



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MARIA ROSANGELA MARTINS BRANDÃO

**A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA EMPREENDEDORA NA FORMAÇÃO DE UMA
CONSULTORIA EMPRESARIAL**

**JUAZEIRO DO NORTE
2017**

MARIA ROSANGELA MARTINS BRANDÃO

**A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA EMPREENDEDORA NA FORMAÇÃO DE UMA
CONSULTORIA EMPRESARIAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri – UFCA, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Marcus Vinícius de Oliveira Brasil

JUAZEIRO DO NORTE

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Cariri
Sistema de Bibliotecas

B817h

Brandão, Maria Rosângela Martins.

A história de vida de uma empreendedora na formação de uma consultoria empresarial/
Maria Rosângela Martins Brandão. – 2017.

51 f.: il., enc.; 30 cm.

TCC (Graduação) – Universidade Federal do Cariri, Centro de Ciências Sociais Aplicadas,
Curso de Administração, Juazeiro do Norte, 2017.

Orientação: Prof. Dr. Marcus Vinícius de Oliveira Brasil.

1. Empreendedorismo. 2. História de vida. 3. Desenvolvimento empresarial. I. Falcioni, Marília
(1983). II. Título.

CDD 658.11098131

MARIA ROSANGELA MARTINS BRANDÃO

A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA EMPREENDEDORA NA FORMAÇÃO
DE UMA CONSULTORIA EMPRESARIAL

COMISSÃO EXAMINADORA:

Marcus Vinicius de O. Brasil

Prof. Dr. Marcus Vinicius de Oliveira Brasil – Orientador(a)
Universidade Federal do Cariri.

Rebeca da Rocha Grangeiro

Profa. Dra. Rebeca da Rocha Grangeiro
Universidade Federal do Cariri.

Alandey Severo Leite da Silva

Prof. Dr. Alandey Severo Leite da Silva
Universidade Federal do Cariri.

Juazeiro do Norte/CE, 12 de dezembro de 2017.

A Deus,

À minha mãe Maria Airtes, ao meu pai Vicente, aos meus irmãos, que mesmo distante sempre me deram força, coragem e determinação para seguir em frente.

Ao meu marido Ricardo de Oliveira Brandão, às minhas filhas Maria Rayanne e Maria Renata, que sempre foram incentivos nas horas incertas.

O Exemplo que recebi de cada um deles foi determinante para estar vivendo essa conquista em minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Vida é uma eterna trilha em que cada dia seguimos por caminhos incertos, mas que não podemos deixar de olhar pelo retrovisor da nossa existência e lembrar de sermos gratos por todos aqueles que passaram pelo nosso caminho.

Primeiramente Deus por aquietar nosso coração nas tribulações e confiar Nele, pois não há tempestade que Ele não possa acalmar.

À minha mãe, meu pai e meus irmãos que mesmo distante foram o meu maior alicerce para conseguir dar cada passo com firmeza e humildade.

Ao meu esposo, Ricardo Brandão, que foi compreensivo nos momentos que não pude dar a atenção que ele merecia e deu todo o suporte necessário para o meu desenvolvimento e crescimento universitário.

Às minhas filhas, por sempre acreditar no meu potencial e muitas vezes mostrar que eu sou capaz mais do que eu possa imaginar. Maria Rayanne, “que identificou em mim a capacidade adormecida há 30 anos e nas horas de desânimo ela dizia -” Mãe a senhora passa, acredite”. Apesar de que algumas vezes, quando queria tirar as dúvidas, das disciplinas, ela dizia –“ Procure no papai Google”.

A Maria Renata, que quando eu estava preocupada com os seminários e as provas ela falava – “Mãe a senhora consegue, vai dar tudo certo minha rainha e minha diva que nunca perde a pose”. Tudo isso faz com que a gente alcance nossos objetivos com muito esmero e empenho.

Ao meu genro, Leonardo Tavares, um exemplo de determinação que sempre me socorreu nos momentos de “aflições universitárias”. A minha imensa Gratidão.

À minha família, SEBRAE, empresa onde aprendi a entender o comportamento de várias pessoas e encontrei muita compreensão, ensinamentos, atenção e acolhimento. Muito obrigada a todos do SEBRAE.

Aos meus queridos mestres, Diego Guerra, que me acolheu com muita paciência e dedicação. À professora Halana Brandão, que sempre se preocupava em perguntar se estava indo tudo bem e sempre me incentivava. Enfim, a Rebeca Grangeiro, Marcondes, Liana, Jeová, Adolfo, Roberta silva, Liana e em especial ao último professor, Francisco, que teve a sabedoria de valorizar cada aluno

respeitando as suas dificuldades e a destreza de ensinar que cálculo não é um bicho de sete cabeças, todos podemos aprender como qualquer outra disciplina. A todos os docentes os meus mais sinceros agradecimentos.

Ao meu Doutor e orientador Marcus Brasil, que nas idas e vindas pelos corredores da universidade já nascia uma grande empatia através de sorrisos e de boas noites. Por ter a paciência e aceitar o desafio de me orientar. Muito obrigada pelas dicas e orientações para que eu chegasse até o final.

Aos professores Prof. Dr. Alandey Severo e a Profa. Dra. Rebeca Grangeiro que aceitaram o convite de participarem da minha banca com a mais afabilidade, o meu muito obrigada.

Aos meus colegas de sala que sempre me estimularam com palavras de ânimos tornando os dias mais fáceis e prazerosos, George, Messias, Paulo César, Erlan, Diórgenes, Tadeu, Arnaldo, Jeferrsson, Ana Maria, Laura, Valeria, Iago, Murilo e a todos que direta ou indiretamente contribuíram para o meu desenvolvimento pessoal.

Em destaque a minha gratidão vai para quatro pessoas mais que especial. Regina Rodrigues, Silvany Ramos, Isaac Macedo e Andersson Silva, esses nomes ficarão tatuados no meu coração. Nos momentos de angústia foram eles que de um jeito ou outro sempre dedicaram um tempinho para me tranquilizar e dizer - “calma que tudo se resolve”. Muito Obrigada.

A empreendedora, Marília Falcioni, que com sua simpatia e capacidade de conquistar pessoas disponibilizou, contribuiu e compartilhou a história de sua vida para que esse trabalho fosse realizado com dedicação e afeto.

Enfim sigamos na estrada da vida com o olhar firme no horizonte sem esquecer-se de lembrar que tudo isso servirá de experimento para o nosso futuro.

“Sempre faça tudo com muito amor e com muita Fé em Deus, que um dia você chega lá.”

(Ayrton Senna)

RESUMO

O presente trabalho é baseado na história de vida de uma empreendedora na área de consultoria empresarial, onde se buscou discorrer sobre a relação existente entre a capacidade empreendedora e o desenvolvimento de uma empresa de consultoria empresarial de sucesso. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar o perfil comportamental de uma empreendedora de sucesso, verificar a influência desses dois fatores e traçar características que contribuíram para seu sucesso empreendedor. Para tanto, o referencial teórico abordou os temas de empreendedorismo no Brasil, o empreendedorismo feminino e os tópicos de consultoria empresarial a fim de aprofundar o tema abordado. Dessa forma, foi necessário identificar as características comportamentais da empreendedora, descrever suas experiências de vida e verificar o impacto na vida da mesma. No que se refere aos procedimentos metodológicos foi realizada uma entrevista semiestruturada de cunho qualitativo. A entrevista e a análise dos dados foram divididas em duas dimensões: Vida pessoal, onde a empreendedora mostrou experiências desde a sua infância até a fase adulta. E a vida profissional, onde foram evidenciadas experiências empresariais. Conclui-se que a empreendedora pesquisada possui as seguintes características empreendedoras: busca oportunidades e iniciativas, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, corre riscos calculado, estabelece metas, busca informações, planeja e monitora sistematicamente, Persuasão e rede de contatos, Independência e autoconfiança. Sugere-se ampliar e desenvolver outros casos de empreendedores locais e comparar com os dados desta pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Consultoria Empresarial. História de vida.

ABSTRACT

The present work is based on the life history of an entrepreneur in the area of business consulting, which sought to discuss the relationship between entrepreneurial capacity and the development of a successful business consulting firm. In this sense, the objective of this work is to analyze the behavioral profile of a successful entrepreneur, to verify the influence of these two factors and to outline characteristics that contributed to her entrepreneurial success. To that end, the theoretical framework addressed the topics of entrepreneurship in Brazil, female entrepreneurship and business consulting topics in order to deepen the topic addressed. Thus, it was necessary to identify the behavioral characteristics of the entrepreneur, describe their life experiences and verify the impact on the life of the entrepreneur. With regard to methodological procedures, a qualitative semi-structured interview was carried out. The interview and data analysis were divided into two dimensions: Personal life, where the entrepreneur showed experiences from her childhood to adulthood. And professional life, where business experiences were evidenced. It is concluded that the entrepreneur researched has the following entrepreneurial characteristics: search for opportunities and initiatives, persistence, commitment, quality and efficiency requirement, calculated risks, establishes goals, systematically pursues information, systematically plans and monitors, Persuasion and network of contacts, Independence and self-confidence. It is suggested to expand and develop other cases of local entrepreneurs and compare with the data of this research.

Keywords: Entrepreneurship. Business consulting. Life's history.

LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 - Características e indicadores comportamentais do empreendedor.....	19
Quadro 2. - Resumo das principais características do empreendedor segundo diferentes autores.....	20

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	Problema da Pesquisa	14
1.2	Objetivos	14
1.2.1	<i>Objetivo Geral</i>	14
1.2.2	<i>Objetivos Específicos</i>	14
1.3	Justificativa	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	Empreendedorismo.....	16
2.2	Comportamento Empreendedor	18
2.3	Empreendedorismo Feminino.....	21
2.4	Consultoria Empresarial	22
2.4.1	Histórico da Consultoria.....	22
2.4.2	Conceitos e Características da Consultoria.....	23
2.4.3	Tipos de Consultoria.....	24
3	MÉTODO.....	26
3.1	Tipo de pesquisa	26
3.2	Sujeito da pesquisa	27
3.3	Instrumento de coleta de dados.....	27
3.4	Método de análise de dados.....	27
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	28
4.1	Análise da entrevista.....	28
5	CONSIDERAÇÃO FINAL.....	36
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
	APÊNDICE A	42
	APÊNDICE B	36

1 INTRODUÇÃO

O cenário brasileiro para empreendedores se mostra cada vez mais desafiador, dessa forma a busca de capacitação, informações sobre o mercado onde atua e diferenciais na sua atuação são pontos necessários para sobrevivência no ambiente de crise como o atual cenário brasileiro.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM (2017), o Brasil, em 2016, atingiu a segunda maior Taxa Total de Empreendedores de sua série histórica, o que contou com 36% da população adulta envolvida com a atividade empreendedora. Depois de uma longa série de crescimento destes indicadores, a queda deles em 2016 está relacionada à crise da economia brasileira e/ou a um esgotamento natural do crescimento destes indicadores, após atingir o recorde no ano anterior.

Ainda segundo o GEM (2017), que é a principal instituição pesquisadora de empreendedorismo do mundo, as mulheres representam, em 2016, 51 dos empreendedores que iniciam negócios, o que contribui para o aumento da autonomia financeira das mulheres.

Além disso, a renda das mulheres tem ganhado cada vez mais relevância no orçamento familiar. Isso porque quatro em cada dez lares brasileiros são liderados por mulheres, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Dessas, 41% são donas de negócios próprios.

Diante desse cenário o empreendedor cada vez mais procura alternativas para driblar as controversas do mundo empreendedor. Para isso uma das alternativas é a busca por assessoria e capacitação empresarial. Aparece aí a figura do consultor.

O perfil do consultor no Brasil ainda conta com a maior parte dos consultores do sexo masculino (56,5%) e têm entre 31 e 45 anos de idade (32,6%). Quanto à escolaridade, 48% têm grau superior, 36,9% têm MBA ou especialização e 14,1% têm mestrado. Diante disso percebe-se a importância que esse ator tem no desenvolvimento da economia e do movimento empreendedor, porém o mesmo tem que usar das suas próprias características empreendedoras para sobreviver no mercado e, também, propor soluções para que seus clientes também sobrevivam. Então toda a sua bagagem da vida pode contribuir nessa árdua missão.

1.1 Problema da Pesquisa

Quais características comportamentais são necessárias para o sucesso de mulheres empreendedoras?

1.2 Objetivos

1.2.3. Objetivo Geral

Analisar o perfil comportamental de uma empreendedora de sucesso.

1.2.4 Objetivos Específicos

- a) Perceber as características comportamentais da empreendedora.
- b) Descrever experiências de vida da empreendedora.
- c) Corroborar como o processo empreendedor bem-sucedido é alcançado na vida de uma empresária de sucesso.

1.3 Justificativa

Segundo a pesquisa realizada pela GEM em 2015, no Brasil, o percentual de empreendedores na faixa etária de 18 a 64 anos foi de 39,3%. Desses entrevistados 50% afirmam possuir conhecimentos, habilidades e experiências necessárias para abrir um negócio, sendo que para 60,9% deles a possibilidade de fracasso não seria empecilho para empreender. Ainda segundo a pesquisa, ser dono do próprio negócio aparece em terceiro lugar na lista de desejos e expectativas dos brasileiros adultos, com 31,4%. Na Região Nordeste do país o SEBRAE é o órgão de apoio mais procurado por aqueles que desejam empreender e acham necessário buscar algum apoio para tal ação (GEM, 2015).

Dessa forma percebe-se a importância do papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social de um país.

Para esse trabalho focou-se no relato da história de vida de uma jovem empreendedora proprietária de uma empresa de consultoria na região do Cariri, que

obteve êxito nos negócios, por abordar um tema onde ainda há novos elementos de reflexão e que enriquecem o estudo do empreendedor local.

Um dos fatores para essa pesquisa foi a experiência de estágio vivenciada no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e os conceitos abordados na disciplina de Empreendedorismo aplicada na Universidade Federal do Cariri – (UFCA)

Ainda, acredita-se que é de suma importância conhecer pontos inerentes às características singulares que diferenciem os perfis de empreendedores existentes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

A palavra “empreendedor” origina-se da palavra *entrepreneur* na qual foi traduzida do francês, onde significa aquele que está entre ou intermediário (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

O termo empreendedorismo possui diversos significados na prática, alguns deles divergentes entre si, porém uma definição introduzida por Baron e Shane (2007) sugere que o empreendedorismo é uma área de negócios, buscando entender como surgem as oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes); como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos, ou seja, identificar oportunidades, que tenha potencial valioso no intuito de poder ser explorada em termos práticos como um negócio (ou seja, uma oportunidade que possa produzir lucros sustentáveis) e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade.

A atividade empreendedora é considerada um fenômeno global, dada a sua força e crescimento, nas relações internacionais e na formação profissional. O Brasil é apontado como um dos países mais criativos do mundo e onde mais se desenvolvem empreendedores (MATIAS, 2016).

Chiavenato (2014) afirma que os empreendedores são heróis populares no mundo dos negócios, uma vez que fornecem empregos, introduzem inovação e incentivam o crescimento econômico. O autor ainda expõe que os empreendedores não são apenas provedores de mercadorias ou de serviços, mas de fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança transformação e crescimento. Segundo Dornelas (2008) e Matias (2016) os empreendedores são pessoas que começam algo novo e assumem diversos riscos. Estes indicam que as distinções fundamentais desse termo estão na iniciativa e na capacidade de utilizar os recursos disponíveis de maneira criativa.

O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil nos últimos anos, intensificando-se no final da década de 1990. Na primeira década do século XXI, o termo se popularizou com a preocupação do governo e das entidades

de classe em criarem micro e pequenas empresas duradouras e diminuir as altas taxas de mortalidade dos empreendimentos. Todavia, devido às tentativas de estabilizar a economia e as imposições advindas da era da globalização nos últimos anos, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter-se no mercado.

Segundo Dornelas (2008) o empreendedorismo no Brasil inicia-se basicamente do aumento dos índices de desemprego nas grandes cidades, onde se encontra maior agrupamento de empresas, assim na busca por novas alternativas de gerar renda, estes desempregados iniciam novos negócios com as economias pessoas vindas do último trabalho e com, em muitos casos, nenhuma ou pouca experiência na atividade. Quando estes percebem, se tornam patrões, e já não mais funcionários.

De acordo com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE a taxa de empreendedorismo no Brasil em 2015 chegou a 39.3%, assim cerca de 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido (GEM, 2015). No panorama apresentado pela GEM (2015) a criatividade e a resiliência são citadas como características dos brasileiros que favorecem o empreendedorismo.

Para Matias (2016) o empreendedor é considerado um ser inovador, capaz de reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou de uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.

Nesse universo o empreendedorismo feminino vem apresentando um panorama com um modelo de gestão diferenciado (MATIAS, 2016). Para Villas Boas (2010) o comportamento empreendedor do público masculino e feminino apresenta importantes diferenças.

2.2 Comportamento Empreendedor

Bueno, Leite e Pilatti (2004) os empreendedores possuem características que os diferenciam e buscam aperfeiçoá-las, é aquele indivíduo que quer aprender e buscar o autoconhecimento e se atualizar dentro do meio em que atua.

Os autores ainda afirmam que algumas necessidades acabam influenciando o comportamento e a vida do empreendedor, e que algumas qualidades e valores acompanham um empreendedor durante toda a vida, enquanto outros são adquiridos com experiência.

David C. McClelland realizou, em 1982 uma pesquisa de nível mundial para detectar as características comum em empreendedores bem-sucedidos. Ele elenca dez principais características comportamentais empreendedoras e as reúne em três principais grupos de necessidade estudadas pelo autor, são elas: busca de oportunidades e iniciativa; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; persistência; comprometimento (pertencentes ao conjunto de realização); Busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento; monitoramento sistemático (pertencentes ao conjunto de planejamento); persuasão e rede de contatos (pertencente ao conjunto de poder) (SOUZA; FRACASSO, 2008).

Morales (2004) apresenta as características do comportamento empreendedor por David C. McClelland, assim com os indicadores comportamentais. McClelland realizou a pesquisa de nível mundial para detectar as características em comum entre empreendedores bem-sucedidos.

A seguir o quadro 1 contempla as dez características do comportamento empreendedor e as trinta definições operacionais de comportamentos:

Quadro1: Características e indicadores comportamentais do empreendedor.

Categories	Características Empreendedoras	Indicadores Comportamentais
Conjunto da Realização	Busca de Oportunidade e Iniciativa	Age para expandir a novas áreas, produtos ou serviços.
		Aproveita oportunidade fora do comum para começar um negócio novo, obter.
		Financiamento, equipamento, terrenos, local de trabalho ou assistência.
	Persistência	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de forçado pelas circunstâncias.
		Age diante de um obstáculo significativo
		Age repetidamente ou muda para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
	Comprometimento	Faz um sacrifício pessoal ou despense um esforço extraordinário para complementar uma tarefa.
		Junta-se aos empregados ou coloca-se no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho.
		Atribui a si mesmo e a seu comportamento as causas de seus sucessos e fracassos e assume a responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos.
	Exigência de Qualidade e Eficiência	Esmera-se em manter os clientes satisfeitos se coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo acima do lucro em outro prazo
		Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência
		Encontra maneira de fazer as coisas de uma forma melhor, mais rápidas e/ ou mais baratas.
	Correr Riscos Calculados	Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
		Avaliam alternativas e calcula riscos deliberadamente
		Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados
Conjunto de planejamento	Estabelecimento de Metas	Coloca-se em situação que implicam desafios ou riscos moderados.
		Estabelece metas e objetivos desafiadores e que têm significado pessoal.
		Possui visão de longo prazo, claras e específicas.
	Busca de Informação	Estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis.
		Dedica-se pessoalmente e obter informações de clientes, fornecedores e concorrente.
		Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou como fornecer um serviço.
	Planejamento e Monitoramento sistemáticos	Consultam especialistas para obter as assessorias técnicas ou comercial.
		Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazo definidos.
		Frequentemente revisa os planos feitos, baseando-se em resultados obtidos e mudanças circunstanciais.
Conjunto de Poder	Persuasão e Rede de Contatos	Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
		Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros.
		Utiliza pessoas chaves como agentes para atingir seus próprios objetivos.
	Independência e Autoconfiança	Age para desenvolver e manter relações comerciais.
		Busca autonomia em relação a normas e controles de outros.
		Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores.
		Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Fonte:Morales (2004).

Segundo Teixeira *et al* (2011) um empreendedor de sucesso possui características extras, que vão além dos atributos pessoais que somados a características externas como as sociológicas e ambientais, permitem o desenvolvimento e até mesmo a criação de um novo negócio.

No quadro abaixo são apresentadas as principais características empreendedoras segundo vários autores:

100

Quadro 2: Resumo das principais características do empreendedor segundo diferentes autores.

DORNELAS	DOLABELA	McCLELLAND	TIMONNS	BHIDÉ	FILION
<ul style="list-style-type: none"> - Visionário - Sabe tomar decisões. - Indivíduo que faz a diferença. - Sabe explorar ao máximo a oportunidade. - Determinado e dinâmico. - Dedicado. - Otimista e apaixonado pelo que faz. - Independente e constrói o próprio destino. - Líder. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possui um "modelo", uma pessoa que o influencia. - Iniciativa, autonomia e otimismo, autoconfiança, necessidade de realização. - Trabalha sozinho. - Perseverança e tenacidade. - Aprende com os erros. - Grande energia, é incansável. - Fixa metas e as alcança. - Forte intuição. - Comprometimento. - Obtém <i>feedback</i>. - Busca, controla e utiliza recursos. - Sonhador realista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Busca de oportunidades e iniciativa. - Persistência. - Exigência de qualidade e eficiência. - Assume riscos calculados. - Determina metas. - Busca informações. - Planejamento e monitoramento sistemático. - Persuasão e rede de contatos. - Independência e autoconfiança. - Comprometimento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprometimento, determinação e perseverança. - Busca autorrealização, crescimento, com metas desafiadoras. - Senso de oportunidade e orientação para metas. - Iniciativa pelo senso de responsabilidade social. - Persistência e determinação na resolução de problemas. - Enfrenta situações adversas com otimismo, humor e perspectiva. - Busca <i>feedback</i> do desempenho e aprende com os erros. - Controle racional do impulso. - Encara as adversidades com naturalidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - "Não existe perfil ideal. Os empreendedores podem ser gregários ou taciturnos, analíticos ou intuitivos, cautelosos ou ousados". - Não se pode definir um modelo único de perfil empreendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pessoa criativa. - Marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos. - Visionário.

Fonte: Teixeira et al, 2011.

Inúmeros autores tentam traçar o perfil ideal do empreendedor, acreditando que suas motivações de realização e suas características comportamentais são responsáveis pelo processo e determinantes nele, todavia, não existe um padrão nem estudos comprovados cientificamente sobre as

características empreendedoras, as potencialidades de empreender desafiam as diversidades de percepções para ampliação do aprendizado (TEIXEIRA, et al, 2011).

2.3 Empreendedorismo Feminino

As mulheres possuem uma forma de trabalho diferenciada dos homens, com sua excelente capacidade de persuasão e grande preocupação com clientes e fornecedores, elas contribuem ainda mais para o progresso da empresa. Dessa forma, estão cada vez mais conquistando o seu espaço no mundo dos negócios, o que mostra perante elas, uma capacidade e força empreendedora ao longo dos anos. De acordo com as estatísticas firmadas por uma pesquisa fomentada pelo SEBRAE (*Global Entrepreneurship Monitor*), mostram que 49% dos novos empreendimentos que estão surgindo são comandados por pessoas do sexo feminino (GEM, 2015).

Buscar por mais qualificações e acesso à informação tem sido os alvos fundamentais de investimento das mulheres. Estas buscam ser mais profissionais, isso se justifica pelo índice de escolaridade dos donos de novos negócios, onde 49% (onde as mulheres são a maioria) têm pelo menos o 2º grau completo, já nos negócios estabelecidos, com mais de três anos em atividade, onde os homens são a maioria, esse índice é de 41% (GEM, 2015).

Estudos atuais demonstram que as mulheres estão criando novas empresas por diferentes motivos: sejam apenas pelo fato da necessidade de sobrevivência, como também, pela percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas ou até mesmo pelo desejo de realização e independência (TAKAHASHI, *et al.*, 2011).

Pesquisas mostram que o perfil da mulher empreendedora é atribuído as suas principais características gerenciais são primordiais para a tomada de decisão e apresentam aspectos de liderança e postura formidáveis para o mundo empreendedor. O sexo feminino tende a realçar qualidade mais do que o sexo masculino, o que revela ser uma postura favorável ao envolvimento familiar na organização e assim, propõe a empregar mais mulheres do que homens. A combinação de características masculinas (iniciativa, coragem e determinação) com características femininas (sensibilidade, intuição e cooperação) define um estilo próprio de gerências por parte das empreendedoras. Tal estilo, aliado à intensa

dedicação ao trabalho por parte das mulheres empreendedoras, contribui para o aumento das taxas de sobrevivência de empresas geridas por mulheres (MACHADO, 1999, *apud*

TAKAHASHI, *et al.* 2011).

Entre muitas características das empreendedoras destaca-se a sensibilidade, maior empatia, comprometimento e vontade de ajudar, além de incentivar a participação e o compartilhamento de informações entre os funcionários, tornando estas, com atributos positivos para o sucesso empreendedor. A autora ainda reforça que atualmente as mulheres têm assumido características que antigamente eram atribuídos aos homens, como a competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, pensamento analítico e objetivo, assim tornando estas capazes de enfrentarem o mundo dos negócios com o mesmo nível de relevância do que os empreendedores masculinos (MATIAS, 2016).

2.4 Consultoria Empresarial

2.4.1 Histórico da Consultoria

A consultoria no seu sentido mais amplo pode ser considerada uma das atividades mais antigas do mundo, sendo considerada a origem da palavra, *consultare*, oriunda do latim, que tem como significado “dar ou receber conselhos, aconselhar e também ser aconselhado”. Na antiguidade, a atividade era baseada na observação sistemática e inteligente a partir dos fenômenos naturais que eram desenvolvidas pelos primitivos consultores a partir do seu saber (JACINTHO, 2004).

Para Conceição (2015) a consultoria existe desde então, porém teve maior concentração no período do século XIX e XX, sendo identificadas as primeiras consultorias organizacionais na Inglaterra. Onde segundo Alves, Dias e Monsorens (2015) a revolução industrial proporcionou o aumento da demanda por profissionais qualificados, ocasionando o surgimento da primeira empresa de consultoria. Nos EUA o ramo de consultorias se consolidou após a Segunda Guerra Mundial, onde o governo norte-americano viu-se obrigado a contratar os serviços de consultoria para reorganizar o setor militar. Esta ação influenciou o resto do mundo.

Nas décadas de 40 e 50 os EUA e a Europa Ocidental fizeram importantes avanços na sistematização do trabalho de consultoria, abandonando as experiências empíricas e incorporando a vinculação eminentemente técnica e científica fundamentada em teorias, sem deixar de lado o foco nas soluções práticas (CONCEIÇÃO, 2015).

Donadone, et al. (2012) apontam os EUA como o maior líder no setor de consultoria, já o Brasil é um dos países que mais cresce nesse segmento. Logo, percebe-se que através do avanço da nova economia, e por conta da readequação das organizações, aconselha-se para as pequenas empresas um profissional qualificado capaz de auxiliar as mesmas no seu desenvolvimento (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015).

2.4.2 Conceitos e Características da Consultoria

Jacintho (2004) define a consultoria sendo a ação em que um cliente fornece ou solicita opiniões, estudos e análises a um especialista contratado para que o mesmo auxilie através de apoio e orientações no seu trabalho administrativo. Parreira (1997) propõe uma categorização na qual evidencia alguns aspectos da consultoria: sendo uma troca; um serviço especializado; não sendo um serviço caro; sendo um serviço ético; e um serviço de orientação.

A consultoria é o principal meio de administrar as rápidas transformações no contexto organizacional mundial e a necessidade de conhecimento especializado (CONCEIÇÃO, 2015).

Para estar habilitado a ajudar, deve o consultor desempenhar habilidades e conhecimentos necessários para a empresa do cliente, ao passo que a empresa deverá estar aberta a colaboração para que as contribuições sejam geradas através de mudanças (JACINTHO, 2004).

Dentro deste aspecto, Oliveira (2001) define consultoria empresarial sendo um processo interativo de um agente de mudança externo à empresa, capaz de assumir responsabilidade em auxiliar os executivos e profissionais da empresa contratante de tais serviços nas tomadas de decisões, não tendo, entretanto, o controle direto da situação.

Jacintho (2004) levanta a seguinte questão: o trabalho de consultoria é um trabalho de diagnóstico, aconselhamento e orientação para a implantação de

soluções sem, no entanto, ocorrer um envolvimento na execução, pois a partir do momento que o consultor passa a ter controle direto da situação ela deixa de ser consultor e passa a ser um executivo da empresa cliente.

Entretanto, Oliveira (2001) afirma que mesmo não tendo o controle direto da situação, o consultor não deve colocar-se como quem não tem responsabilidade pelos resultados da implementação do projeto que idealizou, estruturou e desenvolveu.

Jacinto (2004) assegura que os consultores são conselheiros e sua responsabilidade cabe apenas à qualidade e integridade dos conselhos que disseminam, e cabe aos clientes a responsabilidade referente à aceitação destes conselhos. O mesmo autor ainda exalta que não basta que o conselho certo seja dado, mas que seja dado de forma adequada e no momento certo, residindo aí, a habilidade fundamental do consultor.

A Consultoria surgiu de maneira informal de pessoas tentando ajudar, dar conselhos a outras. Porém com o passar do tempo, a consultoria passou a ser considerada de forma sistematizada. Com o surgimento da consultoria de forma sistematizada, as pequenas empresas vêm nela uma ferramenta onde pode auxiliar as mesmas na sua gestão (ALVES; DIAS; MONSORES, 2015).

2.4.3 Tipos de consultoria

Jacinto (2004) expõe diversas abordagens para os tipos de consultoria, porém visando dar um enfoque geral aos tipos de consultoria e explanar as atividades gerais Schein (1972) *apud Jacinto (2004)*, estabelece três tipos básicos de consultoria:

- a) Modelo de compra de serviço especializado: onde o consultor é um especialista e vende seu serviço especializado;
- b) Modelo médico-paciente: onde o consultor é convidado para realizar um diagnóstico, identificar os problemas e indicar qual o tratamento adequado para melhorar os resultados da empresa-cliente;
- c) Modelo da Consultoria de Procedimentos: aqui o enfoque é na percepção do próprio cliente para entender e agir sobre os fatores

inter-relacionados que ocorrem no ambiente. Neste tipo de consultoria o consultor e o cliente elaboram um diagnóstico em conjunto.

Quanto à natureza do serviço Kurb (1986) *apud Jacintho* (2004) descrevem os tipos de consultoria sendo:

- a) Diagnóstico empresarial: o consultor pesquisa os recursos da organização, seus resultados, as políticas e padrões de administração, para definir suas forças e fraquezas e identificar problemas-chave que impactam no desempenho do negócio;
- b) Pesquisas e estudos especiais: o consultor atua focado em assunto de importância para a organização cliente, sendo que ao encerrar o trabalho, submete um relatório final, discutindo-o com o cliente;
- c) Elaboração de soluções para problemas específicos: o cliente necessita mais que um diagnóstico, necessitando de soluções para problemas específicos. O trabalho estará concluído quando o cliente entender que recebeu uma solução adequada para seu problema;
- d) Assistência na implementação: após o diagnóstico e a elaboração da solução, a empresa-cliente pode precisar de apoio na implantação. Pode envolver seleção e treinamento de pessoal, ajudando o administrador a mobilizar as pessoas em direção aos resultados esperados;
- e) Aconselhamento: o consultor atua no sentido estrito da palavra: respondendo a perguntas quando solicitando. Deve cuidar, no entanto, para não passar para o papel de árbitro. A decisão caberá ao cliente.

Uma questão a ser considerada é que a postura de não executar é muitas vezes confundida com não acompanhar a execução. Este procedimento pode gerar grandes críticas dos clientes ao processo de consultoria, pois o sentimento que pode ficar é de que o consultor entra na empresa, questiona tudo e depois apresenta uma proposta que não acompanha para ver se deu certo (CONCEIÇÃO, 2015).

3 MÉTODO

Neste tópico, será abordado o tipo de pesquisa, sujeito da pesquisa, instrumento de coleta de dados e o método de análise dos dados.

3.1 Tipo de pesquisa

Todo e qualquer estudo exige um planejamento, um caminho a ser traçado para que se consiga alcançar os resultados esperados através da pesquisa, e é dessa forma que Minayo (2007), compreende a metodologia, como um caminho percorrido, onde se utiliza habilidades e estratégias para operacionalização de instrumentos para o conhecimento e alcance de objetivos.

O referido estudo se materializa enquanto uma pesquisa qualitativa, sendo ao mesmo tempo bibliográfica e documental, onde Lakatos e Marconi (2010), diz que a pesquisa bibliográfica, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, que variam desde publicações como: revistas, livros, pesquisas, monografias e outros. O estudo conta ainda com um arcabouço documental, que possibilita a compreensão referente ao assunto abordado, possibilitando que o pesquisador se aproxime ainda mais do objetivo, partindo de uma ampla análise dos conteúdos baseando-se em documentos.

Sobre o método qualitativa pode-se compreender que:

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se ocupa, nas Ciências Sociais, com um nível de realidade que não pode ou não deveria ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes (MINAYO, 2007, p.21)

A pesquisa qualitativa, não tem como principal finalidade encontrar dados estatísticos ou que possam ser demonstrados através de gráficos, tabelas ou números, mas pode e deve ser entendido como um estudo que demonstra as particularidades e compreensões sobre uma realidade (MINAYO, 2007).

Trata-se ainda de uma pesquisa, onde se utiliza o método do levantamento bibliográfico a fim de aprimorar a compreensão do pesquisador sobre o tema e proporcionar pontos de discussão para a segunda etapa, a coleta de dados, onde buscou-se compreender e descrever a influência da história de vida de uma empreendedora na sua empresa de consultoria.

3.2 Sujeito da pesquisa

O sujeito da pesquisa é uma empreendedora do ramo de consultoria empresarial, com empresa estabelecida no município de Juazeiro do Norte, estado do Ceará. A intencionalidade deu-se pelo seu destaque na região caririense, além da disponibilidade e receptividade da empreendedora em contribuir para a pesquisa.

3.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados foi à entrevista semiestruturada, apresentada no apêndice desse estudo. Sua aplicação deu-se da forma face a face sendo o entrevistador o próprio pesquisador. Para Triviños (1997, p. 146) “a entrevista, ao mesmo tempo em que valoriza o investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação”.

No total foram feitas três entrevistas com a empreendedora, onde essas entrevistas foram gravadas e transcritas para construir a história de vida. As entrevistas foram realizadas nos dias 03 de abril, 05 de junho e 7 de junho de 2017.

3.4 Método de análise de dados

A análise de dados foi feita a partir da leitura do material transcrito, o que possibilitou a construção da história de vida da empreendedora. Na história de vida, um dos interesses do pesquisador é o ponto de vista do sujeito, a história contada por quem viveu, já que seu objetivo é apreender e compreender os temas abordados e partir das suposições, mundos, pressões e constrangimentos das pessoas (HAGUETTE, 1987).

Ainda para a autora (1987), a história de vida cria um arquivo que entrelaça o verdadeiro, o vivido, o adquirido e o imaginado, pontos importantes para captar características que convergissem com a teoria pesquisada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o intuito de verificar a influência que a história de vida de uma empreendedora causa na formação de uma empresa em consultoria empresarial, adotou-se como objetivo geral desta pesquisa realizar um estudo de caso acerca do impacto que a história de vida de uma empreendedora, da cidade de Juazeiro do Norte, causa no desenvolvimento e sucesso de sua empresa de consultoria. Para isto os objetivos específicos do presente trabalho foram: Perceber as características comportamentais da empreendedora. Descrever experiências de vida da empreendedora. Corroborar como o processo empreendedor bem-sucedido e alcançado na vida de uma empresária de sucesso.

Schuly aborda que, na visão de McClelland, a motivação para a realização mostra-se como um traço inconsciente que é efeito principalmente das experiências vividas na infância, da forma como as crianças são tratadas pelos pais, e ainda completa que as primeiras experiências possuem um papel amplo e perene nas futuras situações (Schuhly, 1995).

Diante disso, a pesquisa abordou dados da vida pessoal, onde foram abordadas situações da infância, adolescência e início da vida adulta; e dados profissionais, porém, em muitas vezes os dois se relacionam.

4.1 Análise da entrevista

Schuhly (1995), diz que há uma correlação entre o rendimento e o ambiente familiar. Diante disso e do que foi exposto por McClelland, no início dessa sessão, será traçado um paralelo da conjuntura entre o processo de crescimento da empreendedora, sua família e na construção de sua personalidade, marcada pelo empreendedorismo.

Consultora de negócios, carreira desenvolvida na região do Cariri, casada, 33 anos, mãe, mulher visionária, a empreendedora em questão desde criança teve influência empreendedora que foi determinante para direcioná-la a um futuro profissional brilhante nos negócios.

Nascida no dia 6 de agosto de 1983 em São Bernardo do Campo, município do estado de São Paulo, Marília aprendeu desde cedo o significado das

palavras garra e superação. Com o falecimento do pai, vítima de um infarto, ela com apenas 4 anos, acompanhada de sua mãe, mudaram-se para a capital do Ceará, Fortaleza, já que sua mãe era natural da cidade cearense.

Com uma vida regrada, por limitações financeiras, e sem ter com quem deixar a filha, Janete, mãe de Marília, sempre a levava para acompanhá-la em sua profissão de Sacoleira, o que contribuiu para o desenvolvimento do lado comunicativo da empreendedora “ela passava o dia vendendo roupas e eu ouvindo e aprendendo a falar e aprendendo a me relacionar”, relata Marília. A empreendedora passou por infância difícil e cheia de necessidades, onde evidencia como a infância impactou na sua personalidade atual, ratificando a abordagem de Schuhly (1995).

Mesmo atuando como sacoleira e costureira, sua mãe muitas vezes necessitou da ajuda financeira de familiares para poder pagar os estudos da filha e sempre a incentivando a estudar: “minha mãe me motivava a ser muito estudiosa para ganhar bolsa e para a gente poder mudar de vida”, diz a empreendedora. E logo complementa: “eu era das turmas especiais do colégio Farias Brito eu tinha uma bolsa de 50% e também era atleta, eu jogava Vôlei, era da seleção que ratificava minha bolsa” (ENTREVISTA, abril, 2017).

Autores como Fillion (1999) e Dolabela (1999) destacam que quando a pessoa tem um modelo familiar ou no ambiente em que vive, há uma maior probabilidade dela vir a se tornar empreendedora.

Estimulada pela mãe a seguir a carreira de Medicina ou de Direito, a Consultora acabou traçando seu próprio futuro e escolheu a Publicidade como sua futura profissão, “eu fiz Publicidade porque eu achava que eu gostava da área de comunicação e lhe dar com clientes, com a ideia da criatividade de lhe dar com o consumidor. Eu sentia afinidade por esses temas”, conta a consultora. (ENTREVISTA, abril, 2017).

No primeiro semestre ela já fazia metas e traçava planos de como obter uma renda extra para ajudar a mãe com as despesas “assim que eu entrei na faculdade, eu trabalhava em eventos, eu fazia panfletagem, eu servia refrigerantes nos supermercados”, relata Marília. Ela ainda afirma que tais experiências foram primordiais para seu crescimento profissional “hoje eu entendo de *merchandising*, de estratégia promocional, porque eu vivenciei aquilo na prática”. (ENTREVISTA, abril, 2017).

Percebe-se aqui a eminência de algumas características presentes na bibliografia estudada que foram desenvolvidas desde a infância da empreendedora, são elas: Independência e Autoconfiança; persuasão e redes de contatos; busca de informações; persistência, estabelecimento de metas e busca de oportunidade e iniciativa. Características estas que ainda estarão em processo de desenvolvimento diante de experiências vividas também na vida adulta e profissional da mesma.

Aos 21 anos ela se tornou consultora, ainda muito jovem um pouco antes de terminar sua graduação, conseguiu um emprego na multinacional, Petrobrás. Mesmo se considerando jovem, a consultora de origem simples não se amedrontava diante do desconhecido, para ela aquilo servia de gatilho impulsor para buscar sempre dar seu melhor “Eu ia sem ter medo, dava os treinamentos para várias pessoas e não me desencorajava por ser jovem, por não conhecer as coisas”, conta ela. (ENTREVISTA, abril, 2017).

Conforme os autores expostos no quadro I, a heterogeneidade perceptiva amplia o aprendizado, desafia o intelecto, aguça o espírito indagador e o poder de observação. Podem ainda estar relacionados, a autorrealização em empreender e o orgulho de transformar um sonho em uma atividade que permita a obtenção de uma maior independência.

A busca pelo conhecimento somado a experiência adquirida na empresa a incentivou a ousar cada vez mais e a consultora focou nos estudos e passou no mestrado em Administração. Em 2007, ela começou a exercer a profissão de professora na Universidade Estadual do Ceará. E nesse mesmo ano ela se casou com um cariense, formado em direito e hoje Juiz. Essa união rendeu mais uma mudança, como seu esposo passou no concurso de juiz, em 2009 o destino escolhido foi Juazeiro do Norte-CE.

De início, a empreendedora recolocou-se no mercado de trabalho como professora, sendo que ela já exercia essa profissão na capital cearense, no cariri ela começou a lecionar na Faculdade de Juazeiro do Norte, Faculdade Paraíso e Faculdade Leão Sampaio. Em 2010, a então consultora e professora universitária subiu mais um degrau em sua vida acadêmica e torna-se doutoranda em Administração pela Universidade de Fortaleza.

A atualização constante para uma maior leitura e planejamento de atuação no mercado deve ser buscada pelo empreendedor, isso é um ponto abordado nas características, busca de informações e busca de oportunidades e

iniciativa, trazida por McClelland e conseguimos perceber nas palavras da consultora.

Em seu currículo conta ainda com o título de Professora de Pós-Graduação, *Coaching* com mais de quatro certificações internacionais e autora de três livros. O primeiro aborda a fusão do Bradesco com o BEC (Banco do Estado do Ceará), o processo de comunicação aos funcionários e de mudança. O segundo foi sobre o empreendedorismo coletivo e o terceiro lançado em 2017, em conjunto com a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), traz a biografia de 29 empresários do Cariri que inspiram. Além de mais um em andamento, esse vai contar a trajetória de vida de muitas mulheres empreendedoras do Cariri.

Apesar de não garantirem o sucesso do negócio, a ausência das características dos empreendedores de sucesso, poderão ocasionar dificuldades em alcançar o sucesso empresarial, visto que alguns traços de personalidade são cruciais para quem pretende se aventurar no mundo dos negócios. Para chegar ao perfil ideal e ser bem-sucedido, o empreendedor precisa conhecer suas características empreendedoras, detectando o que pode ser aperfeiçoado e desenvolvendo as potencialidades (GREATTI, 2003).

Isto posto salienta-se quais características estavam presentes no processo de criação e desenvolvimento do negócio da consultoria, onde com um perfil profissional aperfeiçoado, a consultora decidiu se aventurar no universo empreendedor. Com a mente de quem enxerga além, acreditando no potencial da região caririense e em sua capacidade transformadora de fazer a diferença. Em 2012 ela abre a sua empresa de consultoria.

Localizada no município de Juazeiro do Norte, atende empresas de pequeno, médio e grande porte da Região do Cariri. Contando com cinco funcionários, a empresa oferece ferramentas de gestão de mercado, presta consultoria e treinamentos empresariais nas áreas de gestão de equipes por resultados e gestão financeira.

Em apenas quatro anos no mercado a empresa, já treinou mais de oito mil pessoas e já atendeu mais de 150 empresas, dentre elas a Cajuína São Geraldo e o Grupo J. Gondim.

Diante disso é percebido então características como correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência e comprometimento. Todas elas

fazem parte do grupo de realização proposto por McCleand, visto anteriormente no quadro 2.

Sua organização tornou-se a consultoria mais premiada no Cariri, no ano de 2017 o seu faturamento teve um crescimento de 40% e seu quadro de funcionários aumentou em 25%, além de abrirem mais uma área na empresa, a de *Coaching*.

Mas o sucesso não surgiu de uma hora para outra, como conta ela: “o que eu tive de desafio quando eu cheguei aqui, foi porque as pessoas não conheciam, então eu bati em várias portas, levava muito chá de cadeira, esperava para ser recebida, a pessoa recebia, às vezes não acreditava”. Nas palavras da consultora é percebido a persistência e comprometimento dedicado por ela no processo de criação do seu negócio e em seguida, a consultora complementa que “e com o passar do tempo, graças a Deus o nome foi criando força, a gente foi ganhando repercussão, muita indicação e hoje as pessoas mais vêm até nós, do que nós vamos até elas”. Marília destaca a sua coragem como um comportamento empreendedor de maior grau que se sobressai nela. Admitindo que a base sólida na qual sua empresa foi fundada, é fruto de cálculos e riscos controlados, sempre buscando arriscar em ideias que motive extrair o seu melhor. (ENTREVISTA, abril, 2017).

A mesma destaca a sua coragem como um comportamento empreendedor de maior grau que se sobressai nela. Admitindo que a base sólida na qual sua empresa foi fundada, é fruto de cálculos e riscos controlados, sempre buscando arriscar em ideias que motive extrair o seu melhor.

Dornelas (2001) destaca que empreendedores são pessoas independentes que constroem o próprio destino. São dotados de autonomia e motivados para atuar em seus próprios negócios com êxito.

A sua pretensão com a consultoria era a de se tornar referência na região do Cariri em sua área de atuação, e buscar sua realização profissional, “a gente atende 32 empresas ao mesmo tempo, acredito que nós somos uma das maiores consultorias da região. Tem o nome já forte. Atendemos grandes clientes”, afirma ela. Alega ainda, que é um privilégio poder fazer parte da evolução da região, visto que tinham vários pontos a serem melhorados nos profissionais caririenses: “a gente viu que o nível de atendimento ao cliente era baixo, o nível de profissionalização das

empresas era baixo, e poder contribuir com a mudança do Cariri era o nosso maior objetivo”, afirma Marília. (ENTREVISTA, abril, 2017).

A consultoria é focada para potencializar os resultados das empresas, intencionando manter a perenidade no mercado e favorecendo a geração de empregos. Visando aumentar a satisfação dos clientes em relação aos seus serviços e atendimento, enxergando uma potencialidade turística para região, e aquecer a economia do Cariri.

Os empreendedores prezam por alcançar o nível mais alto de excelência em seus trabalhos. Por tanto, exercem suas atividades com dedicação e empenho, agindo eficientemente de forma rápida e com redução de custos, assegurando que o trabalho seja finalizado a tempo. Assim, o resultado é satisfatório e, muitas vezes, ultrapassam os padrões de qualidade previamente combinados (GREATTI; SENHORINI, 2000).

A empreendedora é bem taxativa ao referenciar a credibilidade da consultoria como ponto forte “a gente tem um bom respeito da mídia, hoje mesmo a TV Verdes Mares chamou a gente para poder dar entrevista, a globo geralmente seleciona quem ela chama”. A consultora conta ainda com um programa na rádio todas as segundas-feiras e tem um bom nível de relacionamento com a TV Verdes Vale, que faz questão de ter a participação dela em um dos seus programas. (ENTREVISTA, abril, 2017).

Uma das características do empreendedor é a competência de identificar e aproveitar uma oportunidade, tornando-a um negócio lucrativo e de sucesso. A oportunidade é abordada como obra do procedimento de observação a realidade de um exercício que só será retornável se praticado constantemente (GUEIROS, 2004). Lopes (2007) afirma que essa característica se refere à competência de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios.

A Empresa estudada conta com um canal no *You tube* com a finalidade de aproximar cada vez mais os residentes da região cariri à consultoria, levar conhecimento aos que buscam capacitação. E o canal tem trazido bons resultados, “geralmente as pessoas perguntavam quando a gente ia fazer palestras, eu sentia uma necessidade de estar me comunicando com esse público e também os colaboradores das empresas que atendemos” conta ela. “Os diretores podem acessar, se capacitar, e, além disso, é uma forma da gente explorar alguns casos de sucesso da nossa região”, complementa (ENTREVISTA, junho, 2017).

Em relação aos pontos fracos da empresa, a consultora alega que o crescimento da consultoria não é paralelo a sua demanda, devido à falta de profissionais qualificados para tratar de determinado problema, e esse fator acaba causando um atraso no atendimento ao cliente.

Fomentado pelos estudos de (TAKAHASHI, et al., 2011), apresentado no referencial teórico desse trabalho, que mostra as mulheres como criadoras de empresas por diferentes motivos, a consultora apresenta que até no desenvolvimento do símbolo da sua empresa pensou no empoderamento feminino diante do mercado de trabalho onde afirma que o símbolo que carrega a marca da empresa é a rainha, uma peça de xadrez que segundo ela, é a peça que tem maior mobilidade e conceitua a organização como uma oportunidade de ir além do que se pode alcançar, uma ideia de poder ganhar mais amplitude no mercado competidor. Além de relacionar ao seu papel de mulher e diretora da empresa.

Ela também carrega consigo a ideologia de empoderar a mulher no mercado de trabalho. Em março de 2017, ela palestrou em um auditório lotado com mais de 450 mulheres, discutindo aspectos que atingem a mulher moderna. O sucesso foi tanto que já foi programada uma nova edição em 2018.

A consultora destaca que o papel da mulher no mercado de trabalho desmistificou muito durante os anos, e que os mitos em relação à falta de competência e capacidade para exercer determinados cargos e profissões foram enfraquecidos. Segundo ela “hoje a mulher atua em diversos segmentos e com destaque, então ela já provou que tem competência para atuar em qualquer área e assumir qualquer cargo de liderança”. Em seguida completa dizendo: “no Cariri eu acho que a gente também teve várias conquistas, tem muitas empresárias bem-sucedidas, gerentes, diretoras de empresas. O que continua ainda é a diferença salarial em relação aos homens exercendo o mesmo cargo”. (ENTREVISTA, junho, 2017)

A jovem consultora que é mãe de um menino acredita que é possível empreender e conciliar seu trabalho à maternidade, para ela basta ter um planejamento rígido de tempo, para sincronizar todas as atividades, com organização e produtividade, a fim de aproveitar todos os momentos tanto na empresa como com a família. “Quando a gente é mãe, a gente desenvolve inclusive algumas habilidades muito interessantes, como a intuição, a sensibilidade, a resiliência, a tolerância”, afirma ela (ENTREVISTA, junho, 2017).

Apesar dos contratemplos, a jovem empreendedora ama o que faz e aconselha que para se aventurar no mundo empreendedor, a pessoa deve gostar do que faz porque vai exigir muita dedicação e sacrifício e ainda exemplifica “não adianta uma pessoa que não gosta de cozinhar, abrir um restaurante, será que ela vai pensar em inovação? Em pratos novos? Ela vai aguentar o ritmo do restaurante? Então, o ideal é que você goste que você se identifique”.

Afinal, a trajetória vivida e marcada pelos traços pertinentes ao empreendedorismo presentes desde a infância, e prosseguindo pela vida inicial da empreendedora, culmina com contribuições e aprendizados. O que corrobora com o que foi observado na revisão teórica: a relação existente entre o desenvolvimento do espírito empreendedor e o ambiente vivencial da família.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa se propôs a verificar a influência que a história de vida de uma empreendedora causa na formação de uma empresa em consultoria empresarial. Nesse estudo conseguimos observar que a empresária possui algumas características balizadoras do empreendedor proposta pela revisão teórica, como busca de oportunidade e iniciativa, persistência, exigência de qualidade e eficiência, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático e persuasão e rede de contatos. Mas, também foi visto que as mesmas são construídas e potencializadas desde a infância e a vivência que o indivíduo possui no decorrer de sua trajetória de vida.

Revisitando e confirmando a abordagem de McClelland, que as primeiras experiências agem como um papel significativo nas futuras situações, os resultados pertinentes na entrevista e ao longo da pesquisa criam um ponto de congruência entre a teoria e a prática.

A pesquisa salientou características de uma empreendedora com criatividade, marcada pela competência de estabelecer e atingir objetivos, possuindo referências conceituadas para captar oportunidades de negócios, que busca aprendizagem continuada, utiliza o processo de tomada de decisão com risco moderado, visa à inovação, autoconfiante, com grande poder de liderança, possui planejamento e monitoramento sistemático, é comprometida, preza pela qualidade e eficiência, e por fim, detém persuasão e redes de contatos.

Diante das características postas, viu-se que o perfil empreendedor tem influência na vida de uma empresária de sucesso, sendo que esse conjunto de características faz jus ao ambiente que o mesmo atua e sofre influência.

O presente estudo deixa margem para futuros trabalhos, acerca do comportamento empreendedor, que contemplem o olhar para regiões e pessoas com experiências diferentes e possa haver um comparativo entre a realidade das diferentes regiões e diferentes ambientes, tendo em mente que na análise psicossocial os empreendedores podem sofrer influências do ambiente e que está inserido. Propõe-se então como sugestão de pesquisa, o comparativo entre as características intrínsecas ao empreendedor em diferentes regiões e situações.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRADORES. **Pesquisa revela perfil das empresas de consultoria brasileiras.**2016. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/pesquisa-revela-o-perfil-as-empresas-de-consultoria-brasileiras/114291/>>. Acesso em: 20 de julho de 2017.

ALVES, J. C.; DIAS, N. T.; MONSROES, G. L. Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas. In: **XII SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia: Otimização de recursos edesenvolvimento.** 2015. Disponível em:

<<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/32022351.pdf>>. Acesso em: 08 de outubro de 2017.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo.** Tradução: AllTasks. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BUENO, Ana Maria; LEITE, Magda L. G.; PILATTI, Luiz Alberto.

Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores. Brasil, 03 a 05 de nov de 2004.

ENCONTRO NAC.DE ENG.DE PRODUÇÃO – Florianópolis, SC, Brasil,03 a 05 de nov. de 2004. Disponível em

<<http://pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/2004/14.pdf>>. Acesso em 25 de setembro de2017.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

CONCEIÇÃO, G. J. Consultoria empresarial como ferramenta de gestão financeira para pequenas empresas: um estudo de caso na FKS moda center da cidade de conceição do Almeida-BA. **Revista Formadores: Vivências e Estudos**, v.8 n.2, p. 25-36, 2015.

DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro.** In: SEMINÁRIO A UNIVERSIDADE FORMANDO EMPREENDEDORES, maio 1999b, Brasília. Brasília: CNI, 1999b. Apostila.

_____. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura, 1999a.

DONADONE, Júlio César; SILVEIRA, Frederico Zenorini da Silveira; RALIO, Vanise Rafaela Zivieri. Consultoria para pequenas e médias empresas: as formas de atuação e configuração no espaço de consultoria brasileiro. **Gestão da Produção: São Carlos**, v. 19, n. 1, p. 151-171, 2012

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

FALCIONE, Marília. **Entrevista I**. [abr. 2017] [jun.2017]. Entrevistador: Maria Rosângela Martins Brandão. Juazeiro do Norte, 2017. A entrevista na íntegra encontra-se no apêndice B desta monografia.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

_____. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul./set. 1991.

GEM - **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**. Empreendedorismo no Brasil - 2015, Curitiba: IBQP, 2015. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/pesquisa-gem-revela-taxa-de-empreendedorismo-no-pais,eb3913c334085510vgnVCM1000004c002110aRCRD>>. Acesso em: 16 de julho de 2017.

GEM - **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**. 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8eb2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/\\$File/7577.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8eb2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/$File/7577.pdf)>. Acessado em: 01 de agosto de 2017.

GEM - **GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**. Empreendedorismo no Brasil - 2017, Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 01 de Agosto de 2017.

GUEIROS, Mônica Maria Barbosa. Empreendedores exitosos: família, trajetória, desafios e oportunidades. *In*: CONGRESSO LUSO-AFRO-BRASILEIRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 8, 2004, Coimbra. **Artigo**. Coimbra: UFBA, 2004. Disponível em: <www.ces.uc.pt/LAB2004>. Acesso em: 29 de outubro de 2017.

GREATTI, L; SENHORINI, V. M. Empreendedorismo – Uma visão comportamentalista. *In*: I EGEPE, 2000, Maringá. **Anais**. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2000.p. 22-34.

GREATTI, Lígia. **Perfis Empreendedores: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá.** Maringá, PR, 2003, 167 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina, consorciadas, Maringá, 2003. Disponível em <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fperiodicos.unifacef.com.br%2Findex.php%2Ffacefpesquisa%2Farticle%2Fdownload%2F45%2F111&ei=rVOtUNbuPKnD0AGq64DIBQ&usg=AFQjCNEb4TX9SEzCGvpS64oFTklxUCbBeg>. Acessado em 15 de novembro de 2017.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias Qualitativas na Sociologia.** Petrópolis: Vozes, 1987.

JACINTHO, P. R. B. **Consultoria empresarial: procedimentos para aplicação em micro e pequenas empresas.** Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KURB, M. **Consultoria: um guia para a profissão.** Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

LOPES, Karen Patrícia de Paula. **Avaliação do impacto provocado pelo empretec na vida empresarial de empresários de Rio Branco-Acre.** 2007. 66f. Monografia (Graduação em Economia) Universidade Federal do Acre, Rio Branco, 2007.

MACHADO, H.P.V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora.** Anais do XXIII EnANPAD - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. v. 23. Foz do Iguaçu, 1999.

MATIAS, M. R. D. **Empreendedorismo feminino: análise das características empreendedoras femininas no município de Ingá-PB.** Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Administração). Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2016.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 10 ed. São Paulo: Hucitec, 2007

MORALES, S.A. **Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos nos empreendedores**. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de produção da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), 2004. P. 87 a 90.

OLIVEIRA, D. P. R. **Manual de consultoria empresarial**: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2001.

PARREIRA, F. E. **Consultoria, consultores e clientes**. São Paulo: Érica, 1997.

SCHUHLY, Gunther Franz. **Motivação e desenvolvimento**. São Paulo: Loyola, 1995. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=KM5fpzZXJaoC&pg=PA29&lpg=PA29&dq=McClelland+-+infancia&source=bl&ots=8co-nTlym6&sig=_ZFz7guDH_tB-u1VsTag1EDdfsQ&hl=pt-BR&sa=X&ei=z77ZUYy2lvCw0QHetYHIAg&ved=0CEEQ6AEwAg#v=onepage&q=McClelland%20-%20infancia&f=false>. Acesso em: 20 de outubro de 2017.

SCHEIN, E. H. **Consultoria de procedimentos: seu papel no desenvolvimento organizacional**. São Paulo: Edgard Blücher, 1972.

SOUZA, E. C. L.; FRACASSO, E. M. Caso de Ensino – Casa Flor. Um caso de empreendedorismo em pequeno negócio. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 05, n. 03, p. 141-150, 2008. Disponível em <<http://www.revistarai.org/rai/article/view/210>>. Acessado em 16 de outubro 2017.

TAKAHASHI, A. R. W.; ZAMPIER, M. A.; TEIXEIRA, R. M.; GRZYBOVSKI, D. Intraempreendedorismo feminino e desenvolvimento de competências empreendedoras: um estudo de caso com professoras de programas de mestrado e doutorado em administração de Curitiba-PR. **Revista Economia & Gestão** – v. 11, n. 25, jan./abril. 2011. ISSN 1984-6606

TAIAR, Estevão. Número de lares chefiados por mulheres sobe de 23% para 40% em 20 anos. São Paulo: **Valor**, 2017. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4889492/numero-de-lares-chefiados-por-mulheres-sobe-de-23-para-40-em-20-anos>>. Acessado em: 10 de julho de 2017.

TEXEIRA, R. M. et al. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **Revista de Gestão**, São Paulo, 2010. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36722/39443>>. Acesso em: 12 de setembro de 2017.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1997.

VILLAS BOAS, A. **Valor feminino:** desperte a riqueza que há em você. São Paulo: Ed. do Autor, 2010.

APÊNDICE A - ROTEIRO DA ENTREVISTA

Roteiro de Perguntas

Vida Pessoal

1. Data de Nascimento/ naturalidade/ pais/ irmãos/ infância/ adolescência?
2. Estado civil/ filhos?
3. Grau de instrução/ área de atuação?
4. Dificuldades enfrentadas?
5. Tem algum modelo a seguir?

Perfil Profissional

6. Relatar um pouco da vida profissional (Experiências profissionais)?
7. Que experiência você tinha no ramo? O que se pode destacar do seu comportamento empreendedor?
8. Qual o ponto de gatilho que motivou a ideia de abrir uma empresa de consultoria?
9. Tiveram sócios? Onde buscou investimento para o negócio?
10. Teve apoio da família? Algum familiar já era empreendedor ou trabalha no ramo?
11. Você tinha algum conhecimento sobre a elaboração de um planejamento estratégico de negócios?
12. Qual objetivo você tinha a pretensão de atingir com a consultoria? (Pessoal profissional ou financeiro).
13. Quais eram as suas análises financeiras e de mercado percebidas ao abrir a consultoria?
14. Como você se posiciona frente aos concorrentes? Qual o seu diferencial competitivo?
15. Como você avalia a gestão utilizada naquela época e como você avalia a gestão atual?
16. Como você seleciona as pessoas para trabalhar com você?
17. Estratégias de crescimento?

18. O que é sucesso para você?
19. Como lidar com o fracasso em sua opinião? Como reconhecer uma oportunidade?
20. Pontos fracos e pontos fortes da sua empresa?
21. Relação entre os *stakeholders*?
22. Qual sugestão você daria para alguém que está pensando em iniciar um negócio?
23. O que levou você a escolher a fazer publicidade já que sua mãe queria que você fizesse direito ou medicina?
24. O que motivou você a abrir uma empresa de consultoria aqui em Juazeiro e como você conseguiu se colocar no mercado de trabalho do Cariri?
25. Como você sabe a ascensão feminina está cada vez mais gritante no mercado de trabalho, gostaria que você fizesse uma análise, como é que você ver essa ascensão feminina tanto no mercado global e especialmente aqui no Cariri?
26. Você já foi professora de universidade e de faculdade, gostaria de saber se você pretende a voltar a lecionar?
27. No seu currículo Lattes está dizendo que você ainda está concluindo o Doutorado, não sei se está desatualizado, eu gostaria de saber qual foi o período que você terminou seu doutorado?
28. Você abriu um canal no *Youtube*, qual foi a finalidade desse canal?
29. Explique sobre o símbolo da peça de xadrez que tem na marca da sua empresa, a Rainha?
30. Qual foi a primeira multinacional que você trabalhou e qual era a sua idade na época?
31. Você é mãe do Pedro, depois da maternidade, você ver a mulher empreendedora que tem filhos de qual maneira, como ela deve se comportar diante do mercado do Cariri principalmente?
32. Quantos livros você tem de sua autoria e quais os assuntos abordam
33. Você já fez capacitação no SEBRAE?

**APÊNDICE B - ENTREVISTA I - RESPOSTAS DA ENTREVISTA APLICADA A
MARILIA FALCIONI**

PERGUNTAS	RESPOSTAS
Entrevista com Marília Falcioni No dia 03/04/2017	
<p>Marília, eu gostaria que você fizesse um resumo da sua vida pessoal, data do nascimento, naturalidade, pais, infância?</p>	<p>Eu nasci no dia 06 de agosto de 1983, em São Bernardo do Campo. Em São Paulo porque meu pai é paulista e minha mãe é cearense. Eles se encontraram em São Paulo e me tiveram. Já era o segundo casamento dos dois. Então minha mãe me teve com 38 anos, numa época, onde ser mãe com 38 anos era muito difícil porque tinha muitos riscos, a medicina ainda não tinha evoluído como está hoje, meu pai tinha 53 anos e aí, como minha mãe trabalhava, meu pai pediu para ela não trabalhar mais, pra ficar dentro de casa, ela só cuidava de mim. E eu tinha dois irmãos enteados da minha mãe e dois irmãos por parte do meu pai e um desses meus irmãos tinha 19 anos. Na época, ele começa a usar drogas e aí drogas injetáveis e aí meu pai descobriu e aí com todos aqueles problemas que a droga traz, meu pai enfartou. Meu pai sempre disse que quando acontecesse alguma coisa e ele chegasse a morrer minha mãe viesse embora para o Ceará. Minha Mãe veio. Os meus dois irmãos que já eram de maior, por parte de pai, ficaram; o que usava droga veio a falecer depois de AIDS, pegou porque as drogas que ele usava eram injetáveis. E o outro meu irmão, ele teve uma noiva, acabou se casando e é muito bem-sucedido lá em São Paulo. A gente veio pro Ceará, e aí a gente vai morar numa casa que não tem luz. Uma situação bem difícil, minha mãe sem emprego se tornou sacoleira de roupas, eu não tinha babá, passava o dia com ela, acho que até brinco, dizendo que isso foi uma oportunidade de eu desenvolver o meu lado de comunicadora porque aí ela passava o dia vendendo roupas e eu ouvindo e aprendendo a falar e aprendendo a me relacionar. A gente sempre foi muito amiga, mas sempre com muitas restrições financeiras e dificuldades, às vezes, um padrinho, um tio tinha que pagar um colégio ou alguma coisa. Minha mãe me motivava muito a ser muito estudiosa pra ganhar bolsa pra gente poder mudar de vida. Eu era das turmas especiais do Farias Brito, eu tinha bolsa de 50% e também era atleta, jogava vôlei, era da seleção que ratificava minha bolsa, que já ajudava. Fui treinada a vida inteira e estimulada para fazer Medicina ou Direito, mas quando fui fazer o vestibular, até o colégio chegou a pagar as minhas inscrições, me deu o dinheiro que eu era uma boa aluna e, nessa época, eu já tinha mudado de colégio, estava no colégio 7 de Setembro; em alguns simulados, eu chegava a ser a primeira em Direito. Mas quando eu fui fazer o vestibular, por algum motivo, eu achei que não era Direito. Eu me inscrevi em publicidade, minha mãe faltou enfartar – meu Deus foi uma vida esperando a gente mudar e crescer e minha filha escolhe Publicidade, uma coisa que ninguém sabe o que é. Aí eu disse: Mãe. Olhe, não se preocupe, mais importante do que a faculdade é a pessoa e vai dar tudo</p>

	<p>certo. E realmente eu tracei metas durante os semestres na faculdade, metas financeiras de quanto eu queria gastar, mesmo nos estágios, eu fazia trabalhos. Assim que eu entrei na faculdade eu trabalhava em eventos, eu fazia panfletagem, eu servia refrigerantes em supermercados, pra gente ter uma rendinha extra, às vezes, até pra comprar uma roupa ou uma coisa, meus colegas da faculdade diziam — ave Maria, Marília tu não tem vergonha de ficar lá no supermercado e tudo... Eu disse: Nem um pouco, pelo contrário, hoje eu vejo que me ajudou muito toda aquela bagagem de experiências, hoje eu entendo de Merchandising, de promocional, por que eu vivenciei aquilo na prática. Antes de acabar a faculdade eu entrei numa multinacional, na Petrobrás, com 21 anos eu fui a consultora mais nova do País, da Petrobrás. Só tinha 4 que atuavam no meu segmento e eu era muito novinha, tão novinha que, assim, eu entrava, eu ia pros hotéis muito bonitos, muito elegantes e eu não sabia mexer, não sabia abrir a porta, não sabia mexer o chuveiro, vinha de uma origem mais simples, mas eu tinha muito era coragem, eu ia sem ter medo, dava os treinamentos pra várias pessoas e não me desencorajava por ser jovem, por não conhecer as coisas, enfim.</p>
Onde foi a sua adolescência?	Foi em Fortaleza. Eu fui para Fortaleza quando tinha 4 anos e fiquei por lá até os 24 anos.
O que lhe trouxe para Juazeiro?	Foi porque eu me casei e meu marido passou no concurso de juiz aqui. Ele veio pra cá e eu deixei toda minha carreira lá e vim acompanhando-o. Como eu tinha feito mestrado e doutorado eu era professora aí aqui eu comecei a me recolocar no mercado como professora e depois eu voltei pro mundo dos negócios, que é o mundo da consultoria que eu gosto demais.
Qual o ano em que você veio pra Juazeiro?	2007 eu me casei e depois de dois anos eu vim pra cá, foi em 2009.
Qual é o seu grau de instrução?	Doutorado. Eu sou publicitária e fiz mestrado e doutorado em administração.
Quais as dificuldades que você teve por ser uma mulher nova? Você enfrentou algum preconceito?	É engraçado, porque até hoje, às vezes, quando eu gravo alguma matéria, eu me acho nova e eu desde o início tentei usar roupas que fossem bem mais sóbrias, mais velhas e usava óculos pra eu passar certa postura e tudo mais. Eu não enfrentei muito preconceito por ser nova ou por ser mulher, eu acho que tudo o que conta é a postura. A postura profissional e se, de início, as pessoas duvidam da sua capacidade, a partir do momento que elas começam a ver o trabalho, já não faz mais sentido. Apesar de hoje eu ter 33 anos e atender muitos empresários de 50, 60 anos, homens de experiências, com muito dinheiro, mesmo assim, a gente consegue ter um diálogo muito harmônico e veem a gente pode contribuir com a empresa deles.
Você tem filhos?	Só o Pedro de 2 anos.
Qual foi o maior desafio que você teve quando começou aqui em Juazeiro do Norte?	O desafio que tive quando cheguei aqui em Juazeiro foi porque as pessoas não conheciam, então, assim causa estranheza. Eu bati em várias portas, levava muito chá de cadeiras, esperava pra ser recebida, a pessoa recebia e às vezes, não acreditava, mas aí com o passar do tempo, graças a Deus o nome foi criando forças, a gente foi ganhando repercussão, muita indicação e aí hoje as pessoas mais vêm até nós do que nós vamos até a elas.

<p>Você segue algum modelo ou você se inspirou em alguém?</p>	<p>Vendo por todos os problemas que minha mãe passou você vê que a capacidade de superação é muito grande. Ela conseguiu se reinventar, superar os desafios, conseguiu me dar estabilidade emocional, o que ela pôde de financeiro ela me deu, então assim, eu acho, me acho muito parecida com ela, psicologicamente parecida com ela, eu acho que ela me fortaleceu bastante e eu costumo dizer pro meu filho assim: Que apesar dele ter dois anos, mas eu brinco que a vida só é dura pra quem é mole. Então a gente tem que buscar sempre ter forças.</p>
<p>Você pode falar um pouco do seu perfil profissional, das suas experiências?</p>	<p>Eu comecei na faculdade, com trabalhos pontuais de eventos, fazendo recepção de festas, servindo refrigerantes em supermercados, trabalhando no Fortal, fazendo panfletagem, aí eu tive um trabalho que foi aos 19 anos BSM na época era a maior consultoria de comunicação do Norte e Nordeste, depois fui pra construtora Porto Freire, depois fui pra Petrobrás com 21 anos, fiquei lá por dois anos, eu viajava bastante, passava de três semanas por mês viajando, comecei a ver que seria um desafio conciliar com a vida pessoal, optei pra fazer o mestrado, me tornei professora universitária, mas pra fazer mestrado eu precisava ter um emprego de meio expediente, me tornei servidora pública, passei em um concurso, quando terminei o mestrado eu pedi exoneração e as pessoas me chamaram de louca mais uma vez, louca por sair da Petrobrás e depois louca por pedir a exoneração do ministério público, mas meu marido me deu muita força, ele disse que a gente tem que seguir os sonhos, aí eu saí, voltei pra academia e depois pra consultoria.</p>
<p>Aqui em Juazeiro do Norte, você ensina em alguma faculdade?</p>	<p>Parei agora por causa do meu filho de 2 anos, mas eu ensinava graduação na FAP – Faculdade Paraíso, Leão Sampaio, São Camilo e FJN – Faculdade de Juazeiro do Norte.</p>
<p>Você já tinha experiência no ramo de consultoria ou era só o exemplo de sua mãe?</p>	<p>A experiência que eu tinha foi na BSM comunicações que era a maior consultoria de comunicações no Norte e Nordeste e na Petrobrás.</p>
<p>Como você pode destacar o seu comportamento empreendedor?</p>	<p>Eu acho, assim, que a CORAGEM sempre faz parte do meu dia a dia, mas não é uma coragem sem fundamento. Eu acho que deu certo a empresa porque foi sempre com o PÉ NO CHÃO, COM CÁLCULOS, com RISCOS CONTROLADOS e aí você vê uma empresa nascendo com BASE SÓLIDA.</p>
<p>Qual foi o ponto de gatilho que motivou a ideia de abrir uma empresa de consultoria em Juazeiro do Norte?</p>	<p>Na verdade, eu sempre quis ter uma empresa de consultoria aqui na região; quando eu cheguei aqui, eu não me identifiquei com nenhuma, senão eu seria uma colaboradora sem problemas, como eu fui. Então eu abri a minha mesma.</p>
<p>Você tem sócio e onde buscou investimentos para começar o negócio?</p>	<p>Não. Não tenho sócio. Na verdade, quando cheguei aqui essa estrutura que foi montada, meu marido me ajudou bastante, me apoiou muito financeira e psicologicamente, chegando a uma cidade nova, aí hoje é que tenho intenção de promover meus funcionários a sócios.</p>
<p>Você teve apoio da família ou de algum familiar que era empreendedor ou que trabalhava no ramo?</p>	<p>Não, só da minha mãe, pode-se dizer que ela é um tipo de empreendedora autônoma, micro empresaria individual, e ela tem realmente esse tino pro negócio, é desenrolada e é organizada, ela se comunica muito bem, teve bom controle financeiro, acho que nós duas somos muito parecidas nesses pontos.</p>

<p>Você tinha conhecimentos sobre elaboração de um planejamento estratégico de negócios?</p>	<p>Tinha. Na verdade, desde a faculdade quando a gente tem a formação. Você aprende a fazer um planejamento estruturado, a gente ler livros, eu li o Segredo de Luíza, li muito Dorneles, Dolabela, a gente lê muito sobre empreendedorismo na própria faculdade e isso embasa bastante.</p>
<p>Qual o objetivo que você tinha de atingir com a consultoria. Pessoal, profissional ou financeiro?</p>	<p>O objetivo que eu tinha, assim, na nossa visão era ser referência na região do Cariri em consultoria; eu acredito que a gente está conseguindo, a empresa está caminhando para isso. Hoje a gente atende 32 empresas ao mesmo tempo, acredito que nós somos uma das maiores empresas em consultorias da região, tem o nome já forte. Atendemos grandes clientes e tem mais gente pra atender. A gente sonhava em fazer mudanças, a gente viu que o nível de atendimento ao cliente era baixo, o nível de profissionalização das empresas era baixo, poder contribuir com a mudança do Cariri, com a evolução do Cariri era um privilégio, então esse é o meu maior objetivo. Nunca foi dinheiro veio por consequência, muito mais realização profissional, meu marido ganha bem, eu não precisava nem trabalhar, mas é a necessidade de fazer a diferença na vida das pessoas, de querer deixar sua marca, pouco me importaria de ser multimilionária, não trabalhar ou não ter o trabalho assim reconhecido como resultado que faz a diferença.</p>
<p>Quais eram as suas análises financeiras e de mercado antes de abrir a consultoria?</p>	<p>O que a gente tem a ver financeiramente é porque é um negócio de pouco investimento, a gente vende conhecimentos, a gente não tem produto e por isso não precisa de estoque. A gente vende serviços e o que a gente sabe.</p>
<p>Como você se posiciona frente aos seus concorrentes e qual é o seu diferencial competitivo?</p>	<p>O meu diferencial é que a gente é FOCADA em RESULTADOS, esse é o DNA da empresa, então a gente realmente tem um nível de compromisso muito alto. A gente faz TUDO pelo cliente e a gente quer muito resultado e se a empresa não estiver andando, o resultado não estiver aparecendo, então nós pedimos pra sair, o nosso contrato não tem rescisão, nem se o cliente quiser rescindir com a gente, nem se a gente quiser rescindir com ele também. A gente é muito DURA, a gente é muito transparente e às vezes, se tiver que dar carão ou disciplinar a direção, a gente não se preocupa em perder dinheiro e nem contrato, a gente se preocupa, realmente, em fazer a DIFERENÇA E DAR RESULTADOS.</p>
<p>Como você avalia a gestão utilizada quando abriu a empresa e atualmente?</p>	<p>A empresa é muito nova, tem 4 anos; na verdade, o que aconteceu na Falcioni, é que hoje eu não opero mais, a empresa atingiu um patamar aonde é delegado. São meus consultores que fazem as consultorias eu não estou mais no nível operacional, estou no nível estratégico, hoje eu mais dou entrevistas, me reúno com clientes novos e supervisiono a equipe; eu saí do operacional de ser consultora, hoje eu supervisiono a minha equipe.</p>
<p>Qual é o critério que você utiliza para selecionar as pessoas para trabalhar com você?</p>	<p>Eu tenho um critério técnico e de formação, de conhecimentos. Tem que ser uma pessoa que tem uma bagagem e uma experiência de mercado, mas também tem que ser uma pessoa com equilíbrio emocional, capaz de dar um feedback, de dar os retornos pro colaborador empresário e, ao mesmo tempo, ser duro sem ser grosseiro, isso é um equilíbrio bem teme a pessoa tem</p>

	<p>que ter muita maturidade pra conseguir isso e uma postura profissional, desde a forma de se vestir, como a forma que se fala, não pode falar palavrões e não pode andar desleixado, a gente gosta de pessoas assim. Pessoas que têm a espiritualidade FORTE é uma marca também muito da gente. Fazemos oração toda segunda-feira, a gente implanta orações nas empresas, se a pessoa tiver uma espiritualidade forte, eu acho que ela vai ter uma sintonia maior com a equipe.</p>
Qual é a sua religião?	<p>Eu costumo dizer que sou cristã, se tiver um culto bom eu vou, se tiver uma missa boa eu vou. Hoje eu frequento a igreja Aliança da Misericórdia, mas nós aqui temos Evangélicos, Católicos dentro da equipe; o que importa é realmente a gente ter uma ESPIRITUALIDADE, não é a religião. Pode ter um Ateu que tem uma espiritualidade forte, que tem valores fortes, eu conheço vários ateus que me dou muito bem e que me inspiro neles, porque eles são pessoas caridosas, são pessoas que não pisam nos outros, que são solidárias, humildes, isso é que a gente preza, uma espiritualidade forte, valores fortes.</p>
Qual é a sua estratégia de crescimento, pretende expandir para outras cidades, abrir alguma filial em Fortaleza?	<p>A gente não tem intenção de expandir pra Fortaleza porque o nosso raio de ATUAÇÃO é de 200 km; mais do que isso fica um pouquinho cansativo pro nossos colaboradores estarem se deslocando e a gente pensa muito na qualidade de vida deles, então um raio de 200 km é a nossa área de atuação, a gente atende cliente na Paraíba, mas é só até mais ou menos duas horas de viagem</p>
Você pretende contratar pessoas nesses locais que você atende, como na Paraíba?	<p>Eu não tenho interesse, porque já é um desafio muito grande lidar com uma equipe de 7 pessoas e 32 empresas, nós temos muita responsabilidade e a nossa missão é trabalhar no interior do estado,</p>
O que é SUCESSO para você?	<p>Sucesso é a diferença que você faz na vida das pessoas, não é o dinheiro que você ganha, é quando as pessoas estão satisfeitas ao lhe ver. Receber elogios já é o melhor sucesso que você pode ter adquirido.</p>
Qual a sua opinião sobre o FRACASSO?	<p>Sempre um aprendizado, a gente erra, eu já chorei muito, mas já aprendi muito. Eu costumo dizer que é o seguinte: A gente pode errar, a gente pode fracassar, a gente só não pode fracassar no mesmo ponto, que aquilo sirva de aprendizado e que venham novos fracassos ou novos erros, mas nos que a gente fracassou a gente aprende, pede desculpas, sem problemas, se perdoa, porque errar é humano e vamos pra frente.</p>
Como é reconhecer uma oportunidade para você?	<p>Oportunidade é sempre que você vê a possibilidade de satisfazer as pessoas, de entregar um diferencial, você tem que ter um propósito na vida e se você pode fazer mais e o melhor pelas pessoas, facilitar a vida delas, melhorar a vida delas, isso é oportunidade, e se outra pessoa não está vendo isso, você tem a condição de oferecer algo de qualidade, por que não?</p>
Quais são os pontos FORTES e os pontos FRACOS de sua empresa?	<p>Eu acho que o ponto FORTE é o nosso nível de credibilidade, a gente tem um bom respeito da mídia, hoje mesmo a TV Verdes Mares chamou a gente pra dar uma entrevista, a globo geralmente seleciona quem ela chama a TV Verdes Vales chama a gente, esporadicamente, para dar entrevistas, o nosso nível de relacionamento, os nossos resultados são fantásticos. O nosso preço é justo, é bem acessível. O nosso ponto FRACO é que a gente não consegue crescer com a velocidade que a gente</p>

	demanda, porque a gente precisa de pessoas qualificadas, nem sempre é fácil encontrar essas pessoas, então, às vezes, os clientes vêm e têm que esperar um pouco até que a gente possa atender.
Você tem uma participação em um programa na Rádio Padre Cícero?	São todas as segundas-feiras, no programa do João Hilário.
Qual é a sua relação com os Stakeholders?	Eu acho que somos muito bem recebidos no mercado. Eu acho que o nosso relacionamento com os stakeholders é ótimo.
Qual é a sua sugestão para alguém que está pensando em iniciar um negócio?	A primeira coisa é fazer o que gosta, a vida é muito curta pra gente ser feliz e eu duvido de pessoas que são boas em algo de que não gostam, por que todo negócio exige muita dedicação e sacrifício e quando a gente gosta, esse sacrifício fica muito leve, então eu estudo no final de semana sem problemas, porque eu gosto do que eu faço, às vezes as pessoas entram na minha sala e dizem assim: Qual é o negócio que eu devo abrir que dá dinheiro? Eu digo: O que você gosta de fazer? Não adianta uma pessoa que não gosta de cozinhar, abrir um restaurante, será que ela vai pensar em inovação? Em pratos novos? Ela vai aguentar o ritmo do restaurante? O ideal é que você goste e abra uma coisa que você se identifique, e a segunda coisa é você ter um planejamento com os pés no chão, começar estruturado sem ser uma aventura, muitos negócios falem porque as pessoas são despreparadas.
Como você administra o tempo para a família, seu tempo livre?	Eu tenho uma organização do tempo muito grande. Eu sou extremamente controlada com a agenda o tempo todo. Eu tenho que pegar meu filho no colégio, eu malho às 06h da manhã, começo a trabalhar às 08h, às 11h30minh eu pego meu filho no colégio, fico com ele até 13h30minh, a gente almoça juntos todos os dias, às 13h40min eu saio e vou para o próximo cliente às 14h, quando dá 17h ou 17h30minh eu termino o trabalho e vou pra casa, fico com ele de 18h até às 20h, quando eu chego a babá sai, eu fico com ele, a gente vai passear no condomínio, tocar bateria, brincar, ler histórias, a gente se diverte muito durante duas horas para compensar as oitos horas que eu estive ausente. Depois a gente dá o banho, a gente toma banho de banheira todos os dias com muitas espumas, com muitos sais de banho, que ele adora, a gente brinca que só, dentro da água da banheira, a gente veste a roupa, conta histórias e ele vai dormir. Depois que ele dorme, eu vou tocar bateria, vou ler um livro e vou ficar com meu marido. Eu tenho um planejamento muito bom de todo o meu tempo. Participo das corridas promovidas em Juazeiro como nas Divas, no SESC.
Você tem contato com sua mãe? Ela mora aqui em Juazeiro?	Tenho. Ela mora em Fortaleza. Acho que as pessoas tendem a perder muito tempo nas redes sociais, e às vezes, perdem tempo na mídia. Hoje foi um dia bem corrido. Eu fiquei com o Pedro, fui pegá-lo no colégio, depois a gente foi tomar água de coco, ele adora água de coco, eu tenho que ter tempo de qualidade quando estou com ele. Eu fico com ele, a gente brinca, eu viro criança. Eu acho que a vida é muito curta pra poder a gente desperdiçar, porque eu não sei se vou ter outra (Vida).
Você pretende ter outro filho?	Pretendo ter 3 filhos, nesse ano já estou pensando no próximo. Eu sou filha única de pai e de mãe, então eu quero ter uma família bem grande. Mas a gente

	<p>desperdiça muito tempo, e aqui na empresa a gente tem uma meta de leitura de um livro mensal, acabou de chegar. A gente não pode desperdiçar no final de semana nas redes sociais. Hoje foi um dia bem corrido, almocei, fui para o programa do João Hilário, depois fui pra TV Verdes Mares, já tinha reunião aqui na empresa, essa é a terceira, reunião com a equipe. Você ver que é difícil da gente marcar porque são muitas reuniões, mas eu gosto dessa vida agitada e eu sempre acredito que vai dar tudo tempo. Eu não posso atrasar porque eu cobro muita pontualidade pra todo mundo. Mas hoje aconteceu uma intercorrência, eu hoje passei o tempo todo mais na televisão, eu achava que ia atrasar, eu fico feliz porque Deus me protege, o cliente atrasou também, então, não ficou como um atraso meu, foi ótimo.</p>
<p>Entrevista dia 05/06/2017 (Complementação)</p>	
<p>Marília, você teve como inspiração, sua mãe. Gostaria de saber o nome dela e o que levou você a escolher fazer Publicidade. Já que sua mãe queria que você fizesse Direito ou Medicina.</p>	<p>O Nome dela é Janete, eu fiz publicidade porque eu achava que eu gostava da área de comunicação e lidar com clientes com ideia da criatividade, de lidar com o consumidor eu sentia afinidade com esses temas.</p>
<p>Eu gostaria de saber o que motivou você a abrir uma empresa de consultoria aqui em Juazeiro e como você conseguiu se colocar no mercado aqui do Cariri?</p>	<p>Com 21 anos eu entrei na Petrobrás e fui nomeada consultora de empresas pra atender, viajar e atender 8 empresas do país, 8 estados, na verdade; aí eu me identifiquei muito com a área e quando eu vim pra Juazeiro, eu deixei a carreira. Quando eu cheguei aqui em Juazeiro foi muito difícil, as pessoas não conheciam, não tinham muito a cultura da consultoria, mas com o tempo foi se estabilizando e deu certo.</p>
<p>Como você sabe, a ascensão feminina está cada vez mais gritante no mercado de trabalho; gostaria que você fizesse uma análise, como é que você vê essa ascensão feminina no mercado global e especialmente aqui no Cariri.</p>	<p>Eu vejo que a mulher desmitificou muito os mitos -- em relação a não ter competência e nem capacidade para determinada profissão; hoje a mulher atua em diversos segmentos e, com destaque; então ela já provou que tem competência para atuar em qualquer área e assumir qualquer cargo de liderança. Aqui no Cariri eu acho que a gente também teve várias conquistas, tem muitas empresárias muito bem-sucedidas, gerentes, diretoras de empresas e a gente continua com as diferenças salariais em relação aos homens quando eles ocupam os mesmos cargos. Eu acredito que nos próximos anos isso tende a ser mais equilibrado e haja uma equiparação salarial.</p>
<p>Você já foi professora de Universidade e Faculdade. Eu gostaria de saber se você pretende voltar a lecionar?</p>	<p>Eu pretendo voltar a ensinar nas pós graduações, mas só quando os meus filhos estiverem maiores, porque as aulas são nos finais de semanas e aí acaba impactando muito com o tempo que tenho pra ficar com eles.</p>
<p>O seu currículo Lattes está informando que você ainda está concluindo o Doutorado (achoque está desatualizado), gostaria de saber qual foi o período que você terminou essa graduação?</p>	<p>Ele está desatualizado porque a minha profissão agora é empresarial e não mais acadêmica, eu terminei faz três anos, o Doutorado, na Universidade de Fortaleza, UNIFOR.</p>
<p>Qual foi a finalidade de abrir um canal no youtube?</p>	<p>A nossa atuação é mais centrada aqui no interior do estado, o canal do Youtube é pra que a gente tenha um relacionamento contínuo com as pessoas que moram aqui na nossa região que querem capacitação, que querem mais conhecimentos; as pessoas, na verdade, já queriam vídeos, geralmente perguntavam quando a gente ia fazer palestras, eu senti uma necessidade de estar me comunicando com esse público e também com os</p>

	colaboradores das empresas que atendemos, já que os diretores podem acessar, se capacitar e além disso é uma forma da gente explorar alguns casos de sucesso da nossa região. Eu gosto de entrevistar empresários e mostrar a realidade por trás da frente da loja, por trás da vitrine, para que as pessoas saibam que ali tem muito suor e muita garra e muitas histórias bacanas.
Gostaria que você explicasse um pouco do símbolo da peça de xadrez que tem a marca da sua empresa, a Rainha?	Tem a Rainha, que no jogo de xadrez é a peça que tem maior mobilidade. O conceito da nossa logomarca é que com a Falcioni você pode ir muito mais longe, você pode ter mais flexibilidade, você pode alçar voos maiores, você pode ganhar mais amplitude no mercado. A ideia foi essa e também porque é uma rainha que é uma mulher e como eu sou a diretora da empresa e sou uma mulher, também tem essa correlação.
Você é a mãe do Pedro, depois da maternidade, você vê a mulher empreendedora que tem filhos de qual maneira, como ela deve se comportar diante do mercado do Cariri, principalmente?	Depois de ter filho e ainda conciliar com a empresa eu acho que a gente tem que ter um rígido planejamento de tempo para que a gente possa conciliar todas as atividades, ser bem organizada e produtiva, aproveitar todos os momentos, tanto na empresa como com a família porque é possível sim, conciliar e quando a gente é mãe, a gente desenvolve inclusive habilidades muito interessantes como a intuição, a sensibilidade, a resiliência e a tolerância.
Entrevista dia 07/06/2017 (Complementação)	
Quantos livros você tem de sua autoria e quais são os assuntos abordados?	Eu tenho agora 3 livros, o primeiro foi sobre a fusão do Bradesco com a compra que ele fez com o BEC, o processo de comunicação aos funcionários e a mudança. O segundo foi sobre o empreendedorismo coletivo e o terceiro eu lancei agora junto com o CDL, que foi a biografia de 29 empresários que inspiram.
Você fez alguma capacitação no SEBRAE?	Já fiz cursos no SEBRAE, fiz o EMPRETEC e sempre que alguém vai abrir uma empresa, eu recomendo que faça também.

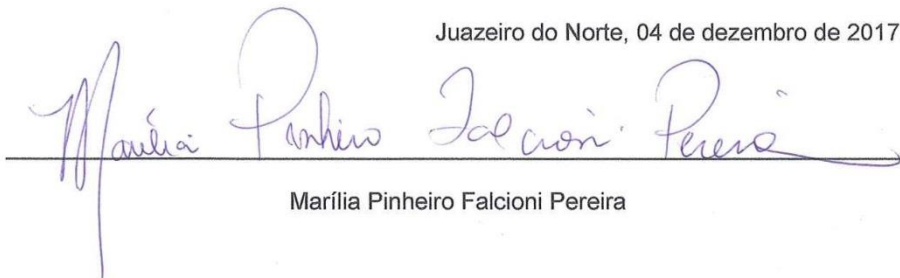
TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, Marília Pinheiro Falcioni Pereira, nacionalidade Brasileira, inscrito no CPF/MF sob nº 003.186.353-13, representante legal da empresa Falcioni Consultoria inscrita sob o CNPJ 14.924.689/0001-55 **AUTORIZO EXPRESSAMENTE** a veiculação, gratuita logomarca/imagem da empresa em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos e documentos ao (à) pesquisador (a) Maria Rosangela Martins Brandão, para ser veiculado a qualquer meio de comunicação para fins didáticos, de pesquisa e divulgação de conhecimento científico sem quaisquer ônus e restrições. O material produzido se desenvolverá em um trabalho de conclusão de curso em Administração de Empresas, da Universidade Federal do Cariri, localizada na Avenida Tenente Raimundo Rocha, s/n - Cidade Universitária, Juazeiro do Norte - CE, 63048-080. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

Juazeiro do Norte, 04 de dezembro de 2017.



Marília Pinheiro Falcioni Pereira

Nome: Marília Pinheiro Falcioni Pereira

Telefone para contato: (88) 9 9930-7483