

LA INFLUENCIA DE LA HISTORIA DE VIDA DE UN EMPRENDEDOR EN LA FORMACIÓN DE UNA CONSULTORÍA EMPRESARIAL

Maria Rosangela Martins Brandão¹

Marcus Vinícius de Oliveira Brasil²

Alandey Severo Leite da Silva³

resumen

El artículo se basa en la historia de vida de un emprendedor en el área de consultoría empresarial, donde buscamos discutir la relación entre la capacidad emprendedora y el desarrollo de una empresa de consultoría empresarial exitosa. El principal objetivo de este trabajo es analizar el perfil de comportamiento de un emprendedor exitoso. Pronto se abordaron los temas de emprendimiento en general, emprendimiento femenino y los temas de consultoría empresarial con el objetivo de profundizar en el tema. Fue necesario identificar las características de comportamiento de la emprendedora, describir sus experiencias de vida y verificar su impacto en su vida. La investigación se realizó a través de una entrevista cualitativa semiestructurada. La entrevista y el análisis de datos se dividieron en dos dimensiones: vida personal y vida profesional. Se concluye que el emprendedor investigado tiene las siguientes características emprendedoras: busca oportunidades e iniciativas, persistencia, compromiso, exigencia de calidad y eficiencia, toma riesgos calculados, establece metas, busca información, planifica y monitorea sistemáticamente, persuasión y red de contactos, independencia y confianza en uno mismo. Se sugiere ampliar y desarrollar otros casos de emprendedores locales y comparar con los datos de esta investigación. independencia y autoconfianza. Se sugiere ampliar y desarrollar otros casos de emprendedores locales y comparar con los datos de esta investigación. independencia y autoconfianza. Se sugiere ampliar y desarrollar otros casos de emprendedores locales y comparar con los datos de esta investigación.

Palabras clave: Historia de vida. Empresario. Consultoria Empresarial.

¹Licenciada en Administración por la Universidad Federal de Cariri-UFCA; rosangelavilinda2015@gmail.com ;

²Licenciada, Maestría y Doctora en Administración; Licenciada en Informática; Profesor e Investigador de la Universidad Federal de Cariri (UFCA); marcus.brasil@ufca.edu.br

³ Licenciada, Maestría y Doctora en Administración e Informática. Profesor de la Universidad Federal de Cariri (UFCA). alandey.severo@ufca.edu.br

INTRODUCCIÓN

El escenario brasileño para los emprendedores es cada vez más desafiante, por lo que la búsqueda de capacitación, información sobre el mercado donde opera y diferenciales en su desempeño son puntos necesarios para sobrevivir en el entorno de crisis como el actual escenario brasileño.

De acuerdo con la *Monitor de emprendimiento global*, GEM (2017), Brasil, en 2016, alcanzó la segunda Tasa Empresarial Total más alta en su serie histórica, que representó el 36% de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora. Luego de una larga serie de crecimiento en estos indicadores, su caída en 2016 está relacionada con la crisis de la economía brasileña y / o con un agotamiento natural del crecimiento de estos indicadores, tras alcanzar el récord del año anterior.

También según GEM (2017), que es la principal institución de investigación en emprendimiento en el mundo, en 2016 las mujeres representan el 51% de los emprendedores que inician negocios, lo que contribuye al aumento de la autonomía financiera de las mujeres. Además, los ingresos de las mujeres han ganado una importancia creciente en el presupuesto familiar. Esto se debe a que cuatro de cada diez hogares brasileños están encabezados por mujeres, según datos de la Encuesta Nacional de Hogares por Muestra (PNAD, 2015). De estos, el 41% son propietarios de sus propios negocios. Con este escenario, el emprendedor busca cada vez más alternativas para sortear las polémicas del mundo emprendedor. Para ello, una de las alternativas es la búsqueda de asesoramiento y formación empresarial. Allí aparece la figura del consultor.

Según una encuesta realizada por GEM en 2015, en Brasil, el porcentaje de emprendedores de entre 18 y 64 años fue del 39,3%. De los entrevistados, el 50% dice tener los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para abrir un negocio, y para el 60,9% de ellos, la posibilidad de fracaso no sería un obstáculo para emprender. También de acuerdo con la encuesta, ser dueño de su propio negocio aparece en el tercer lugar en la lista de deseos y expectativas de los adultos brasileños, con 31,4%. En la Región Nordeste del país, el SEBRAE es la agencia de apoyo más buscada por quienes desean emprender y encuentran necesario buscar algún apoyo para dicha acción (GEM, 2015).

De esta forma se percibe la importancia del papel del emprendimiento en el desarrollo económico y social de un país. Para este trabajo se centró en la historia de la vida de una joven emprendedora propietaria de una consultora en la región de Cariri, quien tuvo éxito en los negocios, ya que abordó un tema donde aún existen nuevos elementos de reflexión y que enriquecen el estudio de emprendedor local. Por tanto, surge el siguiente problema: ¿Qué características de comportamiento son necesarias para el éxito de las mujeres emprendedoras?

Entonces, el objetivo general de este estudio es analizar el perfil de comportamiento de un emprendedor exitoso. Para contemplar este objetivo, el estudio tiene los siguientes objetivos específicos: comprender las características de comportamiento del emprendedor; describir las experiencias de vida del emprendedor; comprender cómo se logra el proceso empresarial exitoso en la vida de un empresario exitoso.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Emprendimiento

El término emprendimiento tiene varios significados en la práctica, algunos de los cuales divergen entre sí, pero una definición introducida por Baron y Shane (2007) sugiere que el emprendimiento es un área de negocios, que busca comprender cómo surgen oportunidades para crear algo nuevo (nuevos productos o servicios, nuevos mercados, nuevos procesos de producción o materias primas, nuevas formas de organizar las tecnologías existentes); cómo son descubiertos o creados por individuos específicos, es decir, para identificar oportunidades, que tienen un potencial valioso para ser explotadas en términos prácticos como un negocio (es decir, una oportunidad que puede producir ganancias sostenibles) e identificar las actividades involucradas en la exploración o en el desarrollo real de esa oportunidad.

La actividad emprendedora es considerada un fenómeno global, dada su fortaleza y crecimiento, en las relaciones internacionales y la formación profesional. Brasil es considerado como uno de los países más creativos del mundo y donde se desarrollan la mayoría de los emprendedores (MATIAS, 2016). Según Chiavenato (2014), los emprendedores son héroes populares en el mundo empresarial, ya que generan empleo, introducen innovación y fomentan el crecimiento económico. El autor también explica que los emprendedores no son solo proveedores de bienes o servicios, sino fuentes de energía que asumen riesgos en una economía cambiante y en crecimiento. Según Dornelas (2008) y Matias (2016), los emprendedores son personas que emprenden algo nuevo y asumen diferentes riesgos.

El concepto de emprendimiento ha sido muy extendido en Brasil en los últimos años, intensificándose a fines de la década de 1990. En la primera década del siglo XXI, el término se popularizó con la preocupación del gobierno y las entidades de clase por crear micro y pequeñas empresas. empresas duraderas y disminuir las altas tasas de mortalidad de las empresas. Según Dornelas (2008) el emprendimiento en Brasil comienza básicamente con el aumento de las tasas de desempleo en las grandes ciudades, donde hay un grupo mayor de empresas, por lo que en la búsqueda de nuevas alternativas para generar ingresos, estos desempleados inician nuevos negocios con sus ahorros personales. del último trabajo y, en muchos casos, tienen poca o ninguna experiencia en la actividad. Cuando se dan cuenta, se convierten en jefes y ya no en empleados.

Según el Servicio de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa - SEBRAE, la tasa de emprendimiento en Brasil en 2015 alcanzó el 39,3%, por lo que cerca de 52 millones de brasileños de entre 18 y 64 años participaron en la creación o mantenimiento de alguna empresa. como emprendedor en una etapa inicial o establecida (GEM, 2015). En el panorama presentado por GEM (2015), la creatividad y la resiliencia se citan como características de los brasileños que favorecen el emprendimiento.

En este universo, el emprendimiento femenino viene presentando un panorama con un modelo de gestión diferenciado (MATIAS, 2016). Para Villas Boas (2010) el comportamiento emprendedor del público masculino y femenino presenta importantes diferencias.

Comportamiento emprendedor

Bueno, Leite y Pilatti (2004) afirman que los emprendedores tienen características que los diferencian y buscan mejorarlos, es ese individuo que quiere aprender y buscar el autoconocimiento y la actualización dentro del entorno en el que se desenvuelve. Los autores también afirman que algunas necesidades acaban influyendo en el comportamiento y la vida del emprendedor, y que algunas cualidades y valores acompañan al emprendedor a lo largo de su vida, mientras que otras se adquieren con la experiencia.

En 1972, David C. McClelland realizó una investigación de primer nivel para detectar las características comunes de los empresarios exitosos. Enumera diez características principales del comportamiento emprendedor y las agrupa en tres grandes grupos de necesidades, estudiados por el autor, que son: búsqueda de oportunidades e iniciativa; tomar riesgos calculados; demanda de calidad y eficiencia; persistencia; compromiso (perteneciente al conjunto de logros); Búsqueda de información; establecer metas; planificación; seguimiento sistemático (perteneciente al conjunto de planificación); persuasión y red de contactos (pertenecientes al conjunto de poder), (SOUZA; FRACASSO, 2008).

Según Teixeira et al (2011), un emprendedor exitoso tiene características extra, que van más allá de los atributos personales que, sumados a características externas como sociológicas y ambientales, permiten el desarrollo e incluso la creación de un nuevo negocio. La siguiente tabla presenta las principales características emprendedoras según varios autores:

DORNELAS	DOLABELA	McCLELLAND	TIMONNS	BHIDÉ	FILION
- Visionário	- Possui um "modelo", uma pessoa que o influencia.	- Busca de oportunidades e iniciativa.	- Comprometimento, determinação e perseverança.	- "Não existe perfil ideal. Os empreendedores podem ser gregários ou taciturnos, analíticos ou intuitivos, cautelosos ou ousados".	- Pessoa criativa.
- Sabe tomar decisões.	- Iniciativa, autonomia e otimismo, autoconfiança, necessidade de realização.	- Persistência.	- Busca autorrealização, crescimento, com metas desafiadoras.	- Não se pode definir um modelo único de perfil empreendedor.	- Marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos.
- Indivíduo que faz a diferença.	- Trabalha sozinho.	- Exigência de qualidade e eficiência.	- Senso de oportunidade e orientação para metas.		
- Sabe explorar ao máximo a oportunidade.	- Perseverança e tenacidade.	- Assume riscos calculados.	- Iniciativa pelo senso de responsabilidade social.		- Visionário.
- Determinado e dinâmico.	- Aprende com os erros.	- Determina metas.	- Persistência e determinação na resolução de problemas.		
- Dedicado.	- Grande energia, é incansável.	- Busca informações.	- Enfrenta situações adversas com otimismo, humor e perspectiva.		
- Otimista e apaixonado pelo que faz.	- Fixa metas e as alcança.	- Planejamento e monitoramento sistemático.	- Busca <i>feedback</i> do desempenho e aprende com os erros.		
- Independente e constrói o próprio destino.	- Forte intuição.	- Persuasão e rede de contatos.			
Líder.	- Comprometimento	- Independência e autoconfiança.			
		- Comprometimento			

Figura 1- Resumen de las principales características del emprendedor según diferentes autores.

Fuente: Teixeira et al., (2011)

Innumerables autores intentan perfilar el perfil ideal del emprendedor, creyendo que su motivación por el logro y sus características de comportamiento son responsables del proceso y determinantes en el mismo, sin embargo, no existen estudios estándar o científicamente probados sobre las características emprendedoras, el potencial del emprendimiento desafía la diversidad de percepciones para incrementar el aprendizaje (TEIXEIRA, et al., 2011).

Emprendimiento femenino

Las mujeres tienen una forma de trabajar diferente a la de los hombres, con su excelente capacidad de persuasión y gran preocupación por los clientes y proveedores, contribuyen aún más al progreso de la empresa. Así, cada vez están conquistando más su espacio en el mundo empresarial, lo que les demuestra una capacidad y fortaleza emprendedora a lo largo de los años. Según las estadísticas suscritas por una encuesta impulsada por SEBRAE (Global Entrepreneurship Monitor), muestran que el 49% de los nuevos emprendimientos que están surgiendo son liderados por mujeres (GEM, 2015).

La búsqueda de más cualificaciones y el acceso a la información han sido los objetivos fundamentales de inversión de las mujeres. Estas buscan ser más profesionales, esto se justifica por el nivel de formación de los nuevos empresarios, donde el 49% (donde las mujeres son mayoría) tiene al menos bachillerato completo, ya en negocios establecidos, con más de tres años en actividad. , donde los hombres son mayoría, esta tasa es del 41% (GEM, 2015).

Estudios actuales muestran que las mujeres están creando nuevas empresas por diferentes motivos: ya sea por la necesidad de sobrevivir, pero también por la percepción de oportunidades del mercado, dificultades para avanzar en su carrera profesional en otras empresas o incluso por el deseo de lograr y independencia (TAKAHASHI, et al., 2011).

La investigación muestra que el perfil de la mujer emprendedora, atribuido a sus principales características gerenciales, es fundamental para la toma de decisiones y presenta aspectos de liderazgo y postura formidable para el mundo emprendedor. El sexo femenino tiende a enfatizar más la calidad que el masculino, lo que demuestra ser una actitud favorable a la implicación familiar en la organización y, por tanto, propone emplear más mujeres que hombres. La combinación de características masculinas (iniciativa, coraje y determinación) con características femeninas (sensibilidad, intuición y cooperación) define un estilo de gestión por parte de los emprendedores. Tal estilo, combinado con la intensa dedicación al trabajo de las mujeres emprendedoras, contribuye al aumento de las tasas de supervivencia de las empresas dirigidas por mujeres (MACHADO, 1999, apud TAKAHASHI, et al. 2011).

Entre muchas características de los emprendedores destacan la sensibilidad, mayor empatía, compromiso y voluntad de ayudar, además de fomentar la participación y el intercambio de información entre los empleados, haciéndolos con atributos positivos para el éxito empresarial. La autora también refuerza que en la actualidad las mujeres han asumido características que antes se atribuían a los hombres, como competitividad, liderazgo, ambición, capacidad de asumir riesgos, aceptar cambios, pensamiento analítico

y objetivo, capacitándolas para afrontar el mundo empresarial. con el mismo nivel de relevancia que los hombres emprendedores (MATIAS, 2016).

Consultoría Empresarial

2.1.1 Historial de consultoría

La consultoría en su sentido más amplio puede ser considerada una de las actividades más antiguas del mundo, siendo considerada el origen de la palabra consultare, originaria del latín, que significa "dar o recibir consejos, asesorar y también ser asesorado". En la antigüedad, la actividad se basaba en la observación sistemática e inteligente de los fenómenos naturales que fueron desarrollados por los consultores primitivos a partir de sus conocimientos (JACINTHO, 2004).

Para Conceição (2015), la consultoría existe desde entonces, pero tuvo una mayor concentración en el período del siglo XIX y XX, identificándose las primeras consultorías organizacionales en Inglaterra. Donde según Alves, Dias y Monsores (2015) la revolución industrial supuso un incremento en la demanda de profesionales cualificados, provocando el surgimiento de la primera empresa consultora. En Estados Unidos, la rama de consultoría se consolidó después de la Segunda Guerra Mundial, donde el gobierno estadounidense se vio obligado a contratar servicios de consultoría para reorganizar el sector militar. Esta acción influyó en el resto del mundo.

En los años 40 y 50 Estados Unidos y Europa Occidental lograron importantes avances en la sistematización de la consultoría, abandonando las experiencias empíricas e incorporando la conexión eminentemente técnica y científica basada en teorías, sin dejar de lado el enfoque en soluciones prácticas (CONCEIÇÃO, 2015).

Donadone y col. (2012) señalan a EE. UU. Como el mayor líder en el sector de la consultoría, mientras que Brasil es uno de los países con mayor crecimiento en este segmento. Pronto, parece que debido al avance de la nueva economía, y debido al reajuste de las organizaciones, se asesora a un profesional calificado para las pequeñas empresas capaz de ayudarlas en su desarrollo (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015).

Conceptos y características de consultoría

Jacinto (2004) define la consultoría como la acción en la que un cliente aporta o solicita opiniones, estudios y análisis a un especialista contratado para que pueda asistir con apoyo y orientación en su labor administrativa. Parreira (1997) propone una categorización en la que destaca algunos aspectos de la consultoría: ser un intercambio; un servicio especializado; no ser un servicio caro; ser un servicio ético; y un servicio de orientación.

La consultoría es el principal medio para gestionar cambios rápidos en el contexto organizacional global y la necesidad de conocimiento especializado (CONCEIÇÃO, 2015). Para poder ayudar, el consultor debe realizar las habilidades y conocimientos necesarios para la empresa del cliente, mientras que la empresa debe estar abierta a la colaboración para que los aportes se generen a través de cambios (Jacinto, 2004).

Dentro de este aspecto, Oliveira (2001) define la consultoría empresarial como un proceso interactivo de un agente de cambio externo a la empresa, capaz de asumir la

responsabilidad de asistir a los ejecutivos y profesionales de la empresa que contratan dichos servicios en la toma de decisiones, sin embargo, no teniendo, control directo de la situación.

Jacintho (2004) plantea la siguiente pregunta: el trabajo de consultoría es un trabajo de diagnóstico, asesoramiento y orientación para la implementación de soluciones sin que, sin embargo, se produzca un involucramiento en la ejecución, porque desde el momento en que el consultor comienza a tener el control directamente de la situación deja de ser consultora y pasa a ser ejecutiva de la empresa cliente.

Sin embargo, Oliveira (2001) afirma que si bien no tiene un control directo de la situación, el consultor no debe colocarse como alguien que no tiene responsabilidad por los resultados de la implementación del proyecto que idealizó, estructuró y desarrolló.

Jacintho (2004) asegura que los consultores son asesores y su responsabilidad recae únicamente en la calidad e integridad de los consejos que difunden, siendo los clientes los responsables de la aceptación de estos consejos. El mismo autor exalta además que no basta con que se dé el consejo correcto, sino que se dé de forma adecuada y en el momento adecuado, residiendo allí, la habilidad fundamental del consultor.

La consultoría surgió de manera informal de personas que intentaban ayudar, dando consejos a otros. Sin embargo, con el tiempo, la consultoría comenzó a ser considerada de forma sistemática. Con el surgimiento de la consultoría de forma sistemática, las pequeñas empresas la ven como una herramienta donde pueden ayudarles en su gestión (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015).

Tipos de consultoría

Jacintho (2004) expone varios enfoques sobre los tipos de consultoría, pero con el objetivo de dar un enfoque general a los tipos de consultoría y explicar las actividades generales, Schein (1972) apud Jacintho (2004), establece tres tipos básicos de consultoría:

- a) Modelo de compra de servicios especializados: donde el consultor es un especialista y vende su servicio especializado;
- b) Modelo médico-paciente: donde se invita al consultor a realizar un diagnóstico, identificar problemas e indicar el tratamiento adecuado para mejorar los resultados de la empresa cliente;
- c) Modelo de Consultoría Procesal: aquí el foco está en la propia percepción del cliente para comprender y actuar sobre los factores interrelacionados que ocurren en el entorno. En este tipo de consultoría, consultor y cliente hacen un diagnóstico juntos.

En cuanto a la naturaleza del servicio, Kurb (1986) apud Jacintho (2004) describen los tipos de consultoría que son:

- a) Diagnóstico empresarial: el consultor investiga los recursos de la organización, sus resultados, políticas y estándares de gestión, para definir sus fortalezas y debilidades e identificar problemas clave que impactan el desempeño empresarial;
- b) Investigaciones y estudios especiales: el consultor actúa enfocado en un asunto de importancia para la organización del cliente, y cuando finaliza el trabajo, entrega un informe final, discutiéndolo con el cliente;

c) Elaboración de soluciones para problemas específicos: el cliente necesita más que un diagnóstico, necesita soluciones para problemas específicos. El trabajo estará terminado cuando el cliente entienda que ha recibido una solución adecuada a su problema;

d) Asistencia en la implementación: después del diagnóstico y elaboración de la solución, la empresa cliente puede necesitar apoyo en la implementación. Puede involucrar la selección y capacitación de personal, ayudando al gerente a movilizar a las personas hacia los resultados esperados;

e) Asesoramiento: el consultor actúa en el sentido estricto de la palabra: respondiendo preguntas cuando se le pregunta. Sin embargo, debe tener cuidado de no pasar al papel de árbitro. La decisión dependerá del cliente.

Un aspecto a considerar es que la actitud de no ejecutar a menudo se confunde con no seguir la ejecución. Este procedimiento puede generar grandes críticas de los clientes al proceso de consultoría, pues la sensación que se puede dejar es que el consultor ingresa a la empresa, cuestiona todo y luego presenta una propuesta que no se le da seguimiento para ver si funcionó (CONCEIÇÃO, 2015).

MÉTODO

El referido estudio se materializa como una investigación cualitativa, siendo a la vez bibliográfica y documental, donde Lakatos y Marconi (2010) dicen que la investigación bibliográfica, abarca toda la bibliografía ya hecha pública en relación al tema de estudio, la cual va desde publicaciones como: revistas, libros, investigaciones, monografías y otros. El estudio también cuenta con un marco documental, que posibilita la comprensión del tema abordado, permitiendo al investigador acercarse aún más al objetivo, a partir de un análisis amplio de los contenidos a partir de documentos.

La investigación cualitativa no tiene como objetivo principal encontrar datos estadísticos o que se puedan demostrar a través de gráficos, tablas o números, pero puede y debe entenderse como un estudio que demuestra las particularidades y entendimientos sobre una realidad (MINAYO, 2007). También es una investigación, utilizando el método de encuesta bibliográfica con el fin de mejorar la comprensión del tema por parte del investigador y brindar puntos de discusión para la segunda etapa, recolección de datos, donde buscamos comprender y describir la influencia de la historia de vida de una emprendedora en su consultora.

El sujeto de investigación es un emprendedor en la industria de la consultoría empresarial, con una empresa establecida en el municipio de Juazeiro do Norte, estado de Ceará. La intención se debió a su protagonismo en la comarca Caririense, además de la disponibilidad y receptividad del emprendedor para contribuir a la investigación.

El instrumento de recolección de datos fue la entrevista semiestructurada, presentada en el apéndice de este estudio. Se aplicó cara a cara, siendo el entrevistador el propio investigador. Para Triviños (1997, p. 146) "la entrevista, al tiempo que valora al investigador, ofrece todas las perspectivas posibles para que el informante logre la libertad y la espontaneidad necesarias, enriqueciendo la investigación".

En total, se realizaron tres entrevistas con el emprendedor, donde estas entrevistas fueron grabadas y transcritas para construir la historia de vida. Las entrevistas se

realizaron los días 3 de abril, 5 de junio y 7 de junio de 2017.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el fin de responder qué características de comportamiento son necesarias para el éxito de las mujeres emprendedoras, se adoptó el objetivo general de esta investigación. Analizar el perfil de comportamiento de un emprendedor exitoso. Para ello, los objetivos específicos del trabajo fueron: percibir las características del comportamiento emprendedor; describir las experiencias de vida del emprendedor; comprender cómo se logra el proceso empresarial exitoso en la vida de un empresario exitoso.

Schuly aborda que, a juicio de McClelland (1972), la motivación por la realización se muestra como un rasgo inconsciente que es efecto principalmente de las vivencias vividas en la niñez, de la forma en que los hijos son tratados por los padres, y aún completa que los primeros las experiencias tienen un papel amplio y perenne en situaciones futuras (SCHUHLY, 1995).

Ante esto, la investigación abordó datos sobre la vida personal, que abordan situaciones de la niñez, adolescencia y adultez temprana; y datos profesionales, sin embargo, los dos a menudo están relacionados.

Análisis de entrevistas

Schuhly (1995), dice que existe una correlación entre los ingresos y el entorno familiar. Ante esto y lo expuesto por McClelland, al inicio de esta sesión, se trazarán un paralelo de la coyuntura entre el proceso de crecimiento de la emprendedora, su familia y en la construcción de su personalidad, marcada por el emprendimiento.

Consultora empresarial, carrera desarrollada en la región de Cariri, casada, 33 años, madre, mujer visionaria, la emprendedora en cuestión desde pequeña tuvo una influencia emprendedora que fue decisiva para encaminarla hacia un brillante futuro profesional en los negocios.

Nacido el 6 de agosto de 1983 en São Bernardo do Campo, municipio del estado de São Paulo, el emprendedor aprendió temprano el significado de las palabras garra y superación. Con la muerte de su padre, víctima de un infarto, ella, con tan solo 4 años, acompañada de su madre, se trasladó a la capital de Ceará, Fortaleza, ya que su madre nació en la ciudad de Ceará. Con una vida gobernada, por limitaciones y sin nadie con quien dejar a su hija, su madre siempre la llevaba para acompañarla en su profesión de sacoleira, lo que contribuía al desarrollo de la vertiente comunicativa del emprendedor “se pasaba el día vendiendo ropa y yo escuchando y aprendiendo hablar y aprender a relacionarse”, dice la empresaria. El emprendedor atravesó una infancia difícil y llena de necesidades,

A pesar de que trabajaba como sacoleira y costurera, su madre a menudo necesitaba ayuda económica de los familiares para poder pagar los estudios de su hija y siempre la animaba a estudiar: “mi madre me motivó a ser muy estudiosa para ganar una beca y para que cambiemos nuestra vida”, dice el emprendedor. Y luego agrega: “Yo estaba en las clases especiales del colegio Farias Brito, tenía beca del 50% y también era atleta, jugaba Voleibol, era del equipo que ratificó mi beca” (ENTREVISTA, abril de

2017).

Autores como Fillion (1999) y Dolabela (1999) enfatizan que cuando una persona tiene un modelo familiar o el entorno en el que vive, es más probable que se convierta en emprendedora.

Animada por su madre a seguir una carrera en medicina o derecho, la consultora terminó trazando su propio futuro y eligió la Publicidad como su futura profesión, “Hice Publicidad porque pensé que me gustaba el área de la comunicación y el trato con los clientes, con la idea de creatividad al tratar con el consumidor. Sentí afinidad por estos temas”, dice el consultor. (ENTREVISTA, abril de 2017).

En el primer semestre ya se fijó metas y trazó planes sobre cómo obtener ingresos extra para ayudar a su madre con los gastos "apenas fui a la universidad, trabajé en eventos, hice panfletos, serví refrescos en supermercados", relata la emprendedora. . También dice que tales experiencias fueron fundamentales para su crecimiento profesional "hoy entiendo el merchandising, la estrategia promocional, porque lo viví en la práctica" (ENTREVISTA, abril de 2017).

Se nota aquí la eminencia de algunas características presentes en la bibliografía estudiada que se desarrolló desde la infancia del emprendedor, son: independencia y autoconfianza; persuasión y redes; buscar información; persistencia, fijación de objetivos y búsqueda de oportunidades e iniciativa. Estas características estarán aún en proceso de desarrollo frente a experiencias vividas también en la vida adulta y profesional.

A los 21 años se convirtió en consultora, aún muy joven, justo antes de terminar su graduación, consiguió un trabajo en la multinacional Petrobras. Aun considerándose joven, la consultora de origen humilde no le tenía miedo a lo desconocido, para ella sirvió de detonante para tratar siempre de dar lo mejor de ella “Fui sin miedo, di formación a varias personas y no me desanimé por ser joven , por no saber cosas ”, dice. (ENTREVISTA, abril de 2017).

Según los autores expuestos en la Tabla I, la heterogeneidad perceptual amplifica el aprendizaje, desafía el intelecto, agudiza el espíritu inquisitivo y el poder de observación. También pueden relacionarse, la autorrealización en el emprendimiento y el orgullo de transformar un sueño en una actividad que permite la consecución de una mayor independencia.

La búsqueda de conocimientos sumada a la experiencia adquirida en la empresa la animó a atreverse cada vez más y la consultora se centró en sus estudios y aprobó su Maestría en Administración. En 2007, comenzó a enseñar en la Universidad Estatal de Ceará. Ese mismo año se casó con una caririense, licenciada en Derecho y hoy Juez. Esta unión produjo un cambio más, ya que su esposo pasó el concurso de jueces, en 2009 el destino elegido fue Juazeiro do Norte-CE.

En un principio, la emprendedora se reintegró al mercado laboral como docente, ya que ya ejercía esta profesión en la capital de Ceará, en Cariri comenzó a dar clases en la Facultad de Juazeiro do Norte, Faculdade Paraíso y Faculdade Leão Sampaio. En 2010, la entonces consultora y profesora universitaria dio un paso más en su vida académica y se convirtió en estudiante de doctorado en Administración de Empresas en la Universidad de Fortaleza. La actualización constante para una mayor lectura y planificación del desempeño en el mercado debe ser buscada por el emprendedor, este es un punto abordado en las características, búsqueda de información y búsqueda de oportunidades e iniciativa, traídas por McClelland (1972) que se perciben en las palabras del consultor. .

En su plan de estudios también tiene el título de Profesora de Postgrado, Coaching con más de cuatro certificaciones internacionales y autora de tres libros. El primero aborda la fusión de Bradesco con BEC (Banco do Estado do Ceará), el proceso de comunicación a los empleados y el cambio. El segundo fue sobre el emprendimiento colectivo y el tercero lanzado en 2017, junto con la CDL (Cámara de Comerciantes), trae la biografía de 29 emprendedores de Cariri que inspiran. Además de otro en curso, este contará la trayectoria de vida de muchas mujeres emprendedoras en Cariri.

Si bien no garantizan el éxito del negocio, la ausencia de las características de emprendedores exitosos, puede ocasionar dificultades para lograr el éxito empresarial, ya que algunos rasgos de personalidad son cruciales para quienes desean incursionar en el mundo empresarial. Para alcanzar el perfil ideal y tener éxito, el emprendedor necesita conocer sus características emprendedoras, detectando qué se puede mejorar y desarrollando el potencial (GREATTI, 2003).

Por tanto, se destaca qué características estuvieron presentes en el proceso de creación y desarrollo del negocio de consultoría, donde con un perfil profesional mejorado, el consultor decidió incursionar en el universo emprendedor. Con la mente de quien ve más allá, creyendo en el potencial de la comarca Caririense y su capacidad transformadora para marcar la diferencia. En 2012 abre su firma de consultoría.

Ubicado en el municipio de Juazeiro do Norte, atiende a pequeñas, medianas y grandes empresas de la región de Cariri. Con cinco empleados, la empresa ofrece herramientas de gestión de mercado, brinda consultoría y formación empresarial en las áreas de gestión de equipos por resultados y gestión financiera.

En tan solo cuatro años en el mercado, la empresa ha capacitado a más de ocho mil personas y ha atendido a más de 150 empresas, entre ellas Cajuína São Geraldo y Grupo J. Gondim.

La organización se convirtió en la consultora más premiada de Cariri. En 2017, sus ingresos crecieron un 40% y su plantilla aumentó un 25%, además de abrir otra área en la empresa, Coaching.

Pero el éxito no sucedió de la noche a la mañana, como ella dice: "Lo que tuve que desafiar cuando llegué aquí, fue porque la gente no sabía, así que llamé a varias puertas, tomé mucho té, esperé recibí, la persona recibió, a veces no creyó ". En palabras de la consultora se nota la perseverancia y compromiso que ella dedica en el proceso de creación de su negocio y luego, la consultora agrega que "y con el tiempo, gracias a Dios el nombre comenzó a tomar fuerza, comenzamos a ganar repercusiones , mucha indicación y hoy la gente viene a nosotros más que nosotros ". La entrevistada destaca su valentía como un comportamiento más emprendedor que sobresale en ella. Admitiendo que la sólida base sobre la que se fundó su empresa, es el resultado de cálculos y riesgos controlados, siempre buscando arriesgarse con ideas que lo motiven a dar lo mejor de sí mismo (ENTREVISTA, abril de 2017). Dornelas (2001) destaca que los emprendedores son personas independientes que construyen su propio destino. Están empoderados y motivados para operar con éxito en sus propios negocios.

Su intención con la consultoría era convertirse en un referente en la región de Cariri en su área de actividad, y buscar su realización profesional, "atendemos a 32 empresas al mismo tiempo, creo que somos una de las mayores consultoras de la región. Tiene un nombre fuerte. Servimos a grandes clientes ", dice. También asegura que es un privilegio poder ser parte de la evolución de la región, ya que había varios puntos a

mejorar en los profesionales de Cariri: “vimos que el nivel de atención al cliente era bajo, el nivel de profesionalización de las empresas era bajo, y poder contribuir al cambio en Cariri era nuestro principal objetivo ”, dice el emprendedor (ENTREVISTA, abril de 2017).

La consultoría está enfocada a potenciar los resultados de las empresas, pretendiendo mantener la permanencia en el mercado y favoreciendo la generación de empleo. Con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente en relación con sus servicios y asistencia, viendo un potencial turístico para la región y calentando la economía de Cariri.

Los emprendedores se esfuerzan por alcanzar el más alto nivel de excelencia en su trabajo. Por ello, realizan sus actividades con dedicación y compromiso, actuando de forma eficiente, rápida y con reducción de costes, asegurando que los trabajos se completen a tiempo. Así, el resultado es satisfactorio y muchas veces supera los estándares de calidad previamente acordados (GREATTI; SENHORINI, 2000).

El emprendedor es muy enfático al referirse a la credibilidad de la consultora como un punto fuerte “tenemos un buen respeto por los medios, hoy TV Verdes Mares llama para poder dar una entrevista, Globo suele elegir a quién llama ”. La consultora también tiene un programa en la radio todos los lunes y tiene un buen nivel de relación con TV Verdes Vale, que insiste en tener su participación en uno de sus programas (ENTREVISTA, abril de 2017).

Una de las características del emprendedor es la capacidad de identificar y aprovechar una oportunidad, convirtiéndola en un negocio rentable y exitoso. La oportunidad se aborda como un trabajo de procedimiento de observación, la realidad de un ejercicio que solo será retornable si se practica constantemente (GUEIROS, 2004). Lopes (2007) afirma que esta característica se refiere a la capacidad de anticipar hechos y generar oportunidades de negocio.

La empresa estudiada cuenta con un canal de YouTube con el fin de acercar a los residentes de la región de Cariri a la consultoría, llevando el conocimiento a quienes buscan capacitación. Y el canal ha dado buenos resultados, "en general la gente preguntaba cuándo íbamos a dar charlas, sentí la necesidad de estar comunicando con esta audiencia y también con los empleados de las empresas que atendemos", dice. “Los directores pueden acceder, capacitarse y, además, es una forma de explorar algunos casos de éxito en nuestra región”, agrega (ENTREVISTA, junio de 2017).

En cuanto a las debilidades de la empresa, la consultora afirma que el crecimiento de la consultoría no es paralelo a su demanda, debido a la falta de profesionales cualificados para atender un determinado problema, y este factor acaba provocando un retraso en la atención al cliente.

Animada por los estudios de (TAKAHASHI, et al., 2011), que muestran a las mujeres como creadoras de empresas por diferentes motivos, la consultora presenta que incluso en el desarrollo del símbolo de su empresa pensó en el empoderamiento femenino en el mercado laboral, donde dice que el símbolo que lleva la marca de la empresa es la reina, una pieza de ajedrez que, según ella, es la pieza que tiene mayor movilidad y conceptualiza la organización como una oportunidad para ir más allá de lo que se puede lograr, una idea de poder ganar más amplitud en el mercado competitivo. Además de relacionarse con su rol de mujer y directora de la empresa.

También lleva consigo la ideología de empoderar a las mujeres en el mercado

laboral. En marzo de 2017, dio una conferencia en un auditorio repleto con más de 450 mujeres, discutiendo aspectos que afectan a la mujer moderna. El éxito fue tan grande que se programó una nueva edición en 2018.

La consultora señala que el papel de la mujer en el mercado laboral se ha desmitificado mucho a lo largo de los años, y que se han debilitado los mitos sobre la falta de competencia y capacidad para ejercer determinados cargos y profesiones. Según ella, "hoy las mujeres actúan en diferentes segmentos y con protagonismo, por lo que ya ha demostrado que tiene la competencia para actuar en cualquier ámbito y asumir cualquier puesto de liderazgo". Luego agrega: "en Cariri creo que también hemos tenido varios logros, hay muchas empresarias, gerentes, directoras de empresas exitosas. Lo que queda es la brecha salarial en relación a los hombres en la misma posición"(ENTREVISTA, junio de 2017).

La joven consultora que es madre de un niño cree que es posible emprender y conciliar su trabajo con la maternidad, para ella es suficiente tener una planificación rígida del tiempo, sincronizar todas las actividades, con organización y productividad, para poder disfrutar tanto de cada momento. en la empresa como en la familia. "Cuando somos madre, incluso desarrollamos algunas habilidades muy interesantes, como la intuición, la sensibilidad, la resiliencia, la tolerancia", dice (ENTREVISTA, junio de 2017).

A pesar de los contratiempos, la joven emprendedora ama lo que hace y aconseja que para incursionar en el mundo emprendedor, a la persona le debe gustar lo que hace porque requerirá mucha dedicación y sacrificio y aún ejemplifica "de nada sirve una persona a la que no le gusta cocinar, abrir un restaurante, ¿pensará en la innovación? ¿En platos nuevos? ¿Seguirá el ritmo del restaurante? Entonces, lo ideal es que te guste que te identifiques".

Al fin y al cabo, la trayectoria vivida y marcada por los rasgos propios del emprendimiento presente desde la infancia, y continuando a lo largo de la vida inicial del emprendedor, culmina con aportes y aprendizajes. Lo que corrobora con lo observado en la revisión teórica: la relación entre el desarrollo del espíritu emprendedor y el entorno de vida familiar.

5. CONSIDERACIONES FINALES

La investigación discutida la influencia que provoca la historia de vida de un emprendedor en la formación de una empresa en consultoría empresarial. En este estudio se observó que el emprendedor tiene algunas características definitorias de un emprendedor, tales como: búsqueda de oportunidad e iniciativa, persistencia, exigencia de calidad y eficiencia, búsqueda de información, planificación y seguimiento sistemático y persuasión y red de contactos. Sin embargo, también se vio que se construyen y potencian desde la infancia y la experiencia que tiene el individuo a lo largo de su trayectoria vital.

Revisando y confirmando el enfoque de McClelland (1972), que las primeras experiencias actúan como un papel significativo en situaciones futuras, los resultados relevantes en la entrevista y a lo largo de la investigación crean un punto de congruencia entre la teoría y la práctica.

La investigación destacó características de un emprendedor con creatividad,

marcado por la competencia para establecer y alcanzar metas, tener referentes reconocidos para capturar oportunidades de negocio, que busca el aprendizaje continuo, utiliza el proceso de toma de decisiones con riesgo moderado, apunta a la innovación, la autoconfianza, con gran poder de liderazgo, tiene planificación y seguimiento sistemático, está comprometido, valora la calidad y la eficiencia, y finalmente tiene persuasión y redes.

Dadas las características presentadas, se vio que el perfil emprendedor influye en la vida de una empresaria exitosa, y este conjunto de características está a la altura del entorno en el que se desenvuelve y es influenciado.

Este estudio deja espacio para futuros trabajos sobre comportamiento emprendedor, que incluye mirar a regiones y personas con diferentes experiencias y puede haber una comparación entre la realidad de diferentes regiones y diferentes entornos, teniendo en cuenta que en el análisis psicosocial, los emprendedores pueden sufrir influencias del entorno y lo que se inserta. Luego, como sugerencia de investigación, se propone comparar las características intrínsecas del emprendedor en diferentes regiones y situaciones.

REFERENCIAS

- ADMINISTRADORES. La investigación revela el perfil de las empresas consultoras brasileñas. 2016. Disponible en: <<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/pesquisa-revela-o-perfil-as-empresas-de-consultoria-brasileira/114291/>>. Acceso: 20 de julio. 2017.
- ALVES, JC; DIAS, NT; MONSROES, GL La consultoría empresarial como herramienta de desarrollo estratégico en pequeñas empresas. En: XII SEGET - Simposio de Excelencia en Gestión y Tecnología: Optimización de recursos y desarrollo. 2015. Disponible en: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/32022351.pdf>>. Consultado en: 08 oct. 2017.
- BARON, RA; SHANE, SA Emprendimiento: una mirada al proceso. Traducción: Todas las tareas. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BUENO, AM; LECHE, MLG; PILATTI, LA Emprendimiento y comportamiento emprendedor: cómo transformar directivos en profesionales emprendedores. Brasil, 3 al 5 de noviembre de 2004. REUNIÓN NAC.DE ENG.DE PRODUÇÃO - Florianópolis, SC, Brasil, 03 al 05 de nov. desde 2004. Disponible en <<http://pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/2004/14.pdf>>. Consultado en: 25 sept. 2017.
- CHIAVENATO, I. Emprendimiento: dando alas al espíritu emprendedor. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- CONCEIÇÃO, GJ La consultoría empresarial como herramienta de gestión financiera para pequeñas empresas: un estudio de caso en el centro FKS moda en la ciudad de conceição do Almeida-BA. Revista Formadores: Experiencias y estudios, v.8 n.2, p. 25-36, 2015.
- DOLABELA, F. La enseñanza del emprendimiento: panorama brasileño. En: SEMINARIO DE FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE EMPRENDEDORES, mayo de 1999b, Brasilia. Brasilia: CNI, 1999b. Repartir.
- _____. Taller de emprendedores. São Paulo: Cultura, 1999a.

DONADONE, JC; SILVEIRA, Frederico Zenorini da Silveira; RALIO, Vanise Rafaela Zivieri. Consultoría para pequeñas y medianas empresas: las formas de actuar y configurarse en el espacio de consultoría brasileño. Gestión de la producción: São Carlos, vol. 19, n. 1, pág. 151-171, 2012

DORNELAS, JCA Emprendimiento: convertir ideas en negocios. 1ª ed. São Paulo: Campus, 2001

_. Emprendimiento: convertir ideas en negocios. 3ª ed. Revisado y actualizado. San Pablo: Campus, 2008.

FILION, LJ Emprendimiento: Emprendedores y propietarios-gerentes de pequeñas empresas Revista Administración, São Paulo, vol. 34, n. 2, pág. 5-28, abril / junio 1999.

_____. Planificación de su sistema de aprendizaje empresarial: identifique una visión y evalúe su sistema de relaciones. Revista de Administración de Empresas, São Paulo, Vol. 31, n. 3, pág. 63-71, julio / set. 1991.

GEM - MONITOR DE EMPRENDIMIENTO GLOBAL. Emprendimiento en Brasil - 2015, Curitiba: IBQP, 2015. Disponible en: <<https://www.sebray.com.br/sites/PortalSebrae/bis/Pesquisa-gem-revela-taxa-deempredimiento-en-el-país,eb3913c334085510vgnVCM1000004c002110aRCRD>>. Acceso: 16 de julio. 2017.

JOYA- **MONITOR DE EMPRENDIMIENTO GLOBAL.**

2016. Disponible

en:

<[http://www.bibliaries.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8e_b2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/\\$Archivo/7577.pdf](http://www.bibliaries.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8e_b2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/$Archivo/7577.pdf)>. Consultado: 1 de agosto de 2017.

GEM - MONITOR DE EMPRENDIMIENTO GLOBAL. Emprendimiento en Brasil - 2017, Curitiba: IBQP, 2017. Disponible en: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Consultado el: 01 ago. 2017.

GUEIROS, MMB Emprendedores de éxito: familia, trayectoria, retos y oportunidades. *En: CONGRESO LUSO-AFRO-BRASILEÑO DE CIENCIAS SOCIALES*, 8, 2004, Coimbra.

Artículo. Coimbra: UFBA, 2004. Disponible en: <www.ces.uc.pt/LAB2004>. Consultado en: 29 oct. 2017.

GREATTI, L; SENHORINI, VM Empreendedorismo - Una mirada conductista. *En: GREATTI, Lígia. Perfiles Empresariales: Análisis comparativo de las trayectorias de éxito y fracaso empresarial en la ciudad de Maringá.* Maringá, PR, 2003, 167 p. Disertación (Maestría en Administración) - Universidad Estatal de Maringá y Universidad Estatal de Londrina, consorcio, Maringá, 2003. Disponible:

<<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fperiodicos.unifacef.com.br%2Findex.php%2Ffacepesquisa%2Farticulo%2Fdownload%2F45%2F111&ei=rVOtUNbuPKnD0AGq64DIBQ&usq=AFQjCNEb4TX9SEzCGvpS64oFTklxUCbBeg>>. Consultado en: 15 nov. 2017.

JACINTHO, PRB Consultoría empresarial: trámites de solicitud en micro y pequeñas empresas. Disertación (Maestría en Ingeniería de Producción) - Programa de Posgrado en Ingeniería de Producción, UFSC, Florianópolis, 2004.

LAKATOS, EM; MARCONI, MA Fundamentos de metodología científica 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KURB, M. Consultoria: una guía para la profesión. Río de Janeiro: Guanabara, 1986.

LOPES, Karen Patrícia de Paula. Evaluación del impacto causado por empretec en la vida empresarial de los emprendedores de Rio Branco-Acre. 2007. 66f. Monografía (Graduado en Economía) Universidad Federal de Acre, Rio Branco, 2007.

MACHADO, VPH Tendencias en el comportamiento empresarial de las mujeres emprendedoras. Actas de la XXIII EnANPAD - Asociación Nacional de Posgrados e Investigaciones en Administración. v. 23. Foz do Iguaçu, 1999.

MATIAS, MRD Emprendimiento femenino: análisis de las características del emprendedor femenino en el municipio de Ingá-PB. Proyecto final de curso. (Licenciatura en administración). Universidad Estadual de Paraíba. Campina Grande, 2016.

MCCLELLAND, DC La sociedad competitiva: logro social y progreso. Río de Janeiro: Expresión y cultura, 1972.

MINAYO, desafío de conocimiento de MCSO: investigación cualitativa en salud. 10ª ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

OLIVEIRA, DPR Manual de consultoría empresarial: conceptos, metodología y prácticas. São Paulo: Atlas, 2001.

PARREIRA, FE Consultoría, consultores y clientes. São Paulo: Érica, 1997.

PNAD. Encuesta Nacional por Muestra de Hogares: resumen de indicadores 2014 / IBGE, Coordinación de Trabajo e Ingresos. - Río de Janeiro: IBGE, 2015. 102 p.

SCHUHLY, Gunther Franz. Motivación y desarrollo. São Paulo: Loyola, 1995. Disponible en:

<http://books.google.com.br/books?id=KM5fpzZXJaoC&pg=PA29&lpg=PA29&dq=McClelland+y+-+infancia+&source=bl&ots=8co-nTlym6&sig=ZFz7guDHtBu1VsTag1EDdfsQ&hl=en-BR&sa=X&ei=z77ZUYy2IvCw0QHetYHIAg&ved=0CEEQ6AEwAg#v=onepage&q=McClelland%20-%20infancia&f=false>.

Acceso: 20 de octubre de 2017.

SCHEIN, EH Consultoría procesal: su papel en el desarrollo organizacional. São Paulo: Edgard Blücher, 1972.

SOUZA, ECL; FALLO, EN CASO DE ENSEÑANZA - Casa Flor. Un caso de emprendimiento de pequeñas empresas. Revista Administración e Innovación, São Paulo, v. 05, n. 03, p.141-150, 2008. Disponible:

<http://www.revistarai.org/rai/article/view/210>>. Consultado en: 16 out. 2017.

TAKAHASHI, ARW, ZAMPIER, MA; TEIXEIRA, RM; GRZYBOVSKI, D.

Intraemprendimiento femenino y desarrollo de habilidades emprendedoras: un estudio de caso con profesores de maestrías y doctorados en administración en Curitiba-PR. Revista Economía y Gestión - v. 11, n. 25, enero / abril. 2011. ISSN 1984-6606.

TEIXEIRA, RM y col. El emprendimiento joven y la influencia de la familia: la historia de vida de un emprendedor exitoso. Revista de Gestão, São Paulo, 2010. Disponible en:

<https://www.revistloss.usp.br/rege/article/view/36722/39443>>. Consultado en: 12 set. 2017.

TRIVIÑOS, ANS Introducción a la investigación en ciencias sociales: investigación cualitativa en educación. São Paulo: Atlas, 1997.

APÉNDICE A - GUIÓN DE ENTREVISTA

Tabla 1- Guión de preguntas sobre la vida personal

Q1	Fecha de nacimiento / lugar de nacimiento / padres / hermanos / infancia / adolescencia
Q2	Estado civil / Hijos
Tercer trimestre	Nivel de educación / área de especialización
Cuarto trimestre	Dificultades enfrentadas

estr e	
Q5	¿Tienes un modelo a seguir?

Fuente: Autores (2018)

Tabla 2- Perfil profesional del cuestionario

Q1	Informar un poco sobre su vida profesional (experiencias profesionales)
Q2	¿Qué experiencia tenías en el negocio? ¿Qué puede destacarse de su comportamiento empresarial?
Ter cer tri me stre	¿Cuál fue el detonante que motivó la idea de abrir una empresa de consultoría?
Cu art o tri me stre	¿Tenías socios? ¿Dónde buscó inversión para el negocio?
Q5	¿Tuviste apoyo familiar? ¿Algún miembro de la familia ya era empresario o trabajaba en el negocio?
Q6	¿Tenía conocimientos sobre planificación empresarial estratégica?
Q7	¿Qué objetivo pretendía conseguir con la consultoría? (Personal, profesional o económico)
Q8	¿Qué percibieron sus análisis financieros y de mercado al abrir la consultoría?
Q9	¿Cómo te posicionas frente a la competencia? ¿Cuál es tu ventaja competitiva?
Q10	¿Cómo evalúa la gestión utilizada en ese momento y cómo evalúa la gestión actual?
Q11	¿Cómo seleccionas a las personas para que trabajen contigo?
Q12	Estrategias de crecimiento?
P13	¿Qué es el éxito para ti?
Q14	¿Cómo lidiar con el fracaso en su opinión? ¿Cómo reconocer una oportunidad?
Q15	¿Debilidades y fortalezas de su empresa?
P16	¿Relación entre las partes interesadas?
Q17	¿Qué sugerencia le daría a alguien que esté pensando en iniciar un negocio?
Q18	¿Qué te hizo elegir hacer publicidad ya que tu madre quería que estudiaras leyes o medicina?
P19	¿Qué te motivó a abrir una consultora aquí en Juazeiro y cómo lograste colocarte en el mercado laboral de Cariri?
Q20	Como sabes que el ascenso de las mujeres es cada vez más evidente en el mercado laboral, me gustaría que hicieras un análisis, ¿cómo ves este ascenso femenino tanto en el mercado global como especialmente aquí en Cariri?
Q21	¿Alguna vez ha sido profesor en la universidad y la universidad, me pregunto si tiene la intención de volver a la enseñanza?
Q22	En tu currículum Lattes estás diciendo que aún estás completando tu doctorado, no sé si estás desactualizado, me gustaria saber en que periodo terminaste tu doctorado?
Q23	Abriste un canal en Youtube, ¿cuál era el propósito de este canal?
Q24	Explica sobre el símbolo de la pieza de ajedrez que tienes en la marca de tu empresa, ¿la Reina?
Q25	¿Cuál fue la primera multinacional para la que trabajó y cuál era su edad en ese momento?
P26	¿Eres mamá de Pedro, después de la maternidad, cómo ves a la mujer emprendedora que tiene hijos, cómo debe comportarse en el mercado de Cariri?
Q27	¿Cuántos libros tienes propios y qué temas abordan?
Q28	¿Has realizado formación en SEBRAE?