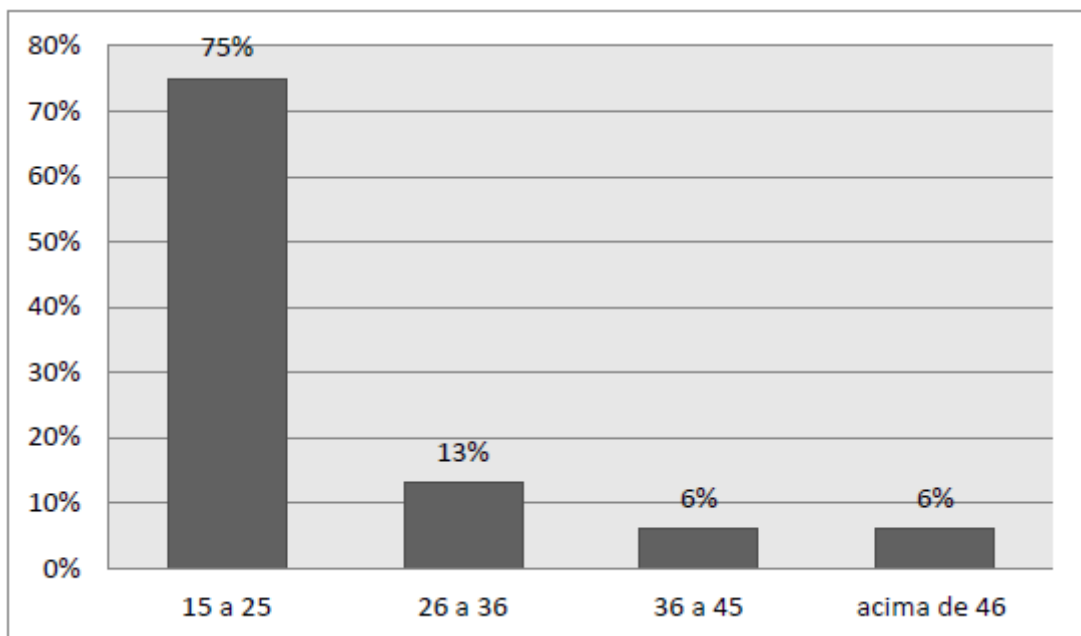
Gráfico 1 – Gênero Sexual.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A faixa etária dos entrevistados está entre 15 á 25 anos, com 75% de pessoas; entre 26 a 35 anos, com 13% de pessoas; entre 36 a 45 anos, com 6% de pessoas e acima de 46 anos, 6% das pessoas. Portanto conclui-se que a grande maioria dos entrevistados tem idade entre 15 á 25 anos.

Gráfico 2 – Faixa Etária.



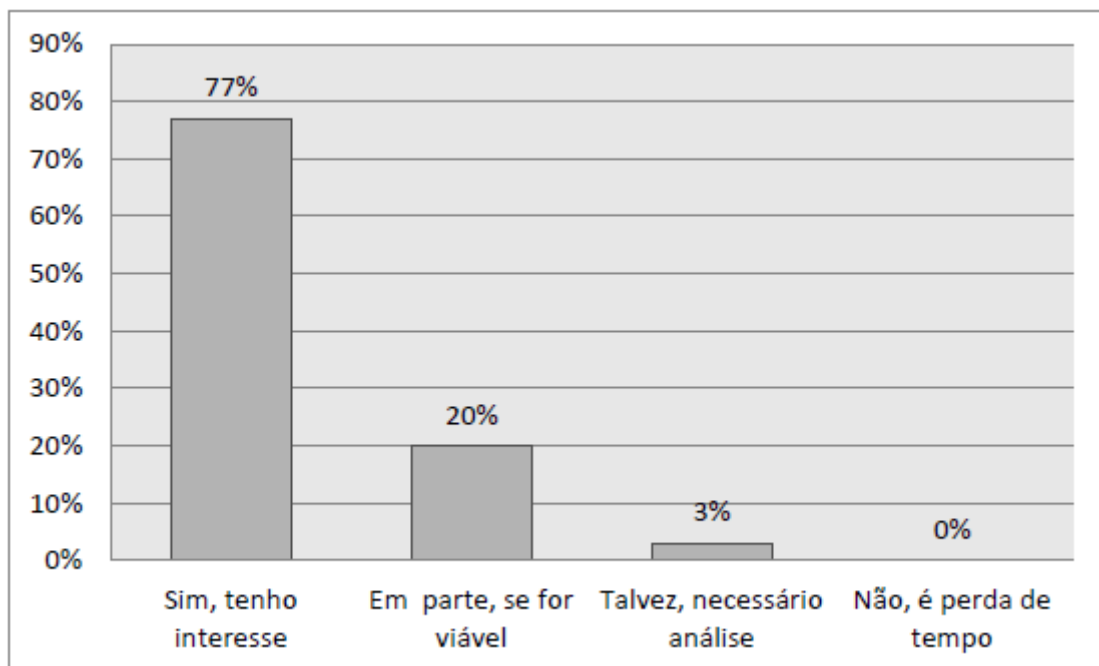
Fonte: Elaborado pelos autores.

Questionados como se fossem empresários, com o intuito de observar o senso de administrador e analisar a aceitação da proposta, uma seguinte questão foi levantada: Você como empresário ofereceria aos seus funcionários cursos de desenvolvimento pessoal; 77% dos entrevistados responderam que sim, teriam interesse de desenvolver seus funcionários para a melhoria da empresa, 20% responderam, em partes, se fosse viável para a melhoria da empresa.

Já 3% dos entrevistados responderam, talvez, pois seria necessário analisar o custo benefício, e por fim, nenhum dos entrevistados escolheu a opção não, pois seria perda de tempo investir em um funcionário.

Desta forma se observa que a maioria dos entrevistados se fosse empresário investiram e teriam interesse nos cursos de desenvolvimento pessoal para seus funcionários.

Gráfico 3 – Ofertaria os cursos aos seus funcionários.

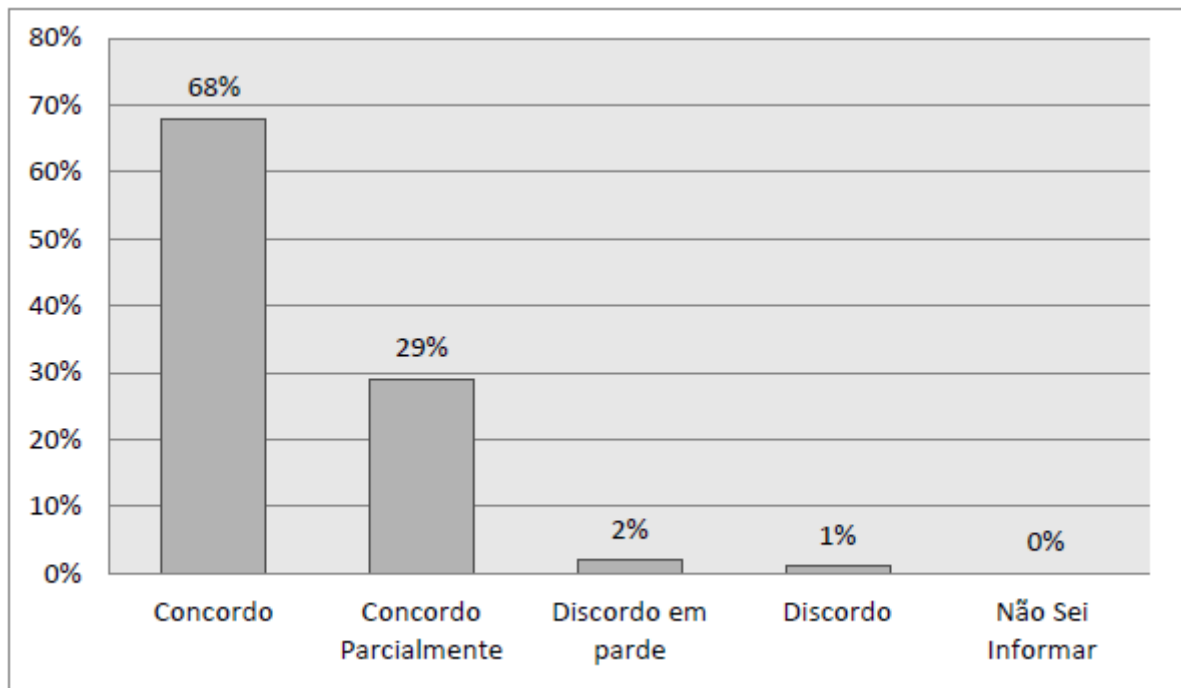


Fonte: Elaborado pelos autores.

Questionados sobre o método de aprendizagem que poderiam ser desenvolvidos pelos cursos de desenvolvimento pessoal, os entrevistados deram suas opiniões sobre o uso de dinâmicas como forma de ensino. 68% dos entrevistados concordaram que a dinâmica é uma ótima forma se aplicar no

aprendizado dos cursos. 29% responderam que concordam parcialmente. 2% discordaram em parte e 1% discordaram totalmente da dinâmica ser uma melhoria no processo de aprendizagem. Por tanto, a maioria dos entrevistados, 68% apoiariam a ideia de usar dinâmicas nos métodos de ensino dos cursos de desenvolvimento pessoal.

Gráfico 4 – Dinâmicas melhoram o processo de aprendizagem.

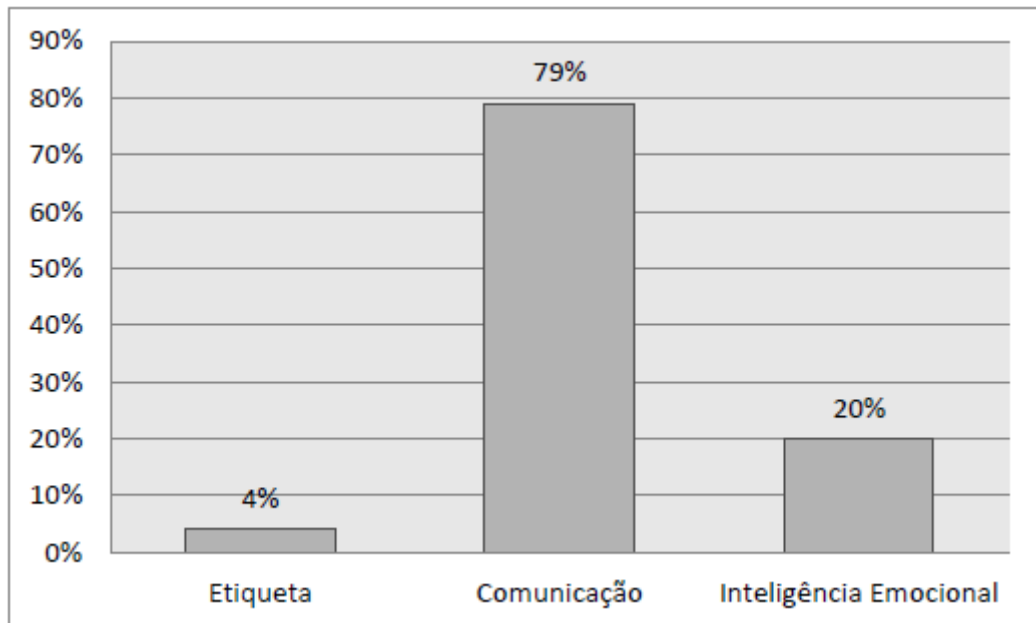


Fonte: Elaborado pelos autores.

O resultado da pesquisa realizada foi que a maioria escolheu a comunicação como curso mais viável com 79%, inteligência emocional com 20%, e etiqueta com 4%.

Conforme mostra a pesquisa, no qual sua finalidade seria analisar através dos entrevistados, quais dos cursos lhe interessa mais. O resultado da pesquisa realizada foi que a maioria escolheu a comunicação como curso mais viável, com 79%, inteligência emocional com 20%, e etiqueta com 4%.

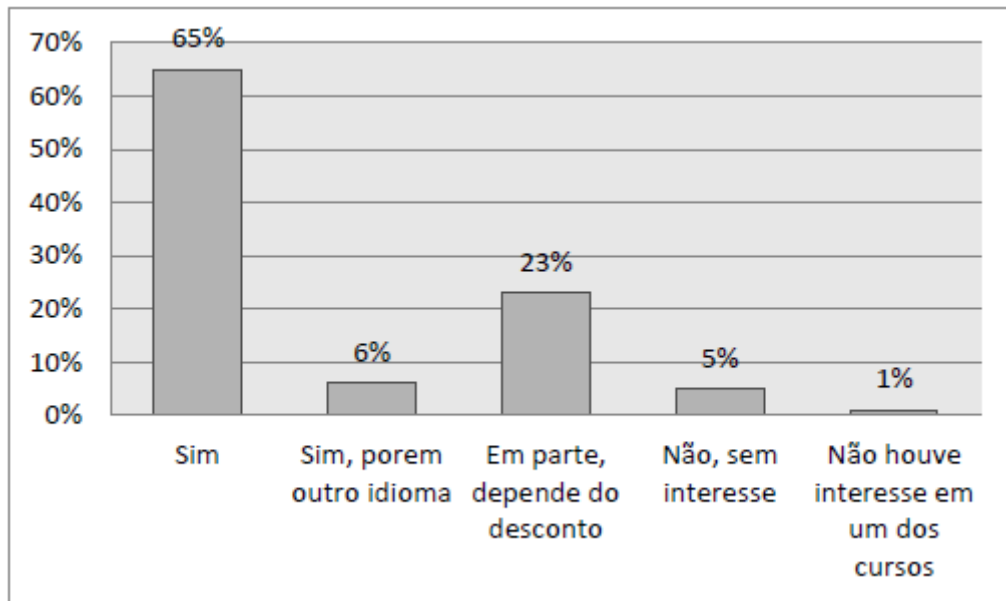
Gráfico 5 – Interesse pelos Cursos.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Sendo assim foi necessário também o questionamento da aquisição do pacote MASTER completo, que é adquirir os três cursos disponíveis: etiqueta, comunicação e inteligência emocional, mais a obtenção curso de inglês básico gratuitamente. O resultado da pesquisa foi o seguinte: 65% dos entrevistados teria interesse em adquirir este pacote; 6% tem interesse, porém com a escolha de outro idioma. 23% acharam a proposta boa em partes, dependendo do desconto na negociação; 5% não teriam interesse no pacote, pois não se interessam por curso de inglês, e por fim, 1% não demonstrou interesse, pois não faria algum dos cursos disponibilizados. Portanto conclui-se que a maioria dos entrevistados, no caso 65%, comprariam o pacote contendo os três cursos mais o curso de inglês.

Gráfico 6 – Compraria o Pacote MASTER.



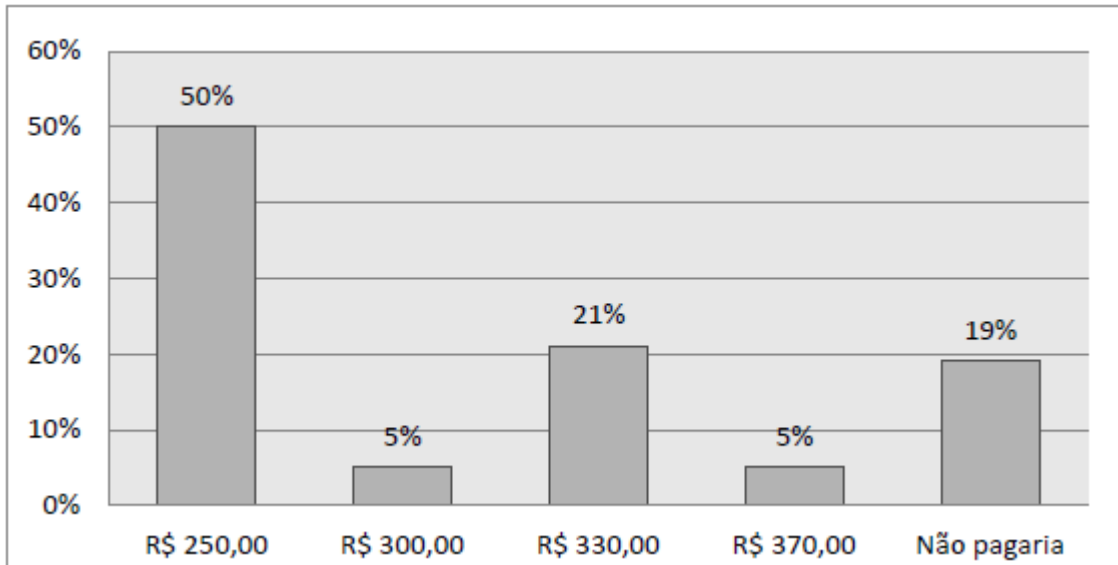
Fonte: Elaborado pelos autores.

Outro aspecto a ser discutido é em relação ao valor disposto para o investimento no curso de etiqueta baseado nas opções dadas, o resultado em porcentagem foi: 50% de R\$250,00; 5% de R\$330,00; 21% de R\$300,00; 5% de R\$370,00 e, portanto 19% não pagariam. Assim, o menor preço a ser investido foi o escolhido pelos entrevistados.

Da mesma forma, foi questionado o quanto pagariam no curso de comunicação, assim, a maioria desembolsaria o valor de R\$300,00 sendo 32% dos entrevistados, no valor de R\$230,00 com 30%, R\$ 250,00 com 21%, R\$ 270,00 com 11% e 6% não pagariam nenhum valor. Os candidatos demonstraram o interesse no pagamento de um valor relativamente alto, comparado aos demais cursos.

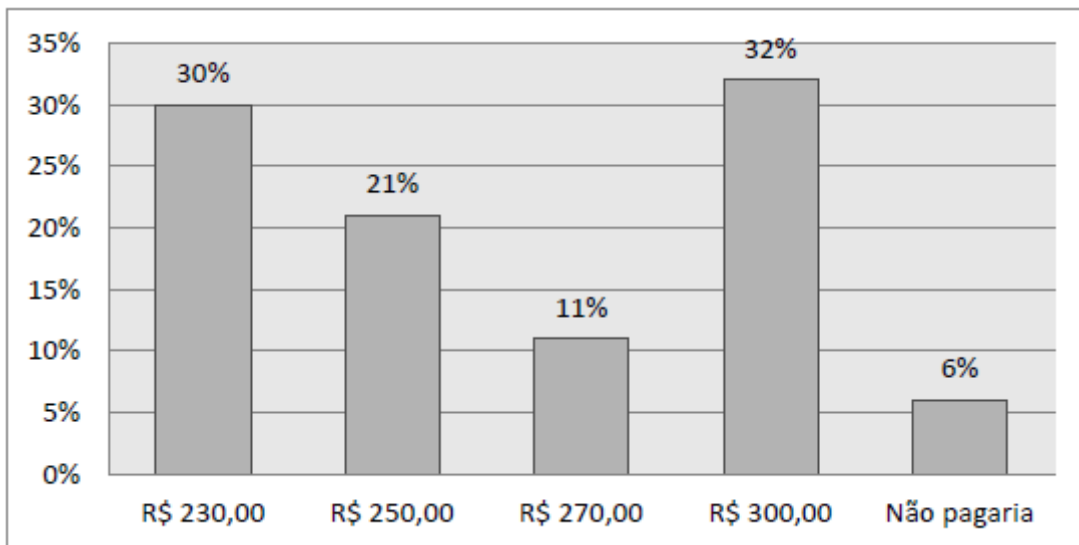
Também foi proposto o quanto pagariam no curso de inteligência emocional, a maioria pagaria R\$150,00 equivalente a 42%, em segundo lugar ficou 25% o curso de R\$ 220,00, os demais ficaram com 11% dos entrevistados, em relação aos valores de R\$ 190,00 e R\$ 200,00, os outros 11% não pagariam. Conclui-se que no curso de inteligência emocional a maioria dos entrevistados não estão dispostos a pagar um alto valor, como mostra os gráficos abaixo.

Gráfico 7 – Etiqueta.



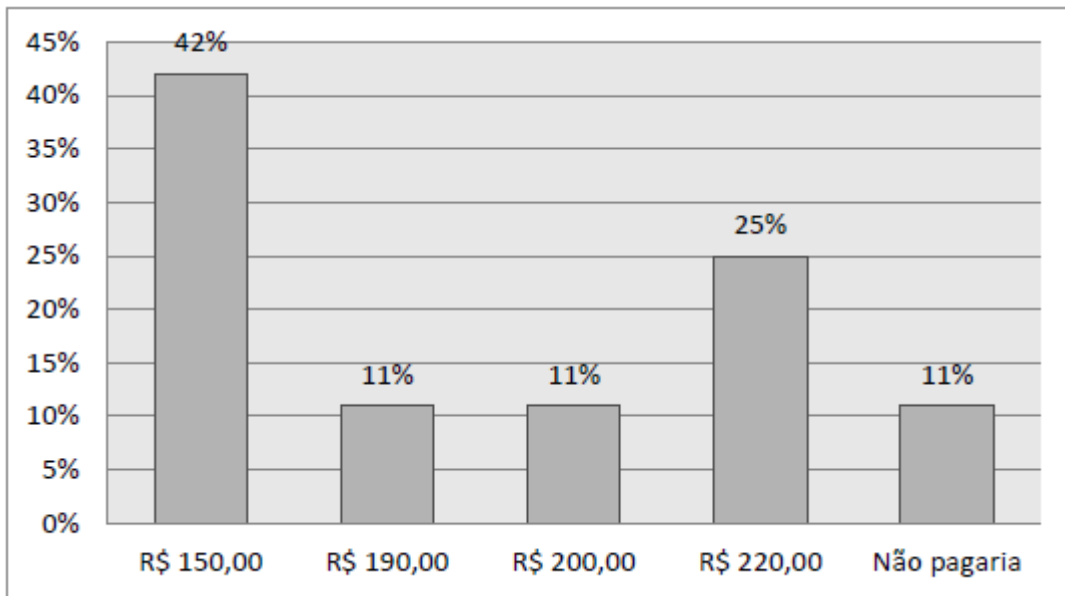
Fonte: Elaborado pelos autores.

Gráfico 8 – Comunicação.



Fonte: Elaborado pelos autores.

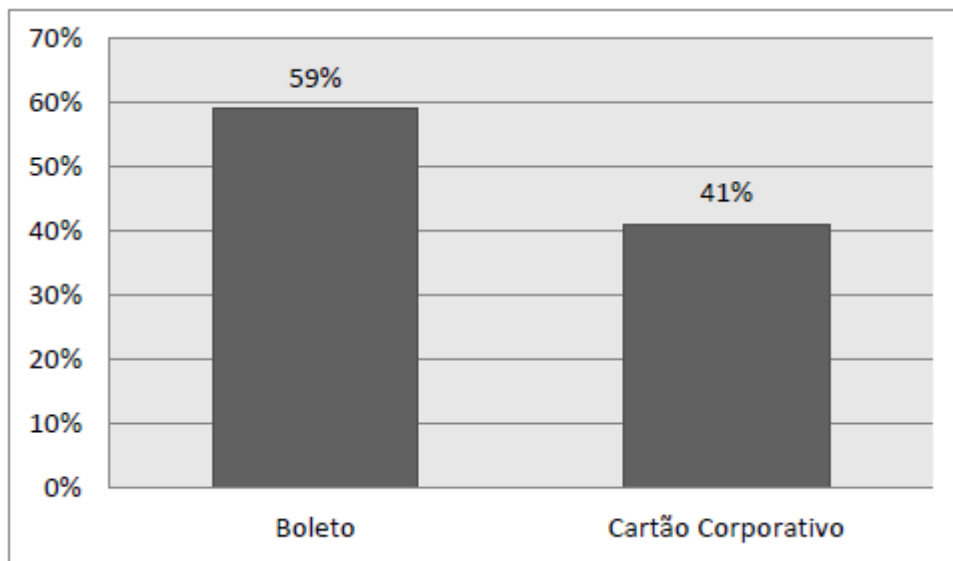
Gráfico 9 – Inteligência Emocional.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A forma de pagamento de maior interesse pelos entrevistados para que se possa inserir dentro da empresa é 59% de boleto e 41% de cartão de crédito corporativo. Portanto a diferença entre ambos foi pequena, mostrando que as duas formas de pagamento são viáveis.

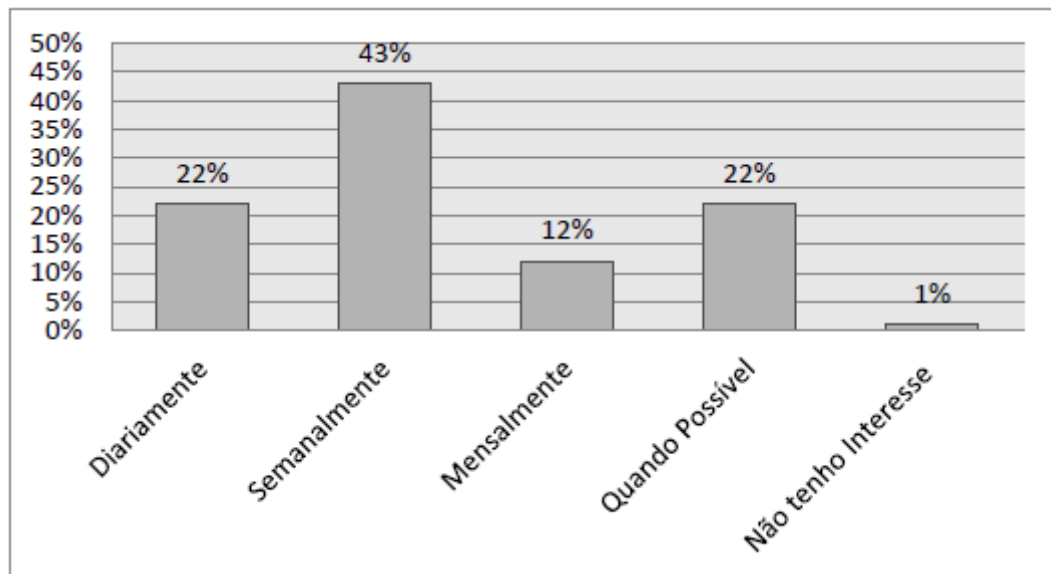
Gráfico 10 – Forma de Pagamento.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Outra questão feita foi se acaso entrariam em acesso ao site da empresa com frequência, chegando a conclusão que 43% acessariam semanalmente, com 22% diariamente, 22% quando possível, 12% mensalmente e 1% não demonstrou interesse. Conclui-se que o acesso ao meio de relacionamento com o cliente uma vez por semana é suficiente para uma boa impressão.

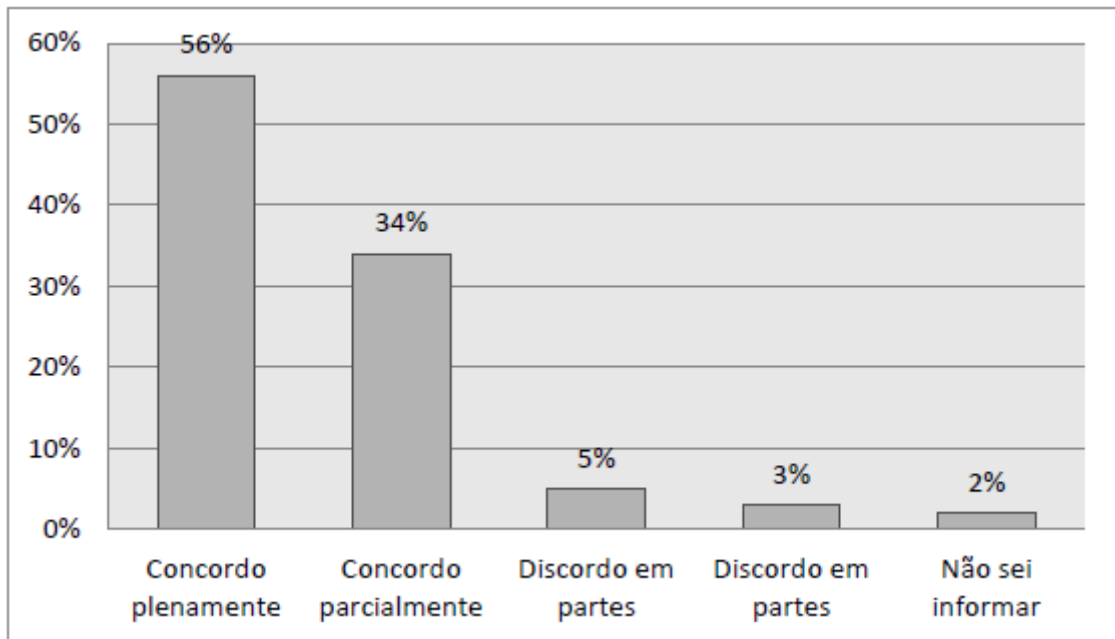
Gráfico 11 – Frequência de Acesso ao Site.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação ao aprendizado dos alunos, o curso presencial é mais eficiente do que o online de acordo com a opinião dos entrevistados, 56% dos entrevistados que concordam plenamente, 34% concordam parcialmente, 5% discordam em parte, 3% discordam e 2% não souberam informar. Assim, vimos que a maioria opta por um curso presencial, desta forma o objetivo da realização da pesquisa entrou em acordo com a necessidade e desejo dos entrevistados.

Gráfico 12 – Aprende-se mais em curso presencial do que online.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Depois de feita a detalhada pesquisa, conclui-se que os resultados foram satisfatórios sobre aceitação no mercado, contudo, vimos que a pesquisa nos trouxe o perfil do nosso público.

Ampliando a nossa visão para a elaboração de novos projetos e mudanças em relação ao CANVAS, para melhor atender o mercado e atrair nossos principais clientes. Assim as informações coletadas servem como material de apoio para orientar-nos e suprir em relação às dúvidas indagadas.

3. PLANO DE NEGÓCIO

3.1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O objetivo da escola De Marchi é apresenta aos clientes a importância de se aderir em uma empresa cursos como inteligência emocional, etiqueta e comunicação, através de profissionais qualificados que irão atender as necessidades de cada trabalhador, colaborando com o seu crescimento profissional.

Desta forma, o empresário tem que estar consciente de que o que faz o diferencial na empresa são as pessoas qualificadas em um mercado competitivo, nesse sentido, a ideia é propor a importância de se capacitar,

ênfatizando as vantagens, e eficaz planejamento de capacitação e avaliação dos resultados alcançados.

A realização desse plano de desenvolvimento pessoal funciona através de dinâmicas, aulas teóricas, simulações baseados nos fatos concretos, além disso, os preços desses cursos ministrados são acessíveis, com possibilidade de desconto, sem contar na excelente localização e conforto para os alunos.

A escola oferece capacidade máxima do espaço referente a vinte alunos por sala, contudo terá um total de sessenta alunos por dia durante os cinco dias da semana e com uma carga horária de 40 horas por curso, além disso, os alunos irão participar de uma escola com uma equipe formada por auxiliar, analista, coordenador pedagógico, diretor, gerentes e psicólogo organizacional.

Quanto ao custo da mão de obra empregada, corresponde a R\$ R\$ 1.500,00, no que equivale a R\$ 37,50 por horas, já o custo fixo R\$ 17343,42 ÷ 3= 5781,14 ÷ 220 horas equivalente a R\$26,26 por hora, por fim o custo variável preço de seu serviço for de R\$ 335,00 incidirá sobre ele 7,7% de impostos num total de R\$25,79 de custo variável por serviço, totalizando no valor de R\$ 89,57, resultado de todos as custos (R\$ 37,50 + R\$ 26,26 + R\$ 25,79).

Diante da crise no país, o mercado exige mão de obra capacitada para a execução do serviço, portanto é uma boa oportunidade de qualificar seus funcionários, ao invés de demissão e nova contratação.

Enfim, a escola De Marchi é a única na região que oferece esse tipo de serviço de maneira presencial, apesar das concorrências dos cursos online e existindo ameaças externas como a taxa de juros para investimentos, a escola se sobressai pela excelência no ensino valendo a pena todo o investimento no negócio.

3.2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

3.2.1. Dados Dos Fundadores e Empresários

Fundador 01	
Nome: Aline Alves Souza	
Endereço: Av. Luiz Mouro nº 329	Cidade/Estado:Herculândia/SP
E-mail: aline.asouza14 @gmail.com	Telefone: (14) 99751-4308

Atribuição do Fundador 01

É responsável por colaborar nas atividades administrativas, financeiras e de logística da empresa, podendo também organizar arquivos e ajudar o financeiro no recebimento de contas e correspondências.

Fundador 02	
Nome: Aline Mayumi Iizuka	
Endereço: Sete de Setembro nº 53	Cidade/Estado: Bastos/SP
E-mail: alineaizuka01@outlook.com	Telefone: (14) 3478-6073

Atribuição do Fundador 02

Tem por função dar as informações sobre os aspectos econômicos e financeiros, a fim de contribuir na elaboração de planos de ação para alcance dos objetivos da instituição. Gerando opções para melhorar o desempenho dos resultados e elaborar relatórios gerenciais para dar suporte na tomada de decisão.

Fundador 03	
Nome: Ana Laura dos Santos Monteiro	
Endereço: Beijamim Vieira nº561	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: anah.santos1407@gmail.com	Telefone: (14) 997434544

Atribuição do Fundador 03

Desempenha a função de planejar e desenvolver estratégias de recrutamento e seleção, treinamento, plano de cargos e salários, administração pessoal e relações trabalhistas de acordo com as exigências legais e políticas da instituição.

Fundador 04	
Nome: Beatriz Saccomani Bertolucci Rosa	
Endereço: Dr. Bezerra de Menezes, 255 Apto: 32 Bloco C	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: beatrizbertoluccirosa@hotmail.com	Telefone: (14) 3491-3101

Atribuição do Fundador 04

Atua na avaliação e acompanhamento no processo de aprendizado, analisando resultado de desempenho dos alunos. Buscando valorizar e garantir a participação ativa dos professores, incentivando um trabalho que seja integrador e produtivo. Além de organizar e escolher os materiais necessários para o processo de ensino.

Fundador 05		
Nome: Bianca Gandolfi De Marchi		
Endereço: Leopoldo Davolli	n° 113	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: bianca.gandolfi@hotmail.com		Telefone: (14) 3491-5579

Atribuição do Fundador 05

Tem por função administrar, gerenciar, coordenar os funcionários dentro da empresa, cuidando da imagem externa e seus recursos financeiros.

Fundador 06		
Nome: Juliana Oliveira Ferreira da Silva		
Endereço: Antônio de Barros	n° 89	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: juliana-oliveira89@hotmail.com		Telefone: (14) 3491-3269

Atribuição do Fundador 06

Sua posição profissional é elaborar estratégias para aumentar as vendas dos serviços, realizando pesquisas de mercado para detectar as necessidades dos consumidores e elaborar projetos que visem satisfazê-las.

Fundador 07		
Nome: Marcio Alexandre dos Santos		
Endereço: Adolfo Dantas	n° 109	Cidade/Estado: Tupã/SP
E-mail: marcio_cuba@hotmail.com		Telefone: (14) 3496-5515

Atribuição do Fundador 07

É o profissional responsável por receber e enviar documentos, recepcionar o público em geral, fazer o arquivamento de documentos, manter atualizados os contatos da empresa, além de cuidar de toda manutenção que garante o andamento correto das funções de apoio administrativo.

Fundador 08		
Nome: Rachel Ferreira da Silva		
Endereço: Maria do Carmo Bonfim de Abreu	n°33	Cidade/Estado: Pompeia/SP
E-mail: rachel.ferreira4333@hotmail.com		Telefone: (14)99687-4333

Atribuição do Fundador 08

Profissional que desenvolve estratégias para melhorar o ambiente institucional, tendo por função entender os fenômenos relacionados à vida dos alunos, professores e funcionários, do colaborador com a organização.

3.2.2. Experiência Profissional e Atribuições

Perfil do Fundador 01: Técnico em administração; informática básica; inglês básico.

Perfil do Fundador 02: Técnico em administração; informática básica; inglês básico; espanhol básico.

Perfil do Fundador 03: Técnico em administração; logística; operação de sistemas.

Perfil do Fundador 04: Técnico em administração; informática básica; bacharel em direito.

Perfil do Fundador 05: Técnico em administração; informática básica: photoshop, auto cad, corew draw; secretariado; inglês básico; espanhol básico.

Perfil do Fundador 06: Técnico em administração; informática básica; inglês básico; espanhol básico.

Perfil do Fundador 07: Técnico em administração; curso óptico.

Perfil do Fundador 08: Técnico em administração; técnico em eletroeletrônica; nanotecnologia; soldador.

3.3. DADOS DO EMPREENDIMENTO

Nome da Empresa/Nome Fantasia: De Marchi Escola de Desenvolvimento Pessoal

CNPJ: 33.006.010/0001-85

3.3.1. Missão e Visão da Empresa

Missão: Conscientizar e capacitar os colaboradores para ter uma boa postura no ambiente de trabalho, objetivando o crescimento pessoal e também melhoria da imagem organizacional no mercado.

Visão: Tornar-se referência no mercado, proporcionar aos colaboradores a competência, habilidade e atitude dentro de seu ambiente profissional assegurando sua satisfação e segurança.

Valores: Obter a motivação e gerar resultados, cultivar um bom ambiente de trabalho, criar comportamento adequado às situações, comprometimento, valorização das pessoas, integridade e inovação.

3.3.2. Setor de Atividade – Prestação de serviço

Atualmente um dos maiores desafios de todas as corporações é manter seus colaboradores engajados e motivados com o trabalho e com a empresa, de modo que eles rendam mais e tragam benefícios não só em termos financeiros, mas também de clima organizacional e produtividade.

Com um olhar mais abrangente as organizações passaram a distinguir que apenas oferecer bons salários e uma posição de destaque aos colaboradores não é suficiente. Os funcionários precisam de um motivo, além do financeiro, para dedicar-se aos objetivos da empresa e dar o seu melhor em toda e qualquer tarefa.

Passou a ser prioridade dentro das organizações, sendo um diferencial para aquelas que querem seus colaboradores como seus melhores aliados ações como de motivação, melhoria no clima corporativo, comunicação clara e direta com todos os colaboradores, ter o controle emocional separar os problemas pessoais dos profissionais.

Funcionários bem treinados ficarão satisfeitos com a organização e o investimento feito neles, poderão executar seu trabalho com muito mais facilidade e, em sintonia com o que há de mais novo no mercado, trazer inovação e eficiência para a realidade de sua corporação.

3.3.3. Forma Jurídica

A empresa se classifica como de pequeno porte devido ao faturamento anual. É uma sociedade empresarial limitada e a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, todos respondem igualmente pelo valor do capital social.

3.3.4. Enquadramento Tributário

A empresa se enquadra no sistema simples nacional, pois contém uma receita bruta anual inferior a R\$ 3,6 milhões.

3.4. CAPITAL SOCIAL

Nomes do Fundador	Valor do Capital Integralizado
Aline Alves Souza	R\$ 40.000,00
Aline Mayumi Iizuka	R\$ 40.000,00
Ana Laura dos Santos Monteiro	R\$ 40.000,00
Beatriz Saccomani Bertolucci	R\$ 40.000,00
Bianca Gandolfi De Marchi	R\$ 40.000,00
Juliana Oliveira Ferreira da Silva	R\$ 40.000,00
Márcio Alexandre dos Santos	R\$ 40.000,00
Rachel Ferreira da Silva	R\$ 40.000,00

3.5. FONTE DE RECURSOS

Cada um dos fundadores irá contribuir com o percentual de 12,5% para a abertura da escola, tendo um total de R\$ 320.000,00, esses recursos serão utilizados para a mobilização da empresa e contratação dos funcionários. O restante será investido com o empréstimo junto ao Banco da Caixa Econômica Federal, sendo empregado para a reconstrução e adequação do espaço organizacional.

O imóvel em que está situada a empresa é alugado, e o veículo é de propriedade da organização.

3.6. ANÁLISE DE MERCADO

3.6.1. Análise dos Clientes

Os nossos clientes são pequenas e médias empresas, localizadas nessa região, que apesar de estarem algum tempo no mercado tem dificuldade em acompanhar a evolução da empresa e educar seus colaboradores, portanto, estão diretamente ligados aos empresários e de forma remanescente aos funcionários que tenham interesse em mudar sua postura, e melhorar seu empenho pessoal na organização.

O foco das organizações é o envolvimento dos funcionários nas tarefas e objetivos empresariais, com isso, há a necessidade de se fazer profundas modificações na estrutura organizacional, tendo por base a capacitação profissional, como a conscientização dos colaboradores no que diz a respeito ao cumprimento das normas da empresa, ou seja, formação e preparação, bem como, solucionar problemas corriqueiros tais como atrasos e faltas, improdutividade, desperdícios, conflitos internos, desmotivação, acomodação e mau atendimento; desta forma nossos clientes tem como perfil acreditarem que a solução é preparar dinâmicas com equipes integradas superando dificuldades com ações coletivas, assim resultará em redução de custos, redução de rotatividade de pessoal, ampliação de capacidade intelectual incentivo aos funcionários, treinamento intenso, conseqüentemente teremos colaboradores satisfeitos que produzirão mais e assim gerar satisfação aos clientes.

Portanto, o empresário tem que estar consciente de que o que faz o diferencial na empresa são as pessoas qualificadas em um mercado competitivo, nesse sentido, a ideia é propor a importância de se capacitar, enfatizando as vantagens, e eficaz planejamento de capacitação e avaliação dos resultados alcançados.

Enfim, acreditar que essas mudanças constantes no comportamento do mercado, exige um planejamento maior no aprendizado do pessoal, como a entrada de novos funcionários, transformações de cargos e funções, conflitos internos, estão fazendo com que as empresas mudem seu comportamento e comecem a investir em treinamentos, desenvolvimento pessoal, bem como a investir em processo educacional visando melhorar seu quadro de pessoal, assim após o seu término trará benefícios concretos.

3.6.2. Análise dos Concorrentes

	Qualidade do Serviço	Preço	Condições de Pagamento	Atendimento	Serviços Oferecidos
Botteon Consultoria e Treinamentos	- Excelente profissional, forte concorrente no mercado.	Negociação de Preço	Cartão de crédito e pagamento á vista	Presencial	- Diagnóstico Organizacional; - Gestão Estratégica de Pessoas; - Avaliação de Desempenho; - Gestão de Resultados; - Plano de Cargos; - Carreira e Remuneração; - Atração, Recrutamento e Seleção de Pessoal; - Plano de Retenção de Talentos; - Treinamentos Empresariais; - Desenvolvimento Organizacional; - Gestão de Conflitos e Negociação
Claudia Matarazzo	- Excelência no mercado; - Facilidade de acesso e clareza no desenvolvimento e uma excelente didática.	R\$ 325,00	Com desconto de 40%: R\$ 195,00	On line	- Curso de Etiqueta: Postura e Comunicação Empresarial
Integração Escola de negócios	- Seminário ministrado por profissionais qualificados e com muita experiência.	R\$2.190,00	Cartão de crédito (Visa Diners, Master) em até 06 parcelas ou boleto bancário.	Presencial: duração de 16 horas	- Importância da inteligência emocional na vida dinâmica - Sentimentos e emoções que provocam reações no comportamento - Aplicabilidade da Inteligência emocional.

Conclusão da Análise dos Concorrentes: As empresas acima são possíveis pretendentes a serem grandes concorrentes, pois apresentam propostas atrativas para o melhor desempenho empresarial e pessoal, porém não apresentam preços acessíveis para os empresários que estão dispostos a negociação. Conclui-se também que na região de Tupã não existem empresas que oferecem cursos presenciais, oferecendo somente consultorias ou pequenos seminários.

3.6.3. Análise dos Fornecedores

Ordem	Nome do Fornecedor	Descrição do Item	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização do Fornecedor
1	MAXI EDUCA TUPÃ	APOSTILAS DIDÁTICAS	R\$ 35,00	BOLETO	7 DIAS	AV.TABAJARAS, 669 CENTRO- TUPÃ SP
2	O ESTUDANTE	MATERIAIS DE ESCRITORIO	R\$ 250,00	BOLETO	7 DIAS	R.AIMORÉS, 1575 CENTRO- TUPÃ SP
3	WALMART	COMPUTADORES	R\$ 1699,00	BOLETO	15 DIAS	AV.TAMBORÉ, 967 CENTRO- BARUERI SP
4	SHOPTIME	CADEIRAS	R\$99,00	BOLETO	25 DIAS	R.SACADURA CABRAL, 102- RIO DE JANEIRO RJ
5	WALMART	PROJETOR	R\$1599,00	BOLETO	15 DIAS	AV.TAMBORÉ, 967 CENTRO- BARUERI SP
6	KALUNGA	TELA RETRATIL	R\$259,00	BOLETO	10 DIAS	R.SÃO LUIZ, 1085 CENTRO- MARÍLIA SP
7	WALMART	AR CONDICIONADO	R\$1278,00	BOLETO	15 DIAS	AV.TAMBORÉ, 967 CENTRO- BARUERI SP

3.7. PLANO DE MARKETING

3.7.1. Descrição dos Principais Serviços

O serviço será realizado em visitação empresarial para conhecer o cliente e seu ambiente de trabalho fazendo demonstração do nosso serviço através de dinâmicas e palestras. Durante o curso é opcional a localização da efetiva realização da aula ficando a critério do empresário se disponibilizará um local dentro da empresa ou haverá o deslocamento do funcionário da empresa à escola.

Cada curso terá a duração de três meses, sendo fornecido todo material didático para os alunos e certificado ao final do curso.

O **curso de comunicação** contara com dinâmicas que ajudara no desenvolvimento dos alunos, as atividades exigira apresentação de slides e exercícios que envolva comunicação, terá também a avaliação do perfil de cada aluno, para compreender a qual área da empresa o mesmo pertence. O objetivo é ajudar aquele que tem grande dificuldade de se expressar em frente a grande publico, como reuniões de trabalho que exige uma grande exposição de ideias e auxiliar na progressão para que o mesmo consiga se comunicar de forma clara.

O **curso de inteligência emocional** é voltado para aqueles que têm dificuldade de controlar suas emoções no ambiente de trabalho, e terá a sua disposição, orientadores que auxiliara no desempenho dos alunos. Outra fonte de avaliação será um profissional de psicologia que fará a verificação do estado emocional de cada aluno, o curso também oferecerá aulas teóricas que ajudará o aluno a lidar com suas emoções.

O **curso de etiqueta** tem por objetivo garantir uma boa postura perante compromissos de negócios ou eventos empresariais, o cronograma do curso e apresentar aulas expositivas e praticas para que o aluno aprenda a vestimenta correta para cada ocasião, como se portar em almoços e jantares de negócios e forma adequada de cumprimento.

Esses são alguns dos conteúdos passados em aula, para que ao final os alunos obtenham um jantar figurativo onde serão capazes de se vestir de forma correta e se comportar apropriadamente.

3.7.2. Preço

CURSO	PREÇO*
Comunicação	R\$335,00
Inteligência Emocional	R\$255,00
Etiqueta	R\$335,00

*Dentro dessa precificação já está incluso todo o material didático.

3.7.3. Estratégias Promocionais

Entre as estratégias promocionais proposta pela empresa está o pacote MASTER completo, tendo o valor de R\$ 693,75 já com os 25% de desconto e uma bonificação para quem indicar outra empresa para realizar nossos cursos. Ainda sobre o pacote MASTER, o funcionário indicado pela empresa irá realizar os três cursos disponíveis: etiqueta, comunicação e inteligência emocional, e automaticamente, ganhará um curso de inglês básico gratuito.

3.7.4. Estrutura de Comercialização

A De Marchi inicialmente realizará visitas em empresas da região através dos representantes, além disso, terá como ferramenta de divulgação o site online através de anúncios relacionados, como Google ADWRDS ou Facebook ADS, assim as pessoas serão levadas a página de venda e conseqüentemente conhecerá o produto oferecido.

A visitação é feita através de agendamento, assim será apresentado aos clientes os cursos que são oferecidos, com a ministração de palestras. A negociação com os clientes buscará o maior número de alunos para assim, obter preços acessíveis, podendo também vincular a outro curso com intuito de fidelizar a empresa e assim poder receber Feedback, identificando o avanço do aluno, oferecendo aos mesmo novas oportunidades na empresa.

3.7.5 Localização da Empresa

Endereço da Empresa: Piratinins, nº 1178.	
Bairro: Centro	Cidade/Estado: Tupã/ São Paulo
Telefone/Fax: (14) 3441-1873	

A localização obtida é o melhor lugar para apresentar nossos cursos, pois mostra a comodidade oferecida pela escola para o bom desempenho dos nossos alunos, assim nosso objetivo é facilitar o aprendizado de todos independente da idade, tantos para aqueles que estão entrando no mercado de trabalho quanto aos funcionários mais experientes.

O lugar é acessível para todos os funcionários e clientes, pois é arejado, com boa iluminação, hábito calmo; transito leve, vizinhança amigável, sendo um local adequado para aulas de cunho presencial.

Desta forma, ter um bom acesso influencia positivamente na aprendizagem e na satisfação do cliente, em razão disso, a escolha do local é a mais adequada pois atende a demanda do publico que exige educação de qualidade com o máximo de conforto possível no âmbito escolar. Assim, alcançando o objetivo final que é a concretização de todo o conteúdo passado.

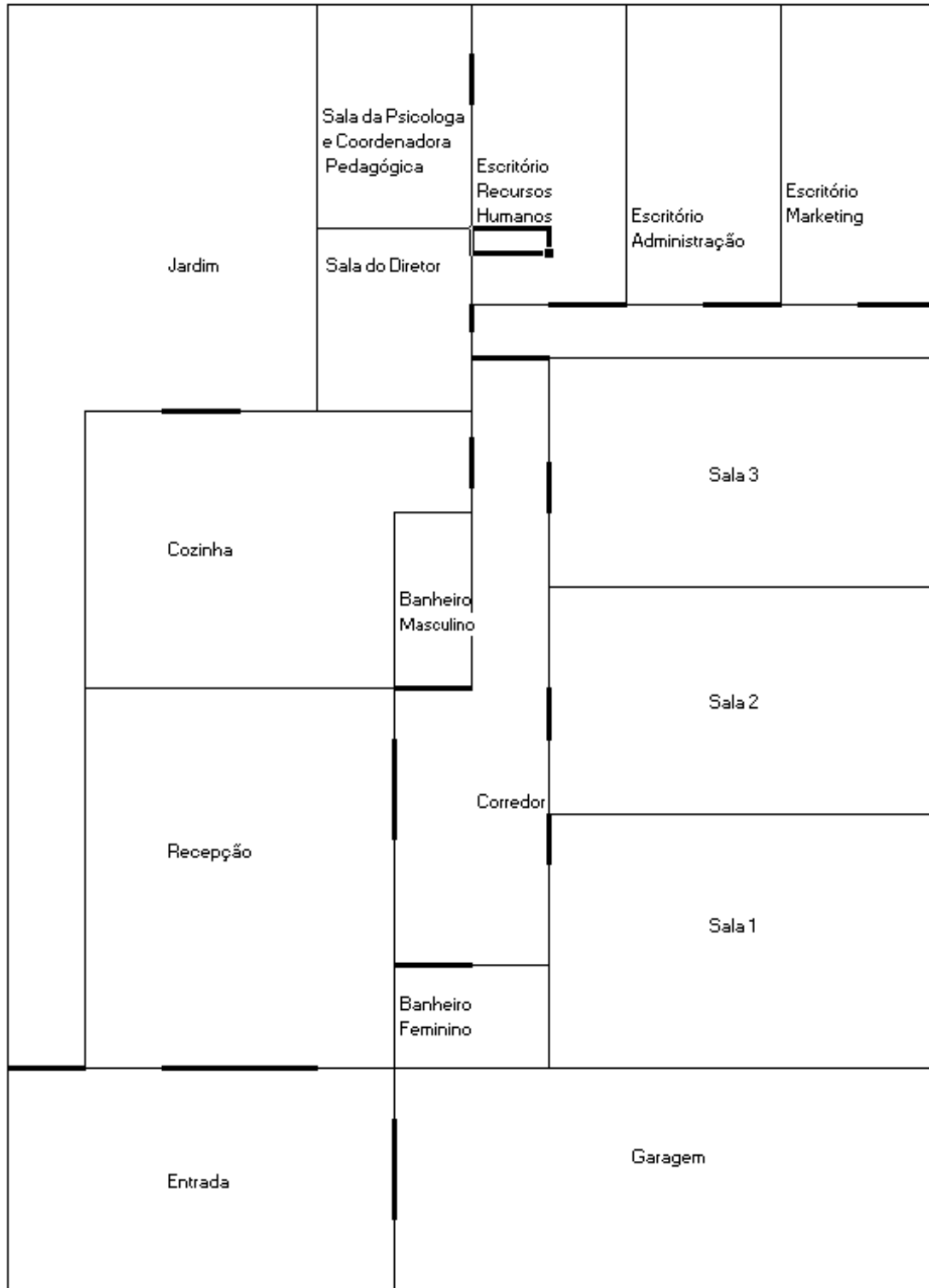
3.8. PLANO DE OPERACIONAL

3.8.1. Capacidade Produtiva

A escola De Marchi disponibilizará um espaço com capacidade máxima equivalente a vinte alunos por sala, contendo três salas de aula, contudo a escola terá um total de sessenta alunos por dia durante os cinco dias da semana e com uma carga horaria de 40 horas por curso.

3.8.2. Layout ou Arranjo Físico

Figura 01 – Leiaute de Empresa (Planta Baixa)



Fonte: Elaborados pelos autores, 2017.

3.8.3. Necessidade de Pessoal

Cargo	Função	Qualificação Necessária
Auxiliar administrativo	Colaborar nas atividades administrativas, financeiras e de logística da empresa, além de organizar arquivos e ajudar o financeiro no recebimento de contas e correspondências.	Técnico em administração.
Analista Administrativo	Realiza atividades da área administrativa da empresa, coordenando os trabalhos, analisando os sistemas e métodos administrativos em geral, tendo por função contribuir na elaboração de planos de ação para alcance dos objetivos da instituição. Gerando opções para melhorar o desempenho dos resultados.	Técnico em administração; Técnico em recursos humanos; Curso de analista.
Coordenadora pedagógica	Garantir a realização semanal do horário de trabalho pedagógico coletivo, fornecendo as bases teóricas e práticas, além de realizar um atendimento individual aos professores e alunos, conhecendo o desempenho da escola em avaliações externas.	Pós-graduação em Orientação Educacional; Pedagógica.
Diretora	Assegurar a obtenção dos resultados definidos nos planos operacionais e administrativos, em conformidade com a missão , visão e valores da empresa, através das estratégias necessárias.	Técnico em administração; Graduação de administração.

Gerente administrativo	Realizar a coordenação do setor administrativo e financeiro, realizando acompanhamentos de investimentos financeiros.	Técnico em administração; Graduação e Pós-graduação em administração.
Gerente de Marketing	Responsável por elaborar e coordenar projetos e serviços de marketing da escola, promovendo pesquisas de análise de mercado, estratégias e ações de venda em relação ao consumo de serviços oferecidos pela empresa.	Técnico em administração; Técnico em marketing; Graduação em Publicidade e propaganda.
Gerente de Recursos humanos	Atua com o recrutamento, seleção e treinamento de profissionais. Responsabilizando-se também por questões relacionadas a folha de pagamento e o agendamento das férias.	Técnico em administração; Técnico em Recursos humanos; Graduação em Recursos humanos.
Psicóloga Organizacional	Estuda os fenômenos psicológicos presentes nas organizações, atuando com a estruturação da escola como um todo: desde o número de funcionários até a faixa salarial de cada um deles. Cabe ao psicólogo organizacional entender os fenômenos relacionados à vida do aluno e seu contexto, buscando auxiliar e de forma dinâmica resolver os problemas.	Técnico em Psicologia; Graduação em Psicologia.
Faxineira	Executar trabalhos rotineiros de limpeza em geral, espanando, varrendo, lavando ou encerando dependências, móveis, utensílios e instalações, para manter as condições de higiene e conservá-los.	Ensino Médio completo.

3.9. PLANO FINANCEIRO

3.9.1. Custo do Serviço

Todos cursos têm 40 horas totais.

CUSTO DO SERVIÇO	
Total Salário Professor	R\$ 1.500,00
Custo total	R\$ 1500,00

Custo Mão Obra = 1500,00

40 horas do curso

Custo Mão Obra = R\$37,50 por hora

3.9.2. Custo Fixo

CUSTOS FIXOS	
Custos	Valores
Aluguel	R\$ 800,00
pró-labore	R\$ 12000,00
Encargos Pró- labore(11%INSS)	R\$1320,00
Salario funcionário	R\$937,00
Encargo de funcionário (33,77%)	R\$316,42
Contador	R\$550,00
IPTU	R\$ 210,00
Internet	R\$110,00
Água	R\$100,00
Energia	R\$500,00
Telefone	R\$300,00
Material de Escritório	R\$200,00
Total	R\$17343,42

Custo Fixo = valor mensal custo fixo

Horas

Custo Fixo = R\$ 5781,14 ÷ 220 horas do curso

Custo Fixo = R\$26,28 por hora

3.9.3. Custo Variável

CUSTOS VARIÁVEIS	
Custos/Impostos	Porcentagem
Alíquota simples	7,7%

Cálculo para o custo dos cursos de comunicação e etiqueta

Os cursos de comunicação e etiqueta com o valor de R\$ 335,00 incidirá sobre eles 7,7% de impostos num total de R\$25,79 de custo variável por serviço.

Cálculo para o curso de Inteligência emocional

Já para o curso de inteligência emocional, com valor de R\$ 255,00 incidirá sobre ele 7,7% de impostos num total de R\$19,63 de custo variável por serviço.

3.9.4. Apuração do Custo Total Serviço

Cálculo para curso o curso de comunicação e etiqueta

Custo total do serviço = R\$ 89,57, resultado de (R\$ 37,50+ R\$26,28 + R\$25,79).

Cálculo para o curso de Inteligência emocional

Custo total do serviço = R\$ 83,41, resultado de (R\$ 37,50+ R\$ 26,28 + R\$ 19,63).

Calculando o ponto de equilíbrio dos cursos de Comunicação e Etiqueta:

Custo do curso	Valor	Ponto de equilíbrio
R\$ 1500,00: 3 = R\$500,00	R\$ 335,00–R\$ 35,00 apostila= R\$300,00	21 alunos

Formula Ponto de Equilíbrio dos Cursos de Comunicação e Etiqueta:

$$\frac{500,00+5.781,14}{335,00 - 35,00} = \frac{6.281,14}{300,00} = 21$$

$$335,00 - 35,00 \quad 300,00$$

Calculando o ponto de equilíbrio do curso de Inteligência Emocional:

Custo do curso	Valor do curso	Ponto de equilíbrio
R\$ 1500,00 : 3 = R\$500,00	R\$ 255,00–R\$ 35,00 apostila= R\$220,00	28 alunos

Formula Ponto de Equilíbrio do Curso de Inteligência Emocional

$$\frac{500,00 + 5.781,14}{255,00 - 35,00} = \frac{6.281,14}{220,00} = 28$$

$$500,00 + 5.781,14 = 6.281,14$$

3.10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Fazer a Análise SWOT do Plano de Negócio Descritivo desenvolvido.

	Fatores Internos (Controláveis)	Fatores Externos (Incontroláveis)
Pontos Fortes	Forças Diferencial no mercado, pois na região apenas nossa escola oferece esse tipo de serviço.	Oportunidades A crise no país exige mão de obra capacitada para a execução do serviço, portanto é uma boa oportunidade de qualificar seus funcionários, ao invés de demissão e nova contratação, assim nossos serviços serão procurados para atender nossos clientes.
Pontos Fracos	Fraquezas Nosso maior concorrente são os cursos online, pois serão realizados a qualquer tempo ou horário, dependendo exclusivamente da disponibilidade de seus funcionários.	Ameaças A taxa de juros no momento está alta, em decorrência disso dificulta o financiamento para crescimento da nossa empresa.

Conclusão da Análise SWOT: Diante do exposto conclui-se que os pontos fortes se sobressaem aos pontos fracos, sendo assim ela tem grandes chances de ter um futuro promissor dentro do mercado competitivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho esteve voltado para o desenvolvimento pessoal, visando evidenciar a importância de uma escola qualificada para capacitar os colaboradores das organizações, demonstrando viabilidade para a empresa em treiná-los do que demiti-los, pois o custo é menor para o empregador, sendo a reciclagem desse pessoal uma maneira eficiente e menos burocrática.

Desta forma, a escola desenvolvida apresentará cursos de comunicação, etiqueta e inteligência emocional como forma de extinguir os conflitos entre os colaboradores para que saibam controlar o Stress profissional, para que aprendam a ter uma boa postura, sintam-se motivados, agindo com ética e sabendo se comunicar perante as situações exigidas, assim consequentemente obtendo bons resultados.

Através dos dados obtidos na pesquisa de campo, foi possível identificar a necessidade do empresário em fazer a inscrição de seus colaboradores na escola De Marchi, na qual está relacionada com as dificuldades de integração na organização, por não haver um ambiente em harmonia ou no caso de desconfortos em algumas situações: como em reuniões, jantares e outros eventos sociais, por não saberem como se comportar.

Além do mais, também se devem participar dos cursos os colaboradores que assumem cargos de alto escalão, e não se preocupam com o crescimento e desenvolvimento pessoal, dificultando a liderança, bem como gestores inseguros e temerosos em preparar um substituto para que o represente em sua ausência, não tendo a visão, de que sua ascensão dependerá de algum substituto já preparado; ou então colaboradores que não sabem controlar suas próprias emoções e que podem muitas vezes, desencadear um ambiente de trabalho com clima tenso e desagradável.

Quanto à estrutura da escola há excelentes referências relacionadas à localização, com capacidade de vinte alunos por sala totalizando sessenta alunos por dia durante os cinco dias da semana com uma carga horária de 40 horas por curso, assim também se deve ressaltar que a escola De Marchi é a única na região que oferece o curso presencial para melhor capacitar os seus colaboradores.

Portanto a abordagem do trabalho de desenvolvimento pessoal, diante todo o estudo de pesquisa realizado, concluímos que os serviços prestados

pela empresa De Marchi auxiliem os seus colaboradores a enfrentarem seus problemas pessoais conciliando com o cotidiano de trabalho, conseqüentemente suas empresas atingirão o sucesso almejado e assim terão vantagem competitiva perante os demais concorrentes.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Editora Atlas. 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. Editora Makron Books. 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 2º Edição. Editora Elsevier - Campus. 2004.

DRUCKER, Peter. **O Melhor de Peter Drucker: A Administração**. Editora Nobel. 2001.

DRUCKER, Peter. **Administrando para o Futuro - os Anos 90 e a Virada do Século**. Editora Thomson. 2003.

FREIRE, Paulo. **Comunicação Interna como ferramenta estratégica**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007.

ORTOLAN, Braga Glorinha. **Educação e requinte**. Bauru: Graphpress, 1999.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão Estratégica**. Editora Atlas. 2005.

Mayer, J. D.; Salovey, P. What is emotional intelligence? In: Salovey, P.; Sluyter, D. J. (Orgs.). **Emotional development and emotional intelligence: Implications for Educators**. 1997. (pp. 3-31). New York: Basic Books.

GARDNER, Howard. **Multiple intelligences: The Theory in Practice**. Editora Basic Books. 1993.

APÊNDICE A – MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA DE MARCHI EPP LTDA

Aline Alves de Souza, Brasileira, solteira, nascida em quatro de abril de mil novecentos e noventa e oito, sócia, portadora do CPF nº 457.269.198-31, RG nº 50.295.527-2, SSP – SP, Herculândia, com CTPS nº 004745-0027, residente em Avenida Luís Mouro, Bairro Centro, Nº 329, CEP 17650-000 e

Aline Mayumi Iizuka, Brasileira, solteira, nascida em um de maio de dois mil, sócia, portadora do CPF nº 113.334.178-11, RG nº 58.178.266-5, SSP – SP, Bastos, com CTPS nº 005795-0047, residente em Rua Sete de Setembro, Bairro Centro, Nº 53, CEP 17690-000 e

Ana Laura dos Santos Monteiro, Brasileira, solteira, nascida em quatorze de julho de mil novecentos e noventa e oito, sócia, portadora do CPF nº 457.578.618-78, RG nº 52.147.304-4, SSP – SP, Tupã, com CTPS nº 004745-0027, residente em Rua Benjamim Vieira, Bairro Antônio Pereira Gaspar , Nº 561, CEP 17602-844 e

Beatriz Saccomani Bertolucci Rosa, Brasileira, casada, nascida em oito de outubro de mil novecentos e noventa, sócia, portadora do CPF nº 393.264.238-40 , RG nº 46.237.994-2, SSP – SP, Tupã, com CTPS nº 004745-0027, residente em Rua Bezerra de Menezes, Bairro Independência, Nº 255 Apto 32 Bloco C, CEP 17650-000 e

Bianca De Marchi Gandolfi, Brasileira, solteira, nascida em vinte e oito de abril de mil novecentos e noventa e nove, sócia, portadora do CPF nº 475.347.608-10, RG nº 53.699.069-4, SSP – SP, Tupã, com CTPS nº 002745-0023, residente em Rua Leopoldo Davolli, Bairro Tupã Mirin I, Nº 113, CEP 17603-110 e

Juliana Oliveira Ferreira da Silva, Brasileira, solteira, nascida em dezesseis de maio de mil novecentos e noventa e nove, sócia, portadora do CPF nº 491.550.238-43, RG nº 54.288.359-4, SSP – SP, Tupã, com CTPS nº 002745-0023, residente em Rua Antônio de Barros , Bairro Vila Europa, Nº 89, CEP 17604-330 e

Marcio Alexandre dos Santos, Brasileiro, divorciado, nascido em seis de novembro de mil novecentos e setenta e um, sócio, portadora do CPF nº 147.198.098-71, RG nº 21.917.404-0, SSP – SP, Tupã, com CTPS nº 004745-0027, residente em Rua Adolfo Dantas, Bairro Vila Abarca , Nº 109, CEP 17607-300 e

Rachel Ferreira da Silva, Brasileira, solteira, nascida em doze de fevereiro de mil novecentos e noventa e oito, sócia, portadora do CPF nº 458.032.148-09, RG nº 49.892.861-5, SSP – SP, Pompéia, com CTPS nº 004745-0027, residente em Rua Maria do Carmo Bonfim de Abreu, Bairro Jardim Lacombe, Nº 33, CEP 17580-000, constituem uma sociedade, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Escola de Desenvolvimento Pessoal De Marchi e terá sede e domicílio em Rua Piratinins, nº 1178, Centro, Cidade Tupã, São Paulo, CEP 17600-100

2ª O capital social será R\$ 320.000,00 (trezentos e vinte e mil reais) dividido em 320.000 (trezentos e vinte mil reais) quotas de valor nominal R\$ 1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios, da seguinte forma:

Sócio	Nº de Quotas	Valor R\$
Aline Alves de Souza	40.000	R\$ 40.000,00
Aline Mayumi Iizuka	40.000	R\$ 40.000,00
Ana Laura dos Santos Monteiro	40.000	R\$ 40.000,00
Beatriz Saccomani Bertolucci Rosa	40.000	R\$ 40.000,00
Bianca Gandolfi De Marchi	40.000	R\$ 40.000,00
Juliana Oliveira Ferreira da Silva	40.000	R\$ 40.000,00
Marcio Alexandre dos Santos	40.000	R\$ 40.000,00
Rachel Ferreira da Silva	40.000	R\$ 40.000,00
TOTAL	320.000	R\$ 320.000,00

3ª O objeto do presente contrato é a prestação dos serviços voltados a ministrar aulas de Comunicação, Etiqueta e Inteligência Emocional, estaremos trabalhando com Desenvolvimento Pessoal do colaboradores no estabelecimento ou em uma sala sediada pela empresa contratante.

4ª O prazo de duração da sociedade é indeterminado, sendo que serão iniciadas suas atividades a partir da data de registro deste contrato social na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

7ª A administração da sociedade caberá a todos os sócios, em conjunto ou separadamente com os poderes e atribuições de realizarem todas as operações para a consecução de seu objeto social, representando a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente. Os administradores ficam autorizados a usarem o nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações, seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização dos outros sócios.

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo

interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

13ª Os Administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

14ª Fica eleito o foro de Tupã/SP para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato. E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em vias.

Tupã/SP, 13 de maio de 2017.

Aline Alves de Souza

Bianca Gandolfi De Marchi

Aline Mayumi Iizuka

Juliana Oliveira Ferreira da Silva

Ana Laura dos Santos Monteiro

Marcio Alexandre dos Santos

Beatriz Saccomani Bertolucci Rosa

Rachel Ferreira da Silva

**APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ALUNOS DA ETEC
PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**

ESCOLA DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL

1 - Sexo: () Masculino () Feminino () Outros.

2 - Idade: () 15 a 25 () 26 a 35 () 36 a 45 () Acima de 46.

3 - Você como empresário ofereceria aos seus funcionários cursos de desenvolvimento pessoal?

() Sim, tenho interesse de desenvolver meus funcionários para melhoria da empresa.

() Em parte, se for viável para a melhoria de minha empresa.

() Talvez, seria necessário analisar o custo benefício.

() Não, pois é perda de tempo investir em um funcionário.

4 - Você acha que dinâmica melhoraria nosso processo de aprendizagem?

() Concordo

() Concordo parcialmente

() Discordo em parte

() Discordo

() Não sei informar

5 - Qual dos cursos você se interessaria?

() Etiqueta

() Comunicação

() Inteligência Emocional

6 - Você compraria o pacote MASTER contendo os três cursos oferecidos, para adquirir o curso de inglês básico gratuitamente?

() Sim, tenho interesse em adquirir os três cursos e capacitar meus funcionários no curso de inglês.

() Sim, tenho interesse de adquirir os três cursos, porem tenho interesse em outro idioma.

() Em parte, dependendo do desconto na negociação de cada funcionário.

() Não, pois não tenho interesse no curso de inglês.

() Não, pois não houve interesse em alguns dos cursos oferecidos.

7 - Em um curso de Etiqueta, quanto estaria disposto a pagar?

- R\$ 250,00 R\$ 300,00
- R\$ 330,00 R\$ 370,00
- Não pagaria.

8 - Em um curso de Comunicação , quanto estaria disposto a pagar?

- R\$ 230,00 R\$ 250,00
- R\$ 270,00 R\$ 300,00
- Não pagaria

9 - Em um curso de Inteligência Emocional, quanto estaria disposto a pagar?

- R\$ 150,00 R\$ 190,00
- R\$ 200,00 R\$ 220,00
- Não pagaria

10 - Forma de pagamento que você optaria para sua empresa?

- Boleto
- Cartão de credito Corporativo

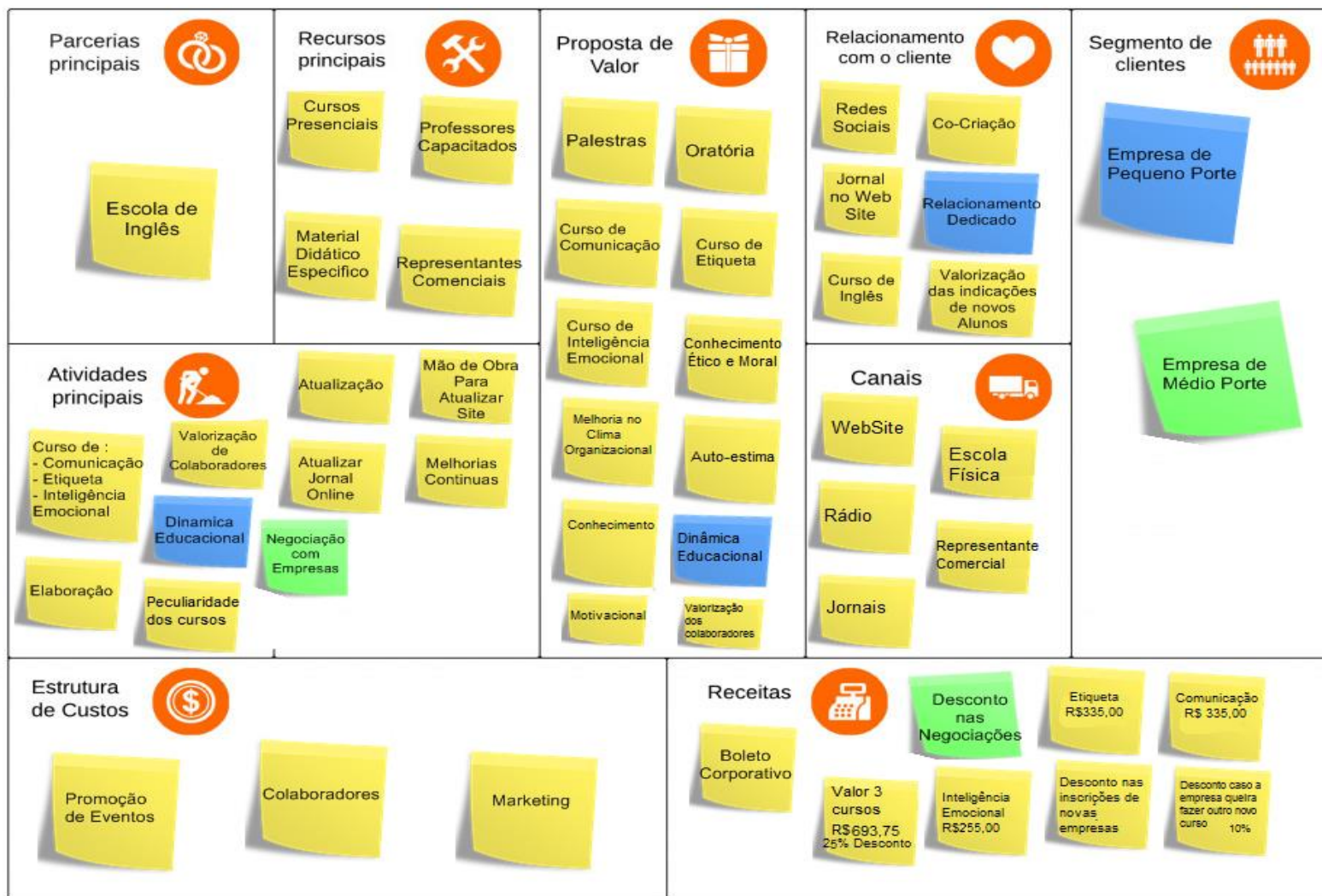
11 - Você entraria em acesso ao nosso site com frequência?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensalmente
- Quando possível
- Não tenho interesse

12 - Em sua opinião, há mais aprendizado no curso presencial do que o online?

- Concordo Plenamente
- Concordo Parcialmente
- Discordo em partes
- Discordo
- Não sei informar

APÊNDICE C – QUADRO DE MODELAGEM DE NEGÓCIOS – FERRAMENTA CANVAS



APÊNDICE D – MODELO DO PANFLETO DE DIVULGAÇÃO

DE MARCHI | ESCOLA DE DESENVOLVIMENTO PESSOAL

Cursos

Comunicação
Etiqueta
Inteligência Emocional

INVISTANDO SUCESSO DO SEU NEGOCIO,
INVISTA NA DEMARCHI !!!

TELEFONE
(14) 3441-1873
(14) 99792-6775

ENDEREÇO
Piratinins, nº 1178
Centro Tupã/SP

EMAIL
pessoaldemarchi@gmail.com

SITE
www.escolademarchi.wixsite.com/demarchi