

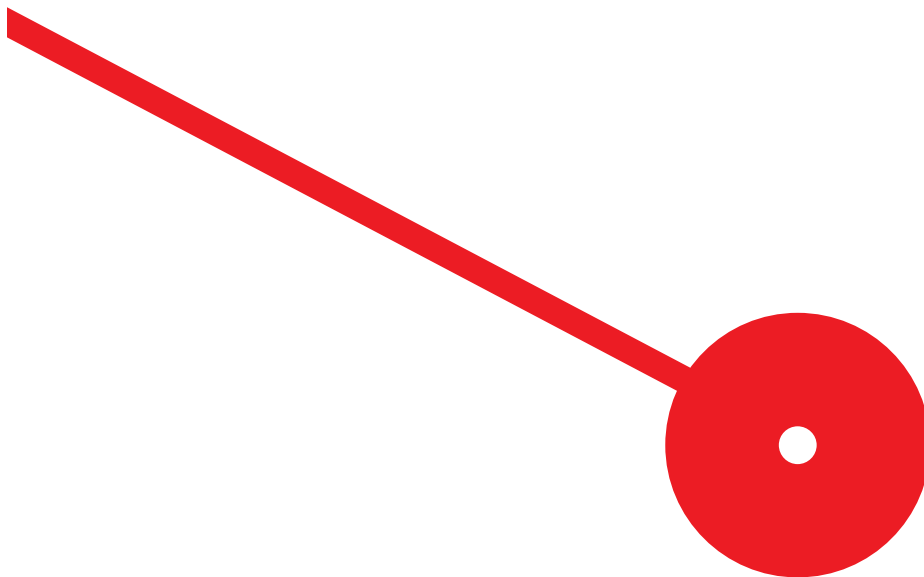
M

MESTRADO EM EMPREENDEDORISMO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Inteligência Emocional, Género e Negócios Empreendedores

Débora Casais Maia

10/2024



M

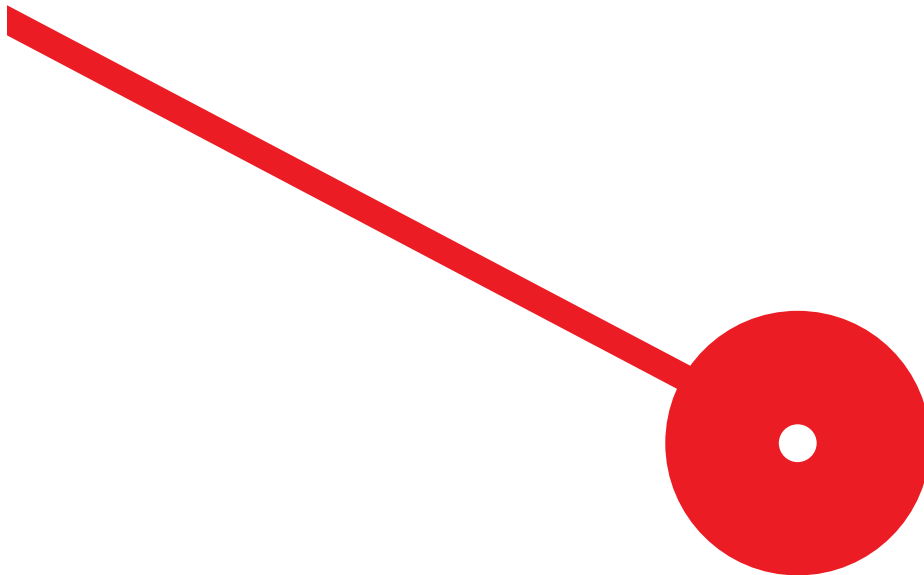
MESTRADO EM EMPREENDEDORISMO E INTERNACIONALIZAÇÃO

Inteligência Emocional, Género e Negócios Empreendedores

Débora Casais Maia

Dissertação de Mestrado apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização, sob orientação do Professor Doutor Orlando Lima Rua.

Débora Casais Maia. Inteligência Emocional, Género e Negócios Empreendedores



Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu avô Franclim, por me fazer acreditar que independentemente do caminho que escolhesse, iria vencer.

Agradecimentos

Ao longo de todo o percurso de escrita da dissertação foram muitos os obstáculos que surgiram e que colocaram à prova a minha vida privada, profissional e académica. A finalização deste processo não teria sido possível sem o significativo apoio de determinadas pessoas e, por essa razão, estarei eternamente grata.

Começo por manifestar a minha estima e gratidão ao meu orientador, Professor Doutor Orlando Lima Rua. Por ter aceitado orientar-me neste desafio contínuo. Por toda a sua devoção e disponibilidade. Pela sua exigência e rigor imprescindível para a finalização deste estudo. O meu sincero obrigada.

À minha família, aos meus avós, por serem os meus pilares, e especialmente à minha mãe, por todo o apoio e pelos esforços constantes para me poder proporcionar esta oportunidade.

Aos meus amigos mais próximos, principalmente à minha leal confidente, Alexandra, por ouvir todos os meus desabafos e por ser um apoio indispensável na minha vida.

Aos meus colegas de mestrado, por serem tão cordiais e estarem sempre presentes na longa jornada que percorremos.

Quero agradecer também a todos os meus docentes, com especial atenção à diretora Clara Ribeiro, por todos os esclarecimentos, sugestões e conselhos desde o seu primeiro contacto.

Um agradecimento especial aos empreendedores que se disponibilizaram para atenderem às entrevistas. A vossa contribuição é o fruto desta investigação.

Por fim, quero agradecer a alguém que me é querido, que me acompanha no dia a dia e que me lembra todos os dias que eu sou capaz e que vou mais além.

Obrigada a todos, de coração.

Resumo:

Nas últimas décadas, o conceito da inteligência emocional tem despertado a crescente atenção das empresas, das organizações e da Academia, devido ao facto de se tratar de um fator imprescindível para o processo de desenvolvimento de negócios empreendedores.

O objetivo fundamental deste estudo é analisar de que forma a inteligência emocional, por género, influencia o desenvolvimento de negócios empreendedores. Para além disso, pretende-se compreender a evolução do indivíduo como ser emocional e promover a transferibilidade dessa evolução para o contexto profissional.

Neste estudo foi utilizada a abordagem metodológica qualitativa, com recurso ao método de estudo de casos múltiplos para analisar cinco empresas incubadas na agência de incubação START Esposende. Como instrumento de análise utilizou-se entrevistas semi-estruturadas.

Nesta investigação, verificou-se através dos resultados obtidos que as empresas incubadas estão familiarizadas com o conceito de inteligência emocional, que o bem-estar emocional das pessoas é crucial para o desenvolvimento de um negócio e que as estratégias aplicadas nos negócios advém de características pessoais, do tipo de personalidade, da experiência profissional e não do género.

Palavras-chave: Inteligência Emocional, Género, Negócios Empreendedores, START Esposende.

Abstract:

In recent decades, the concept of emotional intelligence has attracted increasing attention from companies, organizations and academia, due to the fact that it is an essential factor in the process of developing entrepreneurial businesses.

The fundamental objective of this study is to analyze how emotional intelligence, by gender, influences the development of entrepreneurial businesses. Furthermore, the aim is to understand the evolution of the individual as an emotional being and promote the transferability of this evolution to the professional context.

In this study, a qualitative methodological approach was used, using the multiple case study method to analyze five companies incubated at the *START* Esposende incubation agency. Semi-structured interviews were used as an analysis instrument.

In this investigation, it was verified through the results obtained that the incubated companies are familiar with the concept of emotional intelligence, that people's emotional well-being is crucial for the development of a business and that the strategies applied in business come from personal characteristics, personality type, professional experience and not gender.

Key words: Emotional Intelligence, Gender, Entrepreneurial Business, *START* Esposende.

Índice geral

Introdução	1
Capítulo I – Revisão de Literatura	4
1.1 Gênero e Inteligência Emocional	5
1.2 Inteligência Emocional e Negócios Empreendedores	10
1.3 Gênero e Negócios Empreendedores	14
1.4 Incubadoras	17
1.5 Proposições de Investigação.....	19
Capítulo II – Metodologia.....	21
2.1 Abordagem Metodológica.....	22
2.2 Seleção dos participantes	23
2.3 Instrumento.....	23
2.3.1 Guião de entrevista	24
2.4 Caracterização da incubadora e dos incubados	25
2.4.1 Incubadora: START Esposende.....	25
2.4.2 Incubados da START Esposende	26
Capítulo III – Resultados.....	28
3.1 Resultados	29
3.2 Discussão.....	35
Conclusão	38
4.1. Considerações finais.....	39
4.2. Implicações teóricas e práticas	40
4.3. Limitações do estudo.....	41
4.4. Futuras linhas de investigação.....	41
Referências bibliográficas.....	43
Apêndices.....	55
Apêndice I – Guião de Entrevista	56

Apêndice II – Resultados das entrevistas 58

Índice de Tabelas

Tabela 1- Principais conceitos e dimensões da inteligência emocional	7
Tabela 2 - Processo de incubação.....	19
Tabela 3- Proposições de investigação.....	20
Tabela 4 - Guião de Entrevista	24

Lista de abreviaturas

CIG - Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género

CIHR – *Canadian Institutes of Health Research*

COE – *The Council of Europe*

EIGE – *European Institute for Gender Equality*

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

GGGR – *Global Gender Gap Report*

IDC – *International Data Corporation*

IE – Inteligência Emocional

INBIA – *International Business Innovation Association*

MIWE – *Mastercard Index of Women Entrepreneurs*

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

RENI – Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação

TEA – Taxa de Empreendedorismo Inicial

WHO – *World Health Organization*

A inteligência emocional tornou-se uma das *soft skills* mais requisitadas pelas empresas (Forum World Economic, 2016), uma vez que é vista como uma perspectiva que emana uma nova luz sobre os fundamentais aspetos do comportamento humano. Estudos indicam que este interesse tem vindo a crescer dentro das organizações na medida em que procuram o progresso dos seus colaboradores e de toda a sua estrutura organizacional, dado que não basta ter somente conhecimentos técnicos, como também é importante adquirir características essenciais referentes à inteligência emocional (Lima et al., 2022). Desta forma, a inteligência emocional poderá contribuir para a devida compreensão do processo através do qual os empreendedores identificam e desenvolvem novas oportunidades de negócio (Shane & Venkataraman, 2000).

Além do mais, outro significativo instrumento na promoção do empreendedorismo destacam-se as incubadoras de empresas (Frade, 2009). Estas oferecem aos novos empreendimentos um conjunto de serviços e de recursos, como por exemplo, espaço físico, *networking*, mentoria, competências especializadas e investimento (Tang et al., 2023). Apesar das incubadoras serem conhecidas pela sua eficácia e também como sistemas de apoios vitais para *start-ups* (Braun & Suoranta, 2024), outros autores argumentam que as *start-ups* não utilizam inteiramente os recursos das incubadoras em consequência da lacuna existente entre os recursos fornecidos pela incubadora e a base de recursos percebida pela parte da *start-up* (Tang et al., 2023).

Face ao exposto anteriormente, no processo de empreendedorismo distinguem-se os indivíduos que conseguem transformar oportunidades em atividades geridas com sucesso daqueles que não conseguem ou que simplesmente lhes falta determinadas competências para o realizar, o que nos remete para o domínio das competências empreendedoras, da inteligência e das características da personalidade (Faria, 2018).

As emoções e os sentimentos individuais determinam a intenção e a atitude empreendedora e, por este motivo, indivíduos que contêm um grau elevado de autoeficácia na inteligência emocional demonstraram uma atitude mais positiva acerca do estabelecimento do próprio negócio e elevada tolerância ao stress do mesmo (Zampetakis et al., 2009).

Neste contexto, um empreendedor que tenha um bom desempenho em inteligência emocional poderá ter melhores habilidades sociais, maior capacidade de resolver conflitos e relacionamentos de longo prazo mais confiáveis (Baghianimoghadam et al., 2015).

Segundo estes autores, os componentes básicos da inteligência emocional incluem a compreensão e o raciocínio, a gestão e a percepção das emoções.

Portanto, o objetivo principal deste estudo é analisar de que forma a inteligência emocional é relevante para o empreendedorismo e como influencia o empreendedor a desenvolver negócios. Diante disso, importa também explorar ambos os gêneros e as suas diferenças bem como semelhanças. Pretende-se compreender a evolução do indivíduo como ser emocional, transpor essa evolução para o meio profissional, de forma a ser possível retirar conclusões relativamente aos possíveis contributos e implicações associadas ao género que possam existir para o desenvolvimento de um negócio. Adicionalmente, procura-se também entender quais são as ferramentas que a incubadora fornece à empresa e como estas contribuíram para a sua expansão.

Considerando esta finalidade, o presente trabalho está dividido em três capítulos. O capítulo um é composto pela revisão de literatura, onde se referem os principais conceitos e definições cruciais ao entendimento literário deste estudo. Neste ponto, estão formuladas as proposições de investigação. De seguida, vem o capítulo dois onde surge a metodologia, através da descrição do desenho da investigação, das questões que estarão na base da elaboração da entrevista e o processo de recolha de dados obtido. No capítulo quatro, é dedicado aos resultados e à discussão dos mesmos, estes obtidos através da pesquisa realizada e das respostas obtidas das entrevistas. Por fim, apresentam-se as considerações finais, conjugadas com as principais implicações para a teoria e prática. O estudo culmina com as limitações do estudo e as futuras linhas de investigação.

CAPÍTULO I – REVISÃO DE LITERATURA

1.1 Gênero e Inteligência Emocional

O gênero é considerado um conceito transversal, o qual perpassa o âmbito social, do direito, da cultura e da política (COE, 2024). Nas ciências humanas, o gênero é a categoria resultante da diferenciação sociocultural entre homens e mulheres, que varia consoante a cultura e que influencia o estatuto, o papel social e a identidade sexual de cada indivíduo no seio da comunidade em que se insere (Almeida, 2023). Mais especificamente, é uma configuração social que reúne comportamentos, atividades, papéis, sentimentos, atributos e atitudes que uma determinada sociedade habitualmente associa ao facto de ser feminino ou masculino, todavia, ser homem e ser mulher são duas das diversas identidades de gênero (Rioux et al., 2022; CIG, 2023).

Neste enquadramento, o gênero de uma pessoa não é definido meramente pelo sexo biológico, mas sim pela sua identidade, sendo que esta pode ser homem, mulher, transgênero, “*genderqueer*”, não binário, entre outras identificações de gênero existentes (COE, 2016). É indiscutível que, apesar dos termos gênero e sexo estarem relacionados, ambos são distintos da identidade de gênero (WHO, 2022). O sexo, justamente, refere-se às distintas características biológicas dos seres humanos que podem possuir ambas, contudo, são as tais particularidades que diferenciam o homem e a mulher (EIGE, 2024), através das hormonas, cromossomas e órgãos reprodutivos (WHO, 2024).

Relativamente à identidade de gênero, segundo a World Health Organization (2024), refere-se à experiência de gênero intrínseca e individual de uma pessoa, cuja fisiologia ou sexo pode não corresponder com o gênero atribuído à nascença. Em sequência disso, inclui distintas formas de expressão de gênero, como a fala, o vestuário e os maneirismos, e a forma pessoal de sentir o corpo (EIGE, 2016).

Com base no que foi apresentado, existe uma complexidade de como o gênero é institucionalizado na sociedade (CIHR, 2023), uma vez que, abarca um parecer multidimensional (Bates et al., 2022). Em virtude disso, é deveras notável como os indivíduos e os grupos experienciam, compreendem e expressam distintamente o gênero através das relações com os outros, das expectativas que lhes são colocadas e, também, dos papéis que assumem (CIHR, 2023).

Atualmente, o conceito da inteligência emocional tem ganho importância cada vez mais na vida particular como também na vida profissional, pois trata-se de um fator imprescindível

no progresso profissional das organizações bem como do próprio empreendedor (Lima et al., 2022).

Com Mayer e Salovey (1990), surgiu a primeira formulação da noção de inteligência emocional, na medida em que o indivíduo tem a capacidade de gerir as suas emoções e sentimentos de forma a que consiga utilizar e orientar a informação recebida a seu favor mediante as situações existentes (RENI, 2016). Posteriormente, Mayer e Salovey (1997) consideraram que a inteligência emocional é o processo intelectual associado a emoções e a capacidades de resolução de conflitos, nomeadamente, a aptidão para perceber, avaliar e expressar emoções, a aptidão para apoiar pensamentos através de alcançar e gerar emoções e a aptidão para compreender e regular as emoções com sucesso de forma a estimular tanto o crescimento mental como emocional.

Numa perspetiva, a inteligência emocional pode ser considerada como “a capacidade de reconhecer os nossos sentimentos e os dos outros, de nos motivarmos e de gerirmos bem as nossas emoções, em nós e nas nossas relações” (Goleman, 2003, p. 23). Para o sujeito conquistar o sucesso profissional e pessoal envolverá, de facto, a aptidão adquirida na infância de controlar as emoções, de lidar com as frustrações e de se relacionar com as pessoas (Goleman, 2012). Para completar o raciocínio de Goleman, surgiu o modelo de Bar-On que considera que o conceito de inteligência emocional é ter um conjunto de capacidades sociais e emocionais (Bar-On, 2006). Por outras palavras, neste modelo, ser social e emocionalmente inteligente é conseguir compreender, expressar e relacionar-se bem com outros, na medida em que, conseguirá lidar com sucesso as pressões, demandas e desafios diários (Bar-On, 2010).

Na Tabela 1 encontra-se expresso os principais conceitos, dimensões da inteligência emocional.

Tabela 1- Principais conceitos e dimensões da inteligência emocional

Conceito	Dimensões	Autores
Consiste na capacidade de reconhecer os nossos sentimentos e os dos outros, de nos motivarmos e de gerirmos bem as nossas emoções, em nós e nas nossas relações”.	Autoconsciência; Autorregulação; Automotivação; Empatia; Competências sociais.	Goleman (1995, 1998)
É o subconjunto da inteligência social que envolve a capacidade de monitorizar os sentimentos e emoções de nós mesmos e dos outros, de modo a discriminá-las e usar essa informação para orientar o pensamento e as ações.	Perceber emoções; Usar as emoções para facilitar o pensamento; Compreender as emoções; Gerir as emoções.	Mayer et al. (1990); Mayer e Salovey (1997); Mayer et al. (2004)
É o conjunto de capacidades sociais, competências não cognitivas e competências influenciadoras da capacidade de sucesso no lidar com pressões e exigências ambientais do quotidiano.	Intrapessoal; Interpessoal; Adaptabilidade; Gestão de Stress.	Bar-On (2006)

Fonte: Elaboração própria.

A autoconsciência emocional é a compreensão profunda das próprias emoções, necessidades, impulsos, forças, fraquezas, valores e metas (Goleman, 1995; Goleman, 2015). De facto, as pessoas cujo nível de autoconsciência é alto, conseguem reconhecer e compreender como os seus sentimentos afetam a elas mesmas, às outras pessoas e ao seu desempenho profissional (Goleman, 2015). Desta forma, as pessoas que são capazes de controlar as suas emoções conseguem governar melhor as suas vidas e as suas próprias decisões, dado que, a autoconsciência é a pedra-base de toda a inteligência emocional (Pereira, 2024).

O autocontrolo emocional envolve o evitar ter reações impulsivas e explosões emocionais, independentemente do contexto, e conseguir redirecionar as emoções de maneira positiva e, para tal, é crucial trabalhar a habilidade de gerir as emoções de uma forma construtiva e saudável (Goleman, 1995). Em outros termos, a dificuldade em autorregular as suas próprias emoções acaba por fazer com que as pessoas vivenciem uma luta persistente com sensações de angústia, se bem que as pessoas que tem um melhor autocontrolo emocional conseguem não só gerir como recuperar melhor das suas dificuldades e obstáculos (Pereira, 2024).

A automotivação é a capacidade de persistir diante dos desafios e de se motivar internamente. Mais concretamente, envolve o estabelecimento de metas, a procura de autodesenvolvimento e a persistência de uma atitude positiva (Goleman, 1995). Tal motivação permite às pessoas dominarem a sua impulsividade e focarem a sua atenção em prol de si, de serem mais criativas, competentes, produtivas, eficazes e de terem melhores desempenhos em todas as suas áreas (Pereira, 2024).

A empatia diz respeito à capacidade de reconhecer e compreender as emoções alheias e de se colocar no lugar do outro (Bradberry & Greaves, 2016). Envolve a aptidão de saber ouvir atentadamente, de observar os comportamentos corporais e faciais da pessoa em si, mas também envolve uma disposição genuína de alcançar a perspetiva alheia (Goleman, 1995). O ser empático é a base fundamental para se criar relações num grupo, além do mais, pode ser encarado como um impulsionamento das próprias relações para o exterior (Bradberry & Greaves, 2016). Por outras palavras, empatia é uma forma de perceção que se define por sua autonomia e por sua especificidade em relação à inteligência (Goleman, 2018). Não obstante, o ser empático predomina em profissões que envolvam o ensino, as vendas, a prestação de serviços, entre outras, considerando que esta forma de ser permite às pessoas serem mais sensíveis aos sinais sociais cujo indicam o que os outros poderão necessitar e estar a sentir (Pereira, 2024).

As habilidades sociais referem-se à capacidade de gerir relacionamentos saudáveis, através de uma comunicação eficaz e positiva e da resolução de conflitos de forma construtiva (Goleman, 2015). O mesmo autor defende que as pessoas que conseguem gerir melhor os seus relacionamentos, são aquelas que entendem e controlam verdadeiramente as suas emoções e, em virtude disso, conseguem ser mais empáticas e ampliam o seu ciclo de pessoas através do desenvolvimento das suas afinidades. Por conseguinte, é necessário dominar determinadas competências sociais, nas quais se incluem a capacidade de escuta ativa, de expressar opiniões e sentimentos de forma clara, de cooperar e liderar em grupos, de impor limites e expressar recusa e de expressar uma opinião diferente da do outro (Pereira, 2024).

Atualmente, a inteligência emocional é considerada como um indicador de maturidade psicológica e como um requisito tanto para o sucesso académico como profissional (Ennakra & Alaoui, 2021). Inquestionavelmente, as pessoas com maior inteligência emocional são capazes de usar as suas capacidades sociais para tirar proveito de

relacionamentos profissionais e de usar as suas capacidades emocionais para identificar e controlar situações em seu redor (Gonzaga & Rodrigues, 2018).

No domínio da inteligência emocional, vários autores (e.g., Goleman, 1998; Poulou, 2010; Pérez-Díaz & Petrides, 2021), não encontraram diferenças significativas mediante o género. Adicionalmente, Ahmad et al. (2009) consideram que a inteligência emocional não respeita o género. Em contrapartida, num estudo que abrangeu 500 pessoas, nomeadamente 250 mulheres e 250 homens, determinou que os homens obtiveram pontuações mais elevadas em inteligência emocional do que as mulheres (Ajmal et al., 2017). Mais recentemente, no estudo de Pérez-Díaz et al., (2022), ressalta-se que as mulheres têm maior níveis de inteligência emocional comparando à dos homens.

Não obstante, Jiang et al. (2020) defendem que tanto os homens como as mulheres têm diferentes bases neurais a nível da inteligência. Mantendo essa lógica, o género feminino predomina o nível interpessoal e o género masculino prevalece ao nível intrapessoal (Dantas, 2017). De facto, os cérebros masculinos e femininos, calculam de maneira diferente aquilo que os outros sentem e processam de forma diferente os estímulos visuais, auditivos e sensoriais (Freitas, 2016). Nesta senda, Pereira (2022) também considera que existe um funcionamento distinto dos sistemas comportamentais e cognitivos consoante o sexo. Acrescenta, ainda que, o cérebro masculino se direciona mais para a construção de sistemas e para a procura de entendimento, enquanto que, o cérebro feminino tem mais tendência a sentir empatia.

Para Tommasi et al. (2023) o género masculino consegue perceber e gerir as suas próprias emoções, lidar com os eventos da vida e controlar os seus próprios impulsos, já o género feminino é mais propício a reconhecer, distinguir e a ler as emoções dos outros. Aliás, Pereira (2022) defende que as mulheres tendem a ser mais expressivas, partindo do pressuposto de que desenvolvem competências verbais e emocionais mais cedo que os homens e, por este motivo, tendem a expressar-se emocionalmente melhor do que os homens.

Diante do exposto, tanto as mulheres como os homens no desempenho das suas funções cognitivas utilizam estratégias, sendo estas nem melhores nem piores que outras, mas que empregues de formas diferentes (Ahmad et al., 2009; Guillem & Mograss, 2005).

1.2 Inteligência Emocional e Negócios Empreendedores

O empreendedorismo é considerado um termo dinâmico e multidimensional extraordinariamente difícil de definir (Carree & Thurik, 2005). É, de facto, um fenómeno global que emerge de mudanças profundas nas relações internacionais entre empresas, nações, mercado de trabalho, modos de produção, formação profissional e académica (Muniz, 2008).

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (2010), este termo incorpora a criação de novos negócios e o desenvolvimento de novas oportunidades em empresas já constituídas. Segundo a mesma fonte, é determinado como qualquer tentativa de constituição de um emprego próprio, de um novo negócio, de uma nova organização empresarial ou até do desenvolvimento de um negócio já edificado, seja por parte de um grupo ou de um individuo, ou mesmo de negócios que estejam constituídos.

Numa primeira instância, o empreendedorismo envolve a criação de algo novo e de valor acrescentado, depois o sacrifício e o comprometimento de esforço e tempo que são imprescindíveis para implementar um negócio, e, por fim, o assumir os riscos, críticas e decisões (Dornelas, 2008).

Desta forma, o empreendedorismo torna-se, assim, no fator-chave para o sucesso dos negócios, uma vez que, contribui para o crescimento e para a sobrevivência das empresas (Cunha, 2016).

O desígnio deste conceito, segundo a visão da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), é a execução de qualquer ação humana, cujo objetivo seja de gerar valor, a partir da criação de uma atividade económica, originando, assim, novos processos, produtos ou mercados (OCDE, 2017).

Em síntese, o conceito em empreendedorismo poderá ser entendido como uma propensão para inovar, gerar, assumir responsabilidades, aceitar a mudança, estabelecer objetivos e conseguir concretizá-los através da motivação e da vontade para o sucesso (Chaves, 2009).

O papel da inteligência emocional é, de facto, uma evidência que poderá ser usada como uma ferramenta de autoconhecimento e de auxílio social no desenvolvimento de relacionamentos com outras pessoas, o que permite aos profissionais serem mais bem-sucedidos (Ponte, 2022). Na literatura menciona que existem, seguramente, influenciadores significativos na conquista do sucesso organizacional através das suas habilidades e dos

seus traços de personalidade únicos, conduzindo assim a um próspero e sustentável empreendedorismo (Mamun et al., 2018).

No âmbito organizacional, a conciliação das habilidades sociais e emocionais tendem a ser cada vez mais debatidas, uma vez que, tem tendência a influenciar o devido desempenho profissional dos indivíduos (Garcia, 2019). O mesmo autor indica que a função central de uma organização é, efetivamente, gerir e avaliar o desempenho dos seus colaboradores.

Observando este panorama organizacional, há inúmeros benefícios para o desenvolvimento da inteligência emocional através do trabalho em equipa, da liderança sobre a mesma, bem como na gestão do desempenho de todos os membros integrados (Dantas, 2017). Em outros termos, a inteligência emocional constitui um dos alicerces para o desenvolvimento das relações humanas, principalmente, enquanto profissionais (Ennakra & Alaoui, 2021).

Primeiramente, o empreendedorismo é um contexto de trabalho altamente emocional (López-Núñez et al., 2022). Por isso, calcula-se que os empreendedores que dominem a inteligência emocional proporcionarão uma possível vantagem competitiva, visto que, estes indivíduos tem uma maior capacidade de negociar com as partes interessadas levando a que consigam não só iniciar como também expandir potencialmente os seus empreendimentos (Miao et al., 2018). Por este motivo, pessoas com elevada inteligência emocional utilizam melhor as suas habilidades de regulação emocional, exibem maior tolerância ao stress e adquirem mais proatividade e criatividade através das emoções auto percebidas, influenciando assim o comportamento empreendedor (Ingram et al., 2019).

Com base na literatura desenvolvida, a própria natureza do empreendedorismo está repleta de riscos, incertezas e pressões, por isso, a inteligência emocional se torna essencial na criação de um novo empreendimento (Miao et al., 2018). Na verdade, o indivíduo emocionalmente inteligente tem a capacidade de lidar com fatores de distração e pressões externas em que interferem no desempenho de execução de determinadas tarefas, contribuindo assim para uma melhor performance individual (Garcia, 2019). Mediante o raciocínio analisado podemos afirmar que a inteligência emocional está associada à saúde física e mental e que, de facto, poderá prever a satisfação no trabalho bem como a adaptabilidade profissional (Wen et al., 2020).

Não obstante, faz parte do ser empreendedor identificar oportunidades, tal aptidão advém da inteligência emocional do empreendedor ao saber gerir as suas emoções e manter uma visão positiva sobre as mesmas de forma a ter maiores probabilidades de reconhecer novas

oportunidades empreendedoras (Miao et al., 2018). Diante do exposto, a vantagem competitiva e a continuidade dos negócios são alcançadas através das metas e dos objetivos estabelecidos pelo empreendedor encaminhando assim para um sucesso empresarial (Rașcă & Deaconu, 2018).

É inegável que, as pessoas que não tem inteligência emocional podem condicionar o ambiente de trabalho, por isso, é necessário que as pessoas encontrem o caminho não só para se manterem equilibradas independentemente das situações, mas também para adaptarem-se às mudanças nos ambientes organizacionais (Varshney & Varshney, 2020).

Ademais, o empreendedorismo é afetado positivamente pela inteligência emocional de diversas formas, das quais se destacam como uma maior compreensão das necessidades do cliente, uma melhoria da gestão das emoções perante os obstáculos, maior inovação e a obtenção de uma melhor liderança e de habilidades de negociação (Pathak & Goltz, 2021).

É crucial para um empreendedor superar diversos desafios e aprimorar a sua capacidade de foco e de decisão, afim de poder desenvolver a sua empresa, o que exige de todo uma constante motivação e resiliência (Allen *et al.*, 2020). Os autores referidos indicam que a inteligência emocional está também ligada ao enriquecimento das habilidades sociais, sendo estas devidamente importantes para o progresso de negócios empreendedores, com o propósito de adquirir os recursos necessários e de sinalizar a sua legitimidade para alcançar o desejado sucesso empresarial.

Inquestionavelmente, há estudos que indicam que existe uma relação entre a posição empreendedora e as competências de um indivíduo, o que significa que, o sucesso do empreendedor está relacionado com a capacidade de se adaptar à evolução e às capacidades requeridas (Vieira, 2023).

Nesse sentido, um empreendedor deverá saber controlar e gerir as suas emoções de forma equilibrada para que as suas decisões sejam devidamente ponderadas na concretização de um negócio (Moitin et al., 2023). Assim, o empreendedor fará uso da autoconsciência, sendo esta umas das características da inteligência emocional, com o propósito de compreender e saber lidar com as situações habituais no ambiente de trabalho (Lucio et al., 2022).

Desta forma, quando o papel e a importância da inteligência emocional fazem parte do conhecimento de um individuo empreendedor, este conseguirá decifrar quais são os pontos

positivos e negativos a respeito de uma determinada situação e como obter maiores resultados a partir de uma decisão equilibrada, uma vez que as suas ações não serão alvo de emoções desequilibradas (Moitin et al., 2023).

Para um empreendedor ter sucesso profissional, terá de ter determinadas características que, segundo (Dornelas, 2008), são, por exemplo, o ser visionário, determinado, dinâmico, independente, líder e, para além disto, assumir riscos calculados e criar valor para a sociedade. Destaca-se ainda, a importância da orientação empreendedora para o desejado sucesso das empresas (Miller, 1983), que segundo este autor se destaca em dimensões tais como, a proatividade, o assumir riscos, o comportamento inovador, a autonomia e a agressividade competitiva. É importante mencionar que a dimensão da autonomia se expressa pela prática de uma forte liderança e por um comportamento independente do empreendedor, resultando assim, numa expressão volitiva do empreendedor que conduzirá ao desenvolvimento de novos produtos ou serviços (Lumpkin & Dess, 1996).

Relativamente às habilidades necessárias dos empreendedores, segundo os autores Hisrich e Peters (2004), dividem-se em habilidades administrativas (Marketing, Negociação, Contabilidade), habilidades técnicas (Estilo administrativo, Tecnologia) e habilidades empreendedoras pessoais (Inovação, liderança, visão de futuro).

Thiripurasundari (2024) defende no seu estudo que as organizações que investem nos seus funcionários com a intenção de aprimorar a inteligência emocional afim de os tornar numa equipa mais vigorosa, através de programas direcionados, emerge uma nova possibilidade de prosperar no mundo empresarial. Indubitavelmente, os líderes que fazem uso das suas capacidades, de forma a melhorar as suas empresas, reconhecem que a empatia é muito mais do que saber relacionar e simpatizar com as pessoas à sua volta (Goleman, 2017).

Nos últimos anos, a atividade empreendedora portuguesa tem vindo a evoluir de forma positiva, apoiando o desenvolvimento da atividade económica do país e contribuindo para a criação de uma cultura empresarial dinâmica, e que permite a geração de cada vez mais emprego e investimento (GEM, 2019).

Simultaneamente, as empresas passo a passo estão mais preocupadas em garantir o bem-estar emocional dos seus colaboradores, garantindo serviços de saúde mental e a disponibilização de horários mais alargados e individualizados (Michael Page, 2022). A fonte citada elucida a importância do saber lidar com as emoções, nomeadamente, no local

de trabalho, sendo que muitas vezes estas são esquecidas e passam a ter efeitos devastadores tanto para os colaboradores como para o funcionamento das empresas.

Do ponto de vista organizacional, para aqueles que querem empreender terão de lidar com vários desafios e, por isso, é muito importante saber lidar com as emoções e ter um controle emocional equilibrado (Murbach, 2021). Desta forma, a inteligência emocional justifica-se por ser uma ferramenta útil para as empresas.

1.3 Género e Negócios Empreendedores

No mundo empreendedor, existem imensos desafios de equidade de género a níveis hierárquicos, nomeadamente, a continua presença inferior de mulheres em organizações, tanto na coordenação como na gestão de equipas (Vilela et al., 2020).

Para muitos autores, assumem que não há diferença entre homens empreendedores e mulheres empreendedoras (Basit et al., 2020). Segundo Özsungur (2019), o empreendedorismo feminino é visto como um ato intelectual, uma ideia cujo propósito é desenvolver o empreendedorismo num todo, contrariando a ideia equivocada de que esta forma de empreendedorismo foi concebida para contradizer o empreendedorismo masculino. De facto, este autor, transmite a opinião de que a mulher que cria e gera ideias de negócio inovadoras conduzindo à geração de lucro, é considerada uma mulher empreendedora.

Assim, este conceito é determinado como o envolvimento de mulheres empreendedoras na gestão e na tomada de decisão de negócios independentes com o propósito de assumir o seu próprio negócio, e como resultado contribuir para o aumento das receitas locais, para a redução da pobreza e, à vista disso, para o incremento económico local (Hapsari & Soeditaningrum, 2018).

Torna-se importante ressaltar que este movimento de força feminina surge como uma possibilidade de não só abrir como garantir espaço para o público feminino no mercado de trabalho, combatendo assim as barreiras que ainda existem relativamente ao género (Faria et al., 2020). Este processo de inserção demonstra uma nova faceta da sociedade em que proporciona um ambiente harmónico entre homens e mulheres (Xavier et al., 2023).

No ponto de vista dos autores Hisrich e Peters (2004), as mulheres empreendedoras passaram a ganhar importância na criação e no desenvolvimento de negócios, apresentando características e competências empreendedoras, tendo especificidades em relação às dos homens empreendedores. De facto, Carreira et al. (2015) identificaram características comuns aos empreendedores tais como a determinação e persistência no trabalho, a visão de mercado e oportunidades, a manutenção de network e o planeamento e cumprimento de metas.

Na maioria das vezes o que impossibilita de as mulheres obterem um significativo sucesso empresarial deve-se ao facto de terem dificuldades em equilibrar a vida familiar e profissional, nomeadamente, tarefas domésticas, educação infantil e conflitos trabalho-família, afetando negativamente na sua produtividade (Basit et al., 2020). A existência da contínua desigualdade dentro dos seus agregados familiares gera consequências que contribuem para a diminuição de poder e, também, dos privilégios interpessoais, bem como para o aumento da dependência económica (Ionescu-Somers & Sin, 2024).

Embora haja esta disparidade de género, as mulheres empreendedoras conseguem trazer novas ideias e inovações aos mercados que perseguem, nomeadamente, os mercados locais e até mesmo os internacionais, tornando-se fulcrais no desempenho de um papel importante no avanço do desenvolvimento social e na promoção do crescimento económico nas suas comunidades e obviamente nos seus países (GEM, 2022).

Em conformidade com os resultados obtidos do Global Entrepreneurship Monitor (2022), existem economias nas quais as mulheres empreendedoras estão à frente, nomeadamente, a Venezuela, Israel e Arábia Saudita, e outras economias, tais como, a Tunísia, a República da Coreia e o Brasil, em que a proporção de homens empreendedores ultrapassou a das mulheres. No mesmo relatório, menciona que há provas que as mulheres em economias mais pobres estão a perder oportunidades de negócios, já em economias mais ricas, como o Japão e a Noruega, há evidência para uma determinada igualdade de género.

Segundo os dados do Índice Mastercard de Mulheres Empreendedoras, Portugal ocupa a sexta posição no ranking dos países com maior percentagem de mulheres empresárias (MIWE, 2022). Contudo, segundo a revista Forbes (Forbes, 2022), Portugal continua a estar abaixo da média global em duas áreas de extrema importância: o acesso das mulheres empreendedoras a produtos financeiros e no apoio a PMEs (Pequenas e Médias Empresas).

No Estudo de avaliação sobre as dinâmicas empreendedoras em Portugal, no que diz respeito à distribuição da atividade *early-stage* por género em Portugal, verificou-se um aumento dos empreendedores do sexo feminino (taxa TEA de 9,9%), porém, uma contínua predominância dos empreendedores do sexo masculino (taxa TEA de 16%) (GEM, 2019). No mesmo estudo menciona quais são as principais motivações para a criação de um negócio dos empreendedores *early-stage*, nomeadamente, a necessidade de aumentar o nível de rendimento e a escassez de oportunidades de emprego. Mais especificamente, as motivações de mulheres empreendedoras são, segundo o Relatório de Empreendedorismo Feminino (GEM, 2022), a necessidade de mudar o mundo, de honrar uma tradição familiar ou contribuir para o rendimento familiar e até por uma questão de necessidade de criar riqueza pessoal. Relativamente às motivações dos homens empreendedores, tem preferência pela criação de empresas e pela necessidade de superar desafios relativos à escassez de emprego e pela procura de um equilíbrio entre a vida profissional e pessoal (GEM, 2022).

A nível da educação, as mulheres empreendedoras, globalmente, são mais propensas a terem níveis de escolaridade mais elevados que os homens empreendedores (GEM, 2022). De facto, em Portugal, segundo Índice Global de Disparidade de Género (2022), a percentagem de graduação dos empreendedores consoante o género indica que as mulheres comparando aos homens, tem os respetivos valores de 61,57% e 43,95%, o que significa que há uma diferença de 17,62% de aderência ao ensino superior. Ainda assim, na área da Tecnologia da Informação e Comunicação, o género masculino continua a ter predominância perante o género feminino (GGGR, 2022).

Além disso, os empreendedores que são formados no ensino superior, geralmente, são mais propensos a começar um novo negócio empreendedor, não só pelos ganhos salariais diferenciados comparando aos empreendedores não formados, bem como o acesso direto a recursos e técnicas fundamentais de informação (GEM, 2023).

De uma forma geral, muito se discute sobre a importância da valorização da igualdade de género, no entanto, este avanço é deveras lento e as empresas continuam a não priorizar as estratégias e iniciativas para promover a igualdade de género no âmbito organizacional (Empreendedor, 2024). Na prática, segundo um estudo publicado pelo ManpowerGroup revela que, em Portugal 46% dos empregadores reconhecem que tais iniciativas estão atrasadas ou que não foram concretamente definidas (ManpowerGroup, 2024).

Outras soluções que possam existir, mais especificamente, políticas de suporte para os empreendedores no desenvolvimento de negócios são, por exemplo, o apoio a recursos financeiros e acesso aos recursos digitais, explorar a capacitação potencial do empreendedorismo feminino (Ionescu-Somers & Sin, 2024), uma política de suporte para os setores em que as mulheres estejam inseridas e analisar as barreiras estruturais de género no ensino do empreendedorismo (GEM, 2021).

Em suma, os governos pretendem reforçar as prioridades empreendedoras com o propósito de garantir que as iniciativas se unem num possível sistema coeso, com todos os recursos necessários afim de superar os obstáculos de carácter financeiro e da criação de negócios (OCDE, 2022).

1.4 Incubadoras

As incubadoras definem-se como organizações públicas ou privadas (IDC, 2021), cuja função é acelerar o crescimento e o sucesso de *start-ups*, de forma a contribuir para a criação de novos negócios emergentes, fornecendo-lhes o apoio necessário na sua fase inicial de atividade (Nunes, 2019).

Por conseguinte, o objetivo principal de uma incubadora nos primeiros anos de formação de empresas incubadas é incrementar as suas chances de sobrevivência. Para que se torne possível, oferecem serviços, infraestruturas de qualidade, apoio à gestão empresarial e acesso a uma vasta rede de empresas, desempenhando assim, um papel fundamental ao longo deste processo (Iacono & Nagano, 2017).

Para além deste suporte, as incubadoras provêm ativos tangíveis, tais como o espaço e o acesso a equipamentos essenciais e ativos intangíveis, como por exemplo, orientação empresarial e acesso a redes de potenciais parceiros, clientes e investidores (Startup Portugal, 2024).

Adicionalmente, para garantirem o exequível desenvolvimento de novos negócios, os programas de incubação geralmente obtêm patrocínios da parte de instituições públicas ou entidades municipais, como é o caso de universidades ou de câmaras municipais, e por parte de organizações privadas (Nunes, 2019). Através destas alternativas, a empresa incubada tem a chance de minorar custos e riscos e de utilizarem equipamentos e

laboratórios sem grande investimento, a partir de instituições de pesquisa e de desenvolvimento (Marcuzzo et al, 2019).

Além disso, é importante observar que as incubadoras organizam eventos com o propósito de fornecer oportunidades de aprendizagem e *networking* para a comunidade local e para as empresas, oferecem também programas de mentoria, formação e de aprendizagem informal às empresas que sejam membros e, ainda, cobram taxas de adesão pela ocupação do espaço de escritório fornecido pela incubadora e acesso a ofertas de programas (INBIA, 2017).

De acordo com Caetano (2022), as incubadoras de empresas podem ser divididas em setores tradicionais, base tecnológica, mistas e sociais. Ademais, o mesmo autor sugere, anos antes, outra tipologia, da qual inclui o seguinte conjunto de incubadoras: Incubadoras Universitárias (UBI), Centros de Incubação de Negócios (BIC), Incubadoras Privadas Independentes (IPI) e Incubadoras Corporativas (CPI) (Caetano, 2019).

Importa também destacar o crédito que as incubadoras têm a nível nacional, sendo que estas têm contribuído para a sobrevivência de ideias e start-ups inovadoras, para a dinamização e para o desenvolvimento do tecido empresarial português (IDC, 2021).

Além disso, é essencial levar em consideração a Rede Nacional de Incubadoras cuja função é partilhar recursos e conhecimentos e promover a cooperação, de forma a melhorar os serviços e produtos disponibilizados aos empresários e empresas incubadas existentes no país, sendo estas criadas por iniciativa de polos científicos e tecnológicos, universidades, autarquias, empresas particulares ou, até mesmo, por entidades estrangeiras (Portugal Digital, 2022). Segundo a mesma fonte, esta rede viabiliza mais de 150 incubadoras portuguesas, desempenhando um papel determinante na taxa de sucesso de *startups* inovadoras.

Ademais, as empresas incubadas adquirem valor através do processo de incubação (Marcuzzo et al., 2019), processo este que está dividido nas seguintes etapas (Tabela 2):

Tabela 2 - Processo de incubação

Etapas		
Pré-Incubação	Incubação	Desenvolvimento
Avaliação do projeto e elaboração do plano de negócios para o lançamento no mercado.	Destinada a empresas que estejam constituídas, com menos de 24 meses.	Destina-se a empresas com mais de 24 meses e <i>spin-offs</i> de empresas maduras, com propósitos centrais de assegurar a sua sobrevivência e crescimento após saída do espaço de Incubação e futura instalação no próprio município.

Fonte: Adaptado de START Esposende (2024).

Apesar de a incubadora permitir uma consolidação organizacional, a incubação não garante a contínua sustentabilidade das empresas incubadas (Silva, 2019).

Torna-se crucial ainda referir que, as incubadoras de empresas desempenham um papel fundamental no estímulo ao empreendedorismo, no desenvolvimento económico e na constante promoção de inovação (Caetano, 2022). O mesmo autor defende que as incubadoras providenciam um ambiente oportuno para o fortalecimento do ecossistema empreendedor, para o surgimento e crescimento de empreendimentos inovadores e, desta forma, será possível fomentar uma geração de empregos qualificados e de contribuir para o progresso social e tecnológico.

1.5 Proposições de Investigação

As proposições são afirmações que contém estrutura e são apresentadas como o resultado de um argumento sustentado por factos (Bauer & Gaskell, 2002). Por outro lado, as proposições de investigação são associações postuladas entre constructos baseados numa lógica dedutiva, na medida em que são estabelecidas de modo declarativa, assinalando assim uma relação de causa e efeito (Bhattacharjee, 2012). Ainda segundo este autor, comunicar a relação entre dois ou mais constructos é o devido propósito de uma proposição, nesse caso, os critérios que esses constructos devem ter é que tenham descrição e clareza.

Com esse propósito, foi realizada anteriormente uma indispensável revisão literária de modo a revelar os aspetos mais pertinentes para a construção deste estudo. Nesse sentido,

considerou-se um conjunto de proposições de investigação fundamentais para as quais se deseja obter resposta (Tabela 3).

Tabela 3- Proposições de investigação

Construtos	Dimensões	Autores	Proposições de Investigação (P)
Inteligência Emocional	Autoconsciência Emocional	Goleman (1995, 2015) Moitin et al. (2018)	P1: A inteligência emocional afeta positivamente o desenvolvimento de negócios empreendedores. P2: Os empreendedores estão familiarizados com o conceito de inteligência emocional e a sua importância para o desenvolvimento de negócios.
	Autocontrolo Emocional	Gonzaga & Rodrigues (2018); Moitin et al. (2023)	
	Automotivação	Allen et al. (2020); GEM (2023); Pereira (2024)	
	Empatia	Bradberry & Geaves (2016)	
	Habilidades Sociais	Gonzaga & Rodrigues (2018); Garcia (2019)	
Género	Feminino	Özungur (2019); Basit et al. (2020)	P3: Empreendedores do género masculino são mais efetivos na concretização de negócios empreendedores.
	Masculino	Pereira (2022); Tommasi et al. (2023)	
Negócios Empreendedores	Assunção de Riscos	Miller (1983); Dornelas (2008); Miao et al. (2018)	P4: A inteligência emocional é decisiva para que os empreendedores assumam riscos, sejam proativos, inovadores e autónomos no processo de desenvolvimento de negócios.
	Proatividade	Miller (1983); Ingram et al. (2019)	
	Comportamento Inovador	Miller (1983); Pathak & Goltz (2021)	
	Autonomia	Miller (1983); Lumpkin & Dess (1996)	
	Agressividade Competitiva	Miller (1983)	
Incubadoras	Desenvolvimento dos Negócios	IDC (2021); Portugal Digital (2022); Caetano (2022); Startup Portugal (2024)	P5: A incubadora fornece ferramentas para o empreendedor desenvolver negócios.

Fonte: Elaboração própria.

2.1 Abordagem Metodológica

A presente divisão tem como objetivo apresentar a metodologia usada no presente estudo, nomeadamente, o tipo de pesquisa realizada. A primeira fase deste trabalho consistiu na leitura e pesquisa bibliográfica sobre os temas relacionados com os conceitos anteriormente especificados e inerentes para a compreensão devida deste estudo.

Mediante as questões que foram anunciadas nesta investigação, a abordagem metodológica que se tornou mais adequada é a abordagem qualitativa.

Etimologicamente, o significado atribuído à metodologia assume-se como o estudo da organização, dos caminhos percorridos e dos instrumentos utilizados para realizar uma pesquisa científica (Fonseca, 2002). Quanto à abordagem qualitativa, de forma esclarecedora, este tipo de abordagem não se preocupa com representatividade numérica e tem tendência a ser direcionada ao longo da sua prossecução. Além disso, o pesquisador procura compreender os fenómenos do estudo em questão segundo a perspectiva dos participantes e, com base nessa informação, procura formalizar a sua própria interpretação dos acontecimentos (Godoy, 1995).

A escolha desta metodologia pressupõe a efetuação de uma análise profunda de conhecimentos, conteúdos e atributos de qualidade dos fenómenos estudados. De acordo com (Vilelas, 2020), os estudos qualitativos não se baseiam apenas nos dados primários, mas também, nos fundamentos teóricos desenvolvidos pela literatura. O mesmo autor indica que, nestes estudos existe uma relação dinâmica entre o sujeito e o mundo real, algo que não é possível se traduzir em números. Reforça ainda, a afirmação de que a investigação qualitativa pretende interpretar a realidade comportamental e social de um dado fenómeno, bem como perceber como os próprios seres humanos conseguem interpretar e atribuírem sentido à sua realidade subjetiva.

A abordagem eleita neste estudo prossegue-se com recurso ao método do estudo de caso, sendo este um dos métodos mais comuns na investigação qualitativa que consiste numa inspeção detalhada de um acontecimento, sujeito ou situação (Bogdan & Biklen, 1992). Estes autores defendem que esta abordagem permite compreender melhor as questões particulares do estudo através do conhecimento direto dos factos. Desta forma, o estudo de caso é preferido com o propósito de entender os fenómenos sociais complexos, dado que, possibilita ao investigador reter informações de eventos da vida real (Yin, 2010). Consequentemente, optou-se pelo estudo de casos múltiplos, o que permite uma maior

exploração das fulcrais questões de investigação, mas também, a criação de uma vigorosa teoria (Eisenhardt & Graebner, 2007). Para completar a estratégia desta investigação, faz sentido que a pesquisa seja exploratória, considerando que esta pesquisa envolve toda a bibliografia adquirida bem como as entrevistas realizadas (Gil, 2010).

2.2 Seleção dos participantes

Primeiramente, selecionou-se a agência de incubação da START Esposende, para prosseguir com a investigação das empresas que estivessem incubadas no local.

Depois, o método de seleção de empresas incubadas executou-se através da amostragem não probabilística, por julgamento. Sendo que, este método é feito a partir do julgamento do entrevistador e este define quais são os critérios essenciais para a sequência do seu estudo.

Assim, os principais critérios utilizados para a escolha de empresas foram os seguintes: (1) a empresa tinha que estar obrigatoriamente incubada na START Esposende e (2) o empreendedor de cada empresa teria que participar na entrevista.

2.3 Instrumento

Para a recolha de dados será utilizado como instrumento o guião de entrevista (ver Apêndice I).

O objetivo principal da entrevista consiste em fornecer informação profunda e pormenorizada ao entrevistador acerca de determinadas representações ou perceções em relação a um dado tópico ou realidade social, de maneira a que contribua para a compreensão de sentidos, conceções e significados que os sujeitos possam, de facto, atribuir às suas ações (Morgado, 2013). Este processo de comunicação implica que tanto o entrevistador como o entrevistado se influenciem mutuamente, havendo consciência do ato ou até mesmo inconsciência (Aires, 2015). Ainda segundo este autor, todavia, este processo está longe de ser uma circunstância social espontânea, devido à pré-preparação do entrevistador para estar à altura no momento da entrevista. Por isso, no momento em que decorre a entrevista, se origina uma interação criativa cheia de significados que contem não

só características do entrevistado como também do entrevistador, influenciando constantemente a direção da mesma.

Continuamente, existem diferentes modelos de entrevistas dentro dos quais são, por exemplo, as entrevistas estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas. As estruturadas constituem um conjunto de perguntas pré-estabelecidas em que contem um limite de categorias de resposta, sendo estas registadas pelo entrevistador durante a interação com o entrevistado (Fontana & Frey, 1994). As semiestruturadas permitem que haja flexibilidade no fluxo do diálogo, no conteúdo e na ordem das perguntas, em virtude de dar oportunidade para surgir tópicos novos ou até mesmo de questionar aqueles que foram descuidados (Saunders et al., 2019). Quanto às não estruturadas, não há uma ordem a seguir, pois o entrevistador não leva consigo qualquer tipo de guião com tópicos possíveis a abordar e, por isso, todas as perguntas surgem do contexto imediato e o fluxo da conversa vai surgindo naturalmente ao longo dos acontecimentos.

Neste estudo, o modelo que se considera ser mais indicado é o da entrevista semiestruturada.

2.3.1 Guião de entrevista

Para a elaboração do guião procedeu-se ao levantamento das principais temáticas/construtos e os fatores que se relacionam com estes (Tabela 4).

Tabela 4 - Guião de Entrevista

Constructos	Fatores	Autores	Questões (Q)
Inteligência Emocional	Autoconsciência Emocional	Goleman (1995); Goleman (2015); Moitin et al. (2018)	Q14; Q15
	Autocontrolo Emocional	Goleman (1995); Moitin et al. (2018); Pereira (2024)	Q14; Q16
	Automotivação	Allen et al. (2020); GEM (2023); Pereira (2024)	Q14; Q19
	Empatia	Bradberry & Greaves (2016)	Q14; Q17
	Habilidades Sociais	Baghianimoghadam et al. (2015); Garcia (2019); Pereira (2024)	Q14; Q18
Género	Feminino	Özungur (2019); Basit et al. (2020); GEM (2021); OCDE (2022)	Q1; Q24; Q25; Q26; Q27
	Masculino	Pereira (2022); Tommasi et al. (2023)	Q1; Q24; Q25; Q26

Negócios Empreendedores	Empreendedor	Miao et al. (2018); Mamun et al. (2018); Ingram et al. (2019)	Q14; Q20; Q21; Q22; Q23
	Características Empreendedoras	Dornelas (2008)	Q13
Incubadora	Serviços disponibilizados	Iacono & Nagano (2017); Portugal Digital (2022); IDC (2021); Caetano (2022); Startup Portugal (2024)	Q9; Q10; Q11; Q12

Fonte: Elaboração própria.

Antes do contacto direto com os participantes selecionados, estes foram devidamente informados acerca do propósito, processo e duração da futura entrevista. Portanto, o guião de entrevista foi enviado com justa antecedência de forma a possibilitar ao entrevistado uma devida preparação para a mesma e proporcionar mais tempo para o surgimento de ideias em torno das perguntas e até de sugerir matérias de importante relevância.

De igual modo, os participantes também foram informados que seriam sujeitos a uma gravação de áudio, cuja finalidade seria de facilitar o trabalho do entrevistador, para que este pudesse analisar corretamente e possibilitando uma correta transcrição de toda a entrevista. Uma vez que todos os participantes autorizaram a gravação prosseguiu-se com o avanço das entrevistas.

2.4 Caracterização da incubadora e dos incubados

2.4.1 Incubadora: START Esposende

Foi fundada no ano de 2020 e apresenta-se como uma Agência de Captação Investimento e Incubadora de Empresas do Município de Esposende. A START Esposende possibilitou o desenvolvimento económico, a atração de novos investimentos e inovação no município de Esposende, tornando assim a cidade mais aprazível na criação de novos negócios e na adesão de novas parcerias (START Esposende, 2024).

Esta incubadora atua em três modalidades: a incubação virtual, *coworking* e o gabinete de empresas. Relativamente ao seu programa de incubação, este opera através de três etapas: a pré-incubação, onde se assegura um plano de negócios suficientemente desenvolvido; a incubação, destina-se às empresas que completaram com sucesso a etapa a anterior; e o

desenvolvimento, com o propósito de assegurar a sobrevivência, o crescimento e a instalação física da empresa.

Atualmente, têm 79 projetos incubados, em áreas como saúde e bem-estar animal, marketing digital, gestão de condomínios, promoção de eventos, desporto, transporte rodoviário, e-commerce, indústria têxtil, entre outros.

Os estudos de casos que serão apresentados a seguir são fruto desta incubadora.

2.4.2 Incubados da START Esposende

Caso A – Be a Bunny

A empresa Be a Bunny foi recentemente fundada em 2023 pela empreendedora Andreia Neves e abrange o setor de e-commerce.

A ideia de criação desta empresa surgiu através da tentativa de colmatar uma necessidade própria, uma vez que, não havia tanta informação disponível acerca do mundo de alimentação e de cosmética vegana e, por essa razão, a CEO decidiu criar um espaço online, em que tivesse várias marcas e que quem quisesse comprar, tivesse a certeza absoluta que aquilo não tinha nenhum ingrediente de origem animal nem que fosse testado em animais.

Desta forma, este Marketplace simplifica a compra de produtos de higiene e cosmética vegan e *cruelty free*, o que permite aos clientes terem escolhas muito mais sustentáveis e, essencialmente, amigas do ambiente e dos animais. Atualmente, a empresa está presente no mercado online português, nomeadamente, Portugal Continental e arquipélagos.

Caso B – Strive

A STRIVE é uma agência de marketing digital e produção de vídeo. Foi consolidada em dezembro de 2023 por três jovens empreendedores e a sua sede encontra-se localizada no concelho de Esposende.

Esta empresa procura aperfeiçoar a visibilidade e a qualidade das marcas e impulsionar negócios no ambiente digital através de experiências criativas, de estratégias e campanhas personalizadas, atendendo a todas as necessidades dos clientes.

Para além da presença no mercado nacional português, já atuou em mercados estrangeiros dos quais se identificam a França, a Suíça e o Canadá.

Caso C – Bordata

A empresa BORDATA, cuja sede está localizada em Esposende, foi fundada em 2023. O serviço que oferece é de consultoria na área das tecnologias de informação e atualmente está presente no mercado português e na Irlanda.

Este empreendimento procura capacitar as empresas na tomada de decisões baseada em dados, comprometendo-se a atender às necessidades exclusivas de cada cliente, com o intuito de impulsionar o seu crescimento.

Caso D – Mini Academia

A Mini Academia foi fundada no ano de 2021 e presta serviços em locais públicos, como escolas, academias ou pavilhões de desporto em várias cidades, nomeadamente, Braga, Porto, Viana do Castelo, Vila Nova de Gaia e Esposende.

Mais concretamente, o seu setor de atividade está focado na prestação de serviços de desporto para crianças entre um ano e meio e os sete anos, e toda a equipa é formada por treinadores profissionais.

Esta empresa oferece um novo conceito multidesportivo, permitindo às crianças terem uma introdução ao mundo do desporto de uma forma mais inspirada e dinâmica e poderem ter uma vida mais ativa desde o começo, nas mais variadas modalidades, como o futebol, o futsal, o basquetebol e o voleibol.

Caso E – Full Belly

A Full Belly foi recentemente fundada em maio de 2024 por três jovens empreendedores e a sua sede localiza-se na cidade de Esposende.

Esta nova empresa difere-se no concelho por abranger o setor de fabrico de alimentos para animais de companhia, permitindo aos seus clientes terem escolhas mais saudáveis para os seus animais de estimação.

A Full Belly garante o bem-estar animal através de alimentos desidratados, sem conservantes, minimamente processados e confeccionados a partir de uma equipa de veterinários.

3.1 Resultados

Tendo em consideração o conteúdo e a evidência retirada das entrevistas (ver Apêndice II), importa apresentar os resultados considerando as proposições de investigação do presente estudo e interetá-las com o enquadramento teórico.

Relativamente às primeiras questões de investigação (Q1 a Q4) verificou-se que 80% dos entrevistados pertencem ao género masculino e faixa etária está entre os 24 e 41 anos, ou seja, tem uma idade média de 30,8 anos. Quanto ao ano de fundação das empresas incubadas corresponde maioritariamente a 2023, sobrando apenas duas empresas com os respetivos anos 2021 e 2024. No que diz respeito aos setores de atividade, incluem o Marketing Digital e Produção de Vídeo, Consultoria na área das Tecnologias de Informação, Prestação de Serviços de Desporto para Crianças, Fabrico de Alimentos para Animais de Companhia e E-commerce.

A respeito da ideia da criação da empresa (Q5), de uma forma geral, as empresas entrevistadas construíram o seu negócio por necessidade própria, ou seja, para colmatar uma necessidade do seu dia a dia, como foram os casos das empresas A e E. Por outro lado, no caso das empresas C e D, observaram uma necessidade no mercado, ou seja, identificaram uma oportunidade e decidiram avançar.

Em relação à formação académica do empreendedor (Q6), verifica-se que todos os entrevistados prosseguiram no ensino superior, uma vez que, se apresentam licenciaturas em Educação Social, em Marketing, em Gestão de Empresas, em Ciências do Desporto e Engenharia Biomédica. No que concerne aos anos de experiência (Q7), a média dos empreendedores equivale a 7,6 anos. Quanto a nível de mercados abrangentes (Q8), é importante referir que para além de Portugal Continental, as empresas incubadas conseguiram se internacionalizar para países como França, Suíça, Irlanda e Canadá.

De modo a dar seguimento à questão das empresas se candidatarem a uma agência de incubação, foi discutido (Q9) quais seriam as suas respetivas razões. Por um lado, a empresa A, considera a mentoria unicamente essencial: *“Foi a mentoria”* (Q9EmA). Por outro lado, as empresas B e E, focam-se em aumentar a sua rede de parceiros e a proximidade ao município local: *“o planeamento todo da alimentação do plano de negócios, o contacto direto com a rede de empreendedores que foi mesmo essencial no nosso crescimento e eu diria que foram os dois os mais impactantes, claro que depois tem muitas ações de formação que também nós costumamos aproveitar”* (Q9EmB); *“Foram*

duas coisas, a mentoria e segundo a proximidade ao município para nos ajudar também a encontrar os parceiros, foi isso.” (Q9EmE). Mais concretamente, de forma a aprofundar esta temática, procurou-se saber quais foram os recursos ou serviços fornecidos pela incubadora às empresas (Q10) e quais os que mais contribuíram para o desenvolvimento dos negócios das mesmas (Q11). Como já foi mencionado, a mentoria é, de facto, decisivo para todas as empresas entrevistadas e, acrescenta-se ainda que, a incubadora dispõe do espaço físico, material e presta serviços apelantes no que diz respeito à divulgação da própria empresa incubada. São os casos, por exemplo, das empresas C, D e E: *“o espaço e a mentoria e, também, a rede de outros incubados, de network.”* (Q10EmC); *“foi uma grande ajuda na parte de gestão, principalmente, de recursos, de material, mesmo de colaboradores,”* (Q11EmD); *“a mentoria, (...) consultoria de parceiros, (...) e depois também a ajuda da divulgação.”* (Q10EmE).

Em contrapartida, existem recursos e/ ou serviços que a incubadora não foi capaz de fornecer (Q12): *“financiamento não é... vamos pôr financiamento apesar de parecer um pouco, não vou dizer injusto, mas se calhar não, também não é um, um dos principais papéis da incubadora, mas talvez haver uma maior aproximação de financiamento privado.”* (Q12EmC); *“é o acesso a financiamento, acho que é onde nós tivemos muito pouco contacto e (...) numa empresa numa fase muito inicial acaba por ser muito importante o acesso ao capital e se calhar acho que não está bem desenvolvido na parte da START Esposende.”* (Q12EmE).

Por outro prisma, a empresa B considera que não houve nada que a incubadora tenha sido incapaz de oferecer: *“Por acaso são mesmo cinco estrelas o serviço deles. Não me estou a lembrar de nada para ser sincero.”* (Q12EmB).

Acerca das características empreendedoras (Q13) que os empreendedores mais valorizam para o desenvolvimento de um negócio são: *“a comunicação e a resiliência.”* (Q13EmA); *“é a resiliência, ou seja, a capacidade de quando aparece um obstáculo e aparecem todos os dias, conseguir não só resolver não é, mas também ao mesmo tempo não desanimar com isso,”* (Q13EmE). Sob outra perspetiva, a empresa C considera o seguinte: *“a necessidade de procurar, (...) a capacidade de procurar ajuda, apoio, e na rede de mentores, na rede de outros incubados, e a propensão, a capacidade de arriscar, sair da zona de conforto que é um bocado cliché, acima de tudo não ter medo, mas acima de tudo procurar, procurar entre outras, com outras pessoas que já o tenham feito.”* (Q13EmC).

De encontro com a empresa C, o caso da empresa B evidencia também a decisiva característica empreendedora: *“não ter medo de arriscar e saber viver em alguns períodos de incerteza. Isso numa fase inicial.”* (Q13EmB).

As questões Q14 e Q21 à Q23, representam as proposições P1, P2 e P4 deste estudo, nas quais se pretende averiguar se a IE afeta positivamente os negócios internacionais, se os empreendedores estão familiarizados com o conceito de IE e, se a IE é decisiva para que os empreendedores assumam riscos. Existe um consenso entre os entrevistados na medida em que há uma necessidade de IE em como perceber, entender e lidar com pessoas e as suas opiniões. Por outras palavras, é *“saber lidar com diferentes opiniões de várias pessoas que vão dizer, algumas vão concordar com umas coisas e outras vão concordar com outras e saber ter aquele sentido crítico de perceber o quê faz sentido e o que não faz sentido. Portanto acho que é muito por aqui de interesse emocional.”* (Q14EmE). Mencionam ainda, a importância de um entendimento mútuo no sentido de finalizar uma negociação, atendendo à IE *“É quase impossível porque do outro lado vai haver uma pessoa também e a parte do negócio implica exatamente isso. Se não, não havia negócio, haveria um preço certo ou o que fosse e aquilo não tinha que ser, que se definir nada. O processo de negociação acaba por envolver pelo menos duas pessoas com, e as duas têm uma agenda diferente ou um propósito diferente e é no balanço dessas duas, desses dois interesses que se faz o negócio, por isso (...) não conseguem se não atenderem à inteligência.”* (Q21EmC).

Além do mais, os entrevistados indicam que a IE se vai refletir em todo negócio, começando pelo líder e de como a IE deste indivíduo influenciará toda a organização envolvente. A título de exemplo, verifica-se o caso da empresa C que alude que: *“é fundamental dado que, posicionamos que o empreendedor é (...) o líder, por exemplo, a forma do empreendedor estar vai-se refletir no resto das pessoas, (...) dentro da organização e na forma da organização, da forma que ele se posiciona e da forma que ele trata, se relaciona com o resto da envolvente, por isso, acho que é imprescindível ter um equilíbrio porque se não, não estou a ver isso a funcionar.”* (Q22EmC).

Também o caso da empresa E acrescenta que: *“quando se está a criar uma empresa, teoricamente, estás a fazer uma coisa nova, (...) é tudo um novo conjunto de estímulos, (...) de coisas a processar e é muito importante saber desenvolver a inteligência emocional em função disto para não se deixar levar por esta e depois há muita coisa a*

acontecer ao mesmo tempo (...), ou seja, com muitas pessoas, com quantas mais pessoas se lida é importante ter inteligência emocional.” (Q23EmE).

A respeito das emoções identificadas (Q15) e de como as autorregularam (Q16), a maioria dos entrevistados admitiu que as emoções dominantes foram o medo, a frustração e a alegria, como foram os casos das empresas A e D: *“medo, frustração, contentamento, alegria (...) dúvida, inquietações.” (Q15EmA); “Medo, (...) tinha bastante ansiedade coisa que nunca tive durante a minha vida, (...) alegria, há momentos de tristeza que faz parte, momentos de frustração,” (Q15EmD).* No caso da empresa E, carrega outro ponto de vista, sendo que, as suas emoções foram essencialmente positivas: *“senti sempre muito entusiasmo. Entusiasmo e quase ansiedade, mas uma ansiedade positiva, mas aquela ansiedade de querer fazer e não uma ansiedade de nervos,” (Q15EmE).* Porém, os empreendedores consideraram maioritariamente que, o apoio psicológico e emocional de quem está ao redor no desenvolvimento de negócios, é extremamente importante: *“o apoio de teres uma boa rede de suporte, acho que é importante, sim, que às vezes duvidas muito de ti.” (Q16EmA); “o apoio psicológico é muito importante nisso. Por exemplo, o meu psicológico ajuda-me bastante” (Q16EmC).*

Mediante o propósito de compreender e reconhecer as emoções alheias (Q17) confirmou-se que, de uma forma geral, os entrevistados consideram relevante ser empático nos negócios empreendedores, bem como no dia a dia: *“é muito importante principalmente quando estamos a abrir uma empresa com outras pessoas não é, que vão ter outras formas de estar e de ver e, portanto, é muito importante, essa parte conseguir perceber a compreensão dos outros e a forma como os outros estão a ver o problema e a lidar com isso sim.” (Q17EmE).* Já o caso da empresa C demonstrou que nem sempre há esse posicionamento empático: *“Se calhar não tantas vezes como deveria não é (...) temos tendência é esquecermo-nos muito, por vezes esquecemo-nos disso, ou pelo menos eu” (Q17EmC).*

A nível das competências sociais apuradas (Q18), todas as empresas concordaram positivamente e a exemplo disso evidencio a empresa E: *“Sim, diria que sim.” (Q18EmE).* No âmbito da persistência na busca dos objetivos independentemente dos obstáculos que possam surgir (Q19), as empresas protestaram de forma direta e objetiva, ainda assim, destaco o caso da empresa B devido à estratégia que aplicam no seu negócio: *“Sim nós persistimos pelo menos um período de 3 meses, nós depois ao final de três meses é que*

fazemos uma reflexão para perceber se essa persistência se vale a pena continuar. Mas geralmente trabalhamos assim por trimestres.” (Q19EmB).

Em termos de bem-estar emocional do colaborador ser impactante para a realização de um negócio (Q20), todos concordaram ser decisivo para o desenvolvimento e crescimento do negócio, visto que são as pessoas que formam o negócio e torna-se inegável que o bem-estar das mesmas não afetaria o negócio em si. Como comprovam as empresas A e C: *“Porque o negócio vive, vive de pessoas e se as pessoas não estiverem bem não conseguem fazer o seu trabalho, por isso, o bem-estar é fundamental porque cada vez mais fala-se de saúde mental, por isso, sim ter isso presente numa empresa, acho que é importantíssimo, sim.” (Q20EmA); “Sem dúvida alguma. As empresas são feitas de pessoas, as pessoas se não estiverem bem não há negócio.” (Q20EmC).*

Em relação à abordagem emocional dos géneros masculino e feminino no desenvolvimento de negócios (Q24) identificou-se que, género não é o fator decisivo para que a abordagem seja necessariamente melhor ou pior, aliás, o caso da empresa C considerou que o *“Género é capaz de ser um bocado limitador” (Q24EmC)* e, de forma mais aprofundada, o caso da empresa D compõe o seguinte: *“eu acho que mais que género, é mais a personalidade da pessoa que afeta, não tanto o género porque não vejo muita diferença se for género masculino ou feminino, mas penso que mais por o tipo de personalidade afeta mais esta liderança e esta abordagem emocional do que propriamente o género.” (Q24EmD).* No entanto, a empreendedora do caso da empresa A considera que abordagem emocional dentro do negócio em que a maternidade é um dos aspetos em causa, calcula que seja mais fácil para o género feminino ter uma abordagem mais empática: *“eu acho que uma mulher que (...) fundou um negócio, é mais fácil ter inteligência emocional e ser empática para outras mulheres que estejam a trabalhar com elas porque sabe um bocadinho do quê que está a passar, do quê que elas precisam.” (Q24EmA).*

Relativamente à questão pertinente se o género masculino supera o género feminino no domínio da IE no desenvolvimento de negócios (Q25), os entrevistados dos casos A e C discordam. No caso da empresa A, defende o género feminino por este ter mais ocupações para além do desenvolvimento de um negócio: *“normalmente, é as mulheres que tem mais o que gerir, e tem mais preocupações em termos de, que trabalha mais a inteligência emocional.” (Q25EmA).* Não obstante, no caso da empresa C determina que o emocional feminino é mais equilibrado que o masculino: *“Não, de todo (...) nunca vi base científica*

nenhuma disso (...) inclusive até eu diria que se calhar o género feminino é emocionalmente mais equilibrado do que o masculino.” (Q25EmC).

Quanto às estratégias que são aplicadas por ambos os géneros no desenvolvimento de um negócio (Q26), a empresa A considera que as estratégias do género masculino poderão ser mais técnicas e menos emocionais que as do género feminino: *“o homem é sempre muito mais factual, mais técnico (...) e se calhar a parte emocional vem em segundo plano (...), vai para estratégias com muito mais técnicas para o desenvolvimento do negócio, ou seja, se é preciso chegar X lucro, o quê que nós precisamos de fazer (...) estes passos muito mais técnicos e as mulheres, se calhar não,” (Q26EmA).*

Para o entrevistado da empresa C, considera que o género feminino terá que aplicar estratégias precisas para comprovar de facto o que pretende alcançar: *“Nalgum tipo de negócio ou nalgumas situações o género feminino terá que fazer, num descarte que tenha que às vezes fazer mais para provar, para retirar esse bias que existe, que já vem que é histórico” (Q26EmC).* Ainda evidencia que, o género masculino tem um poder diferente nas estratégias que aplica: *“o género masculino por vezes é capaz de utilizar outras ferramentas, outros, não sei, exercer o poder de outra forma, tentar influenciar... Não vou dizer que é todo o feminino ou todo o masculino que vai fazer uma coisa ou outra.” (Q26EmC).*

Por fim, mas não menos importante, todos os entrevistados confirmaram existirem lacunas no apoio financeiro para o desenvolvimento de negócios empreendedores (Q27). Evidencia-se o exemplo do caso C: *“em Portugal não há uma cultura de apoio ao investimento de risco. Já se fez alguma coisa, mas ainda estamos muito longe disso, é extremamente difícil alguém tentar, sem ter já capitais ao abrir um negócio e tentar financiar o centro do mercado, especialmente para algo que seja mais inovador, eu considero isso muito, muito difícil.” (Q27EmC).* Outro exemplo, é o caso da empresa D em que menciona que uma ação lenta por parte dos apoios necessários para o desenvolvimento de determinados negócios poderá afetar negativamente: *“Burocrático e por vezes há certos negócios que precisam de intervenção consoante o mercado, mais rápida e que com certeza esses apoios não chegam a tempo, não chegam a dar resposta a esse tipo de negócios.” (Q27EmD).*

3.2 Discussão

Após a análise aprofundada dos principais resultados da investigação do ponto de vista crítico e conciso, com o propósito de os examinar e fundamentar com base em conhecimentos derivados da revisão da literatura, verifica-se cada vez mais a tendência dos empreendedores desejarem alcançar o domínio da Inteligência Emocional para o desenvolvimento dos negócios. De facto, o papel da IE influencia o comportamento empreendedor, conduzindo-o a obter uma maior proatividade, mais vantagem competitiva a nível de negociação e de identificação de oportunidades. Como já se verificou na literatura (Miao et al., 2018; Ingram et al., 2019), o que permite a validação da primeira proposição de investigação deste estudo: P1: *A inteligência emocional afeta positivamente o desenvolvimento de negócios empreendedores (P1).*

Verificou-se também que os entrevistados estão maioritariamente familiarizados com o conceito de IE no que diz respeito à sua importância para o desenvolvimento de negócios. Em conformidade com as respostas do caso da empresa E, o conceito de IE é deveras importante uma vez que, ao desenvolver um negócio existe um novo conjunto de estímulos, desde o processo inicial do projeto a conhecer e lidar com pessoas fora do contexto familiar, o que vai de encontro à literatura de Murbach (2021). Neste ponto, é crucial acrescentar, conforme a empresa B, que uma liderança que esteja interligada com a IE permite um crescimento positivo na empresa, tanto em termos de negócio, como de gestão de equipa, ou seja, dos seus colaboradores. Aspeto este já observado no estudo de Dantas (2017).

Tal como foi mencionado por Pathak e Goltz (2021), as empresas incubadas evidenciam que a IE afeta positivamente o desenvolvimento de negócios empreendedores. Os entrevistados no presente estudo revelam que as pessoas sem IE podem condicionar o ambiente de trabalho, existindo uma necessidade maior nas empresas de valorizarem o bem-estar de todos os seus colaboradores. Estas respostas são semelhantes aos fundamentos de Varshney e Varshney (2020). Desta forma, confirma-se uma conexão entre a evidência empírica e a revisão literária, o que valida outra proposição: P2: *Os empreendedores estão familiarizados com o conceito de inteligência emocional e a sua importância para o desenvolvimento de negócios (P2).*

Apesar da existência do estereótipo de que o género masculino predomina o género feminino no que diz respeito à concretização de negócios empreendedores, a evidência

deste estudo indica que antes de olhar para o género, há que ter em conta as características pessoais do indivíduo, o tipo de perfil, de personalidade e de experiência profissional. Em concordância com os resultados do estudo de Ahmad et al. (2009) considera que a IE não respeita o género. De acordo com os entrevistados, a nível de superioridade de género, comprovam tal afirmação, uma vez que não concordam ou simplesmente não encontram diferença, indo de acordo aos estudos de Ahmad et al. (2009) e de Guillem e Mograss (2005).

A nível do domínio da IE, o caso da empresa A, defende que a mulher consoante a maternidade tem mais responsabilidade e tarefas e que sem o devido equilíbrio emocional, se torna difícil lidar gerir o dia a dia. Por isso, evidencia que o género feminino tem mais IE que o género masculino, visto que a mulher tem que conjugar a vida profissional com a vida pessoal. Estas respostas são semelhantes aos fundamentos de Basit et al. (2020), este autor alude que o desequilíbrio entre a vida familiar e profissional impossibilita a mulher de ter sucesso empresarial. A mesma empresa acrescenta ainda que, o facto de ser uma mulher empreendedora consegue ser mais empática na prática do seu trabalho com outras mulheres que estejam na mesma condição, pois consegue identificar e perceber as emoções que a pessoa está a transmitir. De acordo com Tommasi et al. (2023) e Pereira (2022), o género feminino está mais apto para sentir mais empatia, comparando ao género masculino.

Independentemente disso tudo, os casos em estudo, de forma similar à literatura desenvolvida não consideram que o género em si supera um negócio, mas sim as características pessoais e profissionais do empreendedor, o que invalida a terceira proposição de investigação: P3: *Empreendedores do género masculino são mais efetivos na concretização de negócios empreendedores (P3)*.

Para além destes fatores indispensáveis para o desenvolvimento de um negócio, os empreendedores entrevistados consideram que é essencial estar equilibrado emocionalmente, de conseguir reconhecer e autorregular as suas emoções para o domínio das habilidades sociais, pois sem estas não seria possível empreender um negócio. Allen et al. (2020), confirma que esta competência está associada à IE e que contribuem para o progresso e o sucesso dos negócios empreendedores. Os entrevistados ainda afirmam que é deveras importante para o empreendedor ter IE para não desistir e para tal é necessário dominar as capacidades de adaptação, de resiliência e de assunção de risco. Ter inclusive a

autonomia para enfrentar os obstáculos e o sentido crítico no desenvolvimento do negócio. Características estas que estão em conformidade com o enquadramento teórico dos autores Dornelas (2008) e Miller (1983). Em virtude disto, assegura-se a validação da seguinte proposição: *A inteligência emocional é decisiva para que os empreendedores assumam riscos, sejam proativos, inovadores e autónomos no processo de desenvolvimento de negócios* (P4).

Em consonância com os resultados dos estudos Iacono e Nagano (2017) e Startup Portugal (2024), foi possível averiguar que a agência de incubação START Esposende ofereceu serviços fundamentais, como a mentoria e a partilha do espaço, contacto direto com a rede de empreendedores e de parceiros, ações de formação, network, apoio na divulgação e no planeamento de negócios. Todavia, ainda existe uma certa carência no que se refere a recursos e a serviços específicos para o acesso a capital e a aproximação ao financiamento privado, como se evidenciou nos casos das empresas incubadas C e E. Os dados revelam que a agência de incubação forneceu os recursos esperados pela parte das empresas, o que prova a última proposição de investigação: *A incubadora fornece ferramentas para o empreendedor desenvolver negócios* (P5).

4.1. Considerações finais

Este estudo aplicado a empreendedores incubados contribuiu para que haja um maior entendimento da importância da inteligência emocional no desenvolvimento de negócios empreendedores.

Definiu-se que é importante saber lidar com diferentes pessoas, diferentes opiniões, saber distinguir o que faz sentido para o negócio, entender as suas necessidades e as necessidades da outra pessoa, fazendo uso da inteligência emocional a seu favor. Os empreendedores sustentam que para se realizar um negócio, ambas as partes têm que ter determinada inteligência emocional, para que efetivamente cheguem a um entendimento mútuo. Os resultados revelam também que as empresas estudadas estão familiarizadas com o conceito de inteligência emocional e concordam que é imprescindível para o desenvolvimento de negócios empreendedores.

Conclui-se ainda que o empreendedor é a imagem do negócio e a pessoa que influencia toda a estrutura organizacional. Conseqüentemente, é um indivíduo que deve possuir elevada inteligência emocional, com vista a influenciar positivamente os seus colaboradores e considerar políticas de bem-estar para os mesmos. Por conseguinte, ao procurar manter o equilíbrio emocional da sua organização, não só as mantém motivadas, como fará com que o negócio seja produtivo e cresça.

Assim sendo, a inteligência emocional é fundamental para a gestão do negócio, na tomada de decisões equilibradas, permite ter uma visão ampla e transparente no entendimento das necessidades da própria organização e das dos clientes ou mesmo até parceiros de negócios. À luz deste pensamento, os empreendedores elucidam que o negócio vive de pessoas e sem o bem-estar delas, não há negócio que permaneça ativo por muito tempo ou que tenha um grande desenvolvimento.

Mediante os resultados adquiridos, afirmou-se que o género não define superioridade no desenvolvimento dos negócios. Os dados revelam que mais que género, importa todo o historial da pessoa em si, as suas características pessoais, a sua personalidade e a sua experiência profissional. Adicionalmente, a maior parte dos entrevistados não encontrou diferenças na abordagem do negócio, independentemente do género. Os resultados indicam que mesmo a nível de estratégias aplicadas advém do tipo de personalidade e não do género e que estas são justapostas mediante os requisitos do negócio em causa.

Para finalizar, comprovou-se que os serviços prestados pela incubadora da START Esposende fornecem, efetivamente, as ferramentas necessárias aos empreendedores, para que estes possam de facto desenvolver um negócio. No entanto, as evidências de duas empresas também partilharam um semelhante descontentamento devido à falta de acesso ao capital e ao financiamento privado, algo que deveria ser explorado pela parte da incubadora de Esposende.

4.2. Implicações teóricas e práticas

O presente estudo apresenta um conjunto de implicações teóricas e práticas. Esta investigação preenche algumas das lacunas existentes na literatura na relação entre inteligência emocional, género e negócios empreendedores.

Este estudo contribui para uma nova visão no desenvolvimento de negócios empreendedores através da aplicabilidade das competências da inteligência emocional. Similarmente este estudo fornece conhecimentos sobre como atender às necessidades dos clientes e colaboradores. Diante disso, as empresas ganharão por terem à frente indivíduos emocionalmente evoluídos.

Desta forma, serve para o entendimento de futuros empreendedores que é importante definir políticas de recursos humanos que promovam o bem-estar nas suas organizações.

A nível das implicações práticas, a incubadora tem como objetivo auxiliar as *start-ups* a sobreviver e a alcançar o sucesso. Desta forma, serve para o entendimento de incubadoras com pretensão de apoiar start-ups, obterem informações sobre quais são os recursos principais a atenderem e mesmo a nível de objetivos, permitindo uma rápida aceleração do seu processo de incubação.

4.3. Limitações do estudo

Considerando as opções metodológicas deste estudo e, em particular, a estratégia selecionada – o estudo de casos múltiplos – algumas limitações devem ser reconhecidas, com o propósito de fornecer diretrizes a exequíveis futuras investigações.

O presente estudo foi realizado numa amostra relativamente pequena, contando com cinco empresas participantes. Tal situação exige prudência quanto à generalização de resultados.

A identificação de uma incubadora para este estudo significou uma elevada dependência da mesma, em que (toda) a evidência empírica estava sujeita à submissão das empresas que permanecem ou que outrora estiveram incubadas.

A falta de disponibilidade e de adesão dos empreendedores, foi outra das limitações para esta investigação. Paralelamente, alguns dos empreendedores das empresas incubadas, a despeito de serem especializados apenas nas suas áreas de atuação, aparentemente tiveram dificuldades em responder a algumas perguntas técnicas em relação à aplicabilidade do conceito de inteligência emocional no desenvolvimento de negócios.

Por fim, salientar que a falta de transparência por parte da START Esposende originou um entrave na condução da recolha de dados, na medida em que a impossibilidade de acesso aos restantes projetos e empreendedores limitou o desenvolvimento de mais entrevistas e, porventura, influenciou na evidência empírica recolhida.

4.4. Futuras linhas de investigação

Considerando os resultados deste estudo, acredita-se que podem contribuir para o desenvolvimento de novas pesquisas que permitam aprofundar a temática da inteligência emocional entre géneros, nas mais variadas áreas de desenvolvimento de negócios.

Igualmente interessante, será o desenvolvimento de um estudo quantitativo, através de técnicas estatísticas, com o intuito de as duas abordagens, qualitativa e quantitativa, se complementarem e reforçarem os resultados de um futuro estudo.

Por outro lado, seria interessante desenvolver um estudo, sendo este qualitativo ou quantitativo, em que se avaliaria as técnicas que as empresas utilizam para promover o bem-estar emocional dos seus colaboradores e comparar a outros países/ culturas.

Finalmente, julga-se que poderia ser bastante interessante alargar esta investigação a outros setores empreendedores, para averiguar a influência da inteligência emocional de género em cada setor e verificar as suas diferenças bem como semelhanças, de forma a consolidar quaisquer das conclusões deste estudo e refutando outras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmad, S., Bangash, H., & Khan, S. A. (2009). Emotional intelligence and gender differences. *Sarhad Journal Agriculture*, 25(1), 127-130.
- Aires, L. (2015). *Paradigma Qualitativo e Práticas de Investigação Educacional*. Universidade Aberta.
- Ajmal, S., Javed, S., & Javed, H. (2017). Gender Differences in Emotional Intelligence among Medical Students. *International Journal of Business and Social Science*, 8(3), 205-207.
- Allen, J. S., Stevenson, R. M., O'Boyle, E. H., & Seibert, S. (2020). O que é mais importante para o sucesso do empreendedorismo? Uma meta-análise comparando a capacidade mental geral e a inteligência emocional em ambientes empreendedores. *Revista de Empreendedorismo Estratégico*, 15(3), 352-376.
- Almeida, H. B. (2023). *Por que falamos género?* Obtido de Jornal da USP.: <https://jornal.usp.br/articulas/heloisa-buarque-de-almeida/por-que-falamos-genero/>
- Baghianimoghadam et al. (2015). The Relationship between General Health and Emotional Intelligence among Students in Yazd University of Medical Sciences. *Caspian Journal of Health Research*, 1(1), 55-62.
- Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence. *Psicothema*, 18, 13-25.
- Bar-On, R. (2010). Emotional Intelligence: An Integral Part of Positive Psychology. *South African Journal of Psychology*, 40(1), 54-62.
- Basit, A., Hassan, Z., & Sethu, S. (2020). Entrepreneurial Success: Key Challenges Faced by Malaysian Women Entrepreneurs in 21st Century. *International Journal of Business and Management*, 15(9), 121-138.
- Bates, N., Chin, M., & Becker, T. (2022). *Medindo Sexo, Identidade de Género e Orientação Sexual*, 103-138. Academias Nacionais de Ciências, Engenharia e Medicina.: Washington, DC: The National Academies Press.

- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa Qualitativa Com Texto, Imagem E Som: Um manual prático, 2. ed., 470-488*. Petrópolis, RJ.: Editora Vozes Ltda.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Pesquisa em Ciências Sociais: Princípios, Métodos e Práticas, 2. ed, 27*. Flórida (USA).: Universidade do Sul da Flórida.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1992). *Qualitative Research for Education. An Introduction to Theory and Methods, 219-224*. Boston.: Ally & Bacon.
- Bradberry, T., & Greaves, J. (2016). *Inteligência Emocional 2.0*. São Paulo: HSM Editora.
- Braun, S., & Suoranta, M. (2024). Incubating innovation: the role of incubators in supporting business model innovation. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.<https://doi.org/10.1108/JRME-01-2024-0028>
- Caetano, D. M. (2019). Contexto de incubação, redes e desempenho organizacional: Criação de valor em incubadoras de empresas. Tese de Doutorado, Universidade do Algarve.
- Caetano, D. M. (2022). Incubadoras de Empresas Regionais e Universitárias em Portugal: Semelhanças e Diferenças no Acesso a Redes e Acompanhamento Pós-Incubação. *Brazilian Journal of Business, 4(1)*, 476-491.
- Carree, M., & Thurik, R. (2005). Understanding the role of entrepreneurship for economic growth. *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy 2005-10, Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group, 1-8*.
- Carreira, S. S., Franzoni, A. B., Esper, A. J., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia, 5(2)*, 7-10.
- Chaves, M. R. (2009). Empreendedorismo na escola : a emergência de um outro paradigma na educação/formação (Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto).
- CIG. (2023). *Glossário*. Obtido de Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género.: <https://www.cig.gov.pt/bases-de-dados/glossario/>
- CIHR. (2023). *What is gender? What is sex?* Obtido de Canadian Institutes of Health Research.: <https://cihr-irsc.gc.ca/e/48642.html>

- COE. (2016). *Glossário de Igualdade de Género*. Obtido de Council of Europe.: <https://edoc.coe.int/en/gender-equality/6947-gender-equality-glossary.html>
- COE. (2024). *Explorando género e identidade de género*. Obtido de Council of Europe.: <https://www.coe.int/en/web/gender-matters/sex-and-gender>
- Cunha, C. O. (2016). *Empreendedorismo "estilo de vida": o caso dos pequenos negócios TER*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.
- Dantas, A. P. (2017). *O papel da inteligência emocional na gestão de conflitos*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho.
- Dornelas, J. C. (2008). *Empreendedorismo Corporativo: Como Ser Empreendedor, Inovar E Se Diferenciar Na Sua Empresa* (2.ª Edição). Rio de Janeiro: Elsevier.
- EIGE. (2016). *Identidade de género*. Obtido de Instituto Europeu para a Igualdade de Género.: https://eige.europa.eu/publications-resources/thesaurus/terms/1049?language_content_entity=pt
- EIGE. (2024). *Glossário de integração de género*. Obtido de Instituto Europeu para a Igualdade de Género.: <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/glossary>
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory Building from Cases: Opportunities and Challenges. *The Academy of Management Journal*, 50(1), 25-32.
- Empreendedor. (2024). Empresas não priorizam iniciativas de igualdade de género. *Revista do Empreendedor*.
- Ennakra, M., & Alaoui, M. S. (2021). *L'intelligence émotionnelle : une revue de littérature*, 419-428. Akofena.
- Faria. (2018). *Promoção de Competências Empreendedoras para o Desenvolvimento Socioprofissional de Estudantes do Ensino Superior*. Relatório do Projeto de Pós-Doutoramento, Universidade do Algarve.
- Fonseca, J. J. (2002). *Metodologia da Pesquisa Científica*. Obtido de Universidade Estadual do Ceará.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (1994). *Interviewing. The Art of Science*, 361-376. Thousand Oaks: Sage Publications.

- Forbes. (2022). *Portugal é o 6º país no mundo com mais mulheres empresárias*. Obtido de Forbes.: <https://www.forbespt.com/portugal-e-o-6o-pais-no-mundo-com-mais-mulheres-empresarias/>
- Forum World Economic. (2016). *Global Challenge Insight Report. The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*. Forum World Economic.
- Frade, A. M. (2009). *O impacto das incubadoras e das relações com a Universidade na inovação e performance das empresas incubadas*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra.
- Garcia, J. C. (2019). *Correlação entre a inteligência emocional e a performance dos colaboradores: uma análise do ponto de vista dos avaliados*. Dissertação de Mestrado, Universidade Católica Portuguesa.
- GEM. (2019). Estudo de avaliação sobre as dinâmicas empreendedoras em Portugal. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- GEM. (2021). GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report From Crisis to Opportunity. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- GEM. (2022). *GEM 2022/23 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes*. Obtido de Global Entrepreneurship Monitor.: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20222023-womens-entrepreneurship-challenging-bias-and-stereotypes-2>
- GEM. (2023). *GEM 2023/2024 Global Report - 25 Years and Growing*. Global Entrepreneurship Monitor.
- GGGR. (2022). *Global Gender Gap Report*. World Economic Forum.: <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2022/>
- Gil, A. C. (2010). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa, 5ª Edição*. São Paulo: Atlas.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2022). *Global Report 2022/2023*. Obtido de Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

- Godoy, A. S. (1995). Introdução à Pesquisa Qualitativa e suas Possibilidades. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 35(2), 57-63.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- Goleman, D. (2003). *"Healing Emotions: Conversations with the Dalai Lama on Mindfulness, Emotions, and Health"*. Boston: Shambhala Publications.
- Goleman, D. (2012). *Trabalhar com Inteligência Emocional*. Temas & Debates.
- Goleman, D. (2015). *Liderança: A Inteligência Emocional na Formação do Líder de Sucesso*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Goleman, D. (2017.). *What Makes a Leader?*. Harvard Business Review Press.
- Goleman, D. (2018). The Power of Other People: The Key to Success Is Emotional Intelligence, 29(1), 38-45. *Scientific American Mind*.
- Gonzaga, A. R., & Rodrigues, M. C. (2018). *Inteligência emocional nas organizações*. . Unilasalle Canoas.
- Guillem, F., & Mograss, M. (2005). Brain Cogn. *Gender differences in memory processing: evidence from event-related potentials to faces*, 84-92.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. Brasil: Bookman.
- Iacono, A., & Nagano, M. S. (2017). Pós-incubação de empresas de base tecnológica: um estudo de caso sobre o efeito da incubadora nos padrões de crescimento. *Gestão e Produção*, 570-581.
- IDC. (2021). Startup & Entrepreneurial Ecosystem Report, Portugal 2021. *International Data Corporation*, 19.
- INBIA. (2017). Operational Definitions: Entrepreneurship Centers (Incubators, Accelerators, Coworking Spaces and Other Entrepreneurial Support Organizations). *INBIA-Industry-Terms*, 1.
- Ingram, A., Peake, W. O., Stewart, W., & Watson, W. (2019). Inteligência Emocional e Desempenho de Empreendimento. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 780-800.

- Ionescu-Somers, A., & Sin, W. (2024). *A Situação do Empreendedorismo Feminino: Motivos para Comemorar e Desafios a Enfrentar*. Obtido de Cartier Women's Initiative: <https://www.cartierwomensinitiative.com/the-state-of-womens-entrepreneurship>
- Jiang, R., Calhoun, V. D., Fan, L., Zuo, N., Jung, R., Qi, S., . . . Sui, J. (2020). Diferenças de gênero em previsões de inteligência individualizada baseadas no conectoma Pontuações de quociente e subdomínio. *Cerebral Cortex*, *30*(3), 888-900.
- Lima, L. F., Assafrão, V. C., Kumanaya, D. R., Paro, J. A., & Bonini, L. M. (2022). Inteligência Emocional nas Organizações: Uma Revisão de Literatura. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação - REASE.*, 502-513.
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., & Díaz-Ramiro, E. M. (2022). The role of individual variables as antecedents of entrepreneurship processes: Emotional intelligence and self-efficacy. *Journal Frontiers in Psychology*, *13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.978313>
- Lucio, A. S., Justino, B. S., Mendonca, J. F., Moreira, M. M., & Freitas, S. S. (2022). *Inteligência Emocional no Trabalho*. Obtido de Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza.
- Lumpkin, G., & Dess, G. G. (1996). Esclarecendo o Construto de Orientação Empreendedora e Vinculando-o ao Desempenho. *A Academia de Revisão de Gestão*, *21*(1), 135-172.
- Mamun, A. A., Ibrahim, M. D., Yusoff, M. H., & Fazal, S. A. (2018). Entrepreneurial Leadership, Performance, and Sustainability of Micro-Enterprises in Malaysia. *Sustainability*, *10*, 1591. <https://doi.org/10.3390/su10051591>
- ManpowerGroup. (2024). *2024: Uma Visão do Mundo do Trabalho Para as Mulheres*. Obtido de ManpowerGroup: <https://www.manpowergroup.pt/estudos/2024-uma-visao-do-mundo-do-trabalho-para-as-mulheres>
- Marcuzzo, R., Siluk, J. C., Gerhardt, V. J., Tascheto, P. H., & Maldonado, M. U. (2019). Mapeamento de Incubadoras Tecnológicas no Brasil. *Revistas Produção Online*, *19*(4), 1441-1469.

- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). "What is emotional intelligence?" En P. Salovey y D. Sluyter (Eds). *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*. New York: Basic Book.
- Mayer, J. D., DiPaolo, M., & Salovey, P. (1990). Perceiving Affective Content in Ambiguous Visual Stimuli: A Component of Emotional Intelligence, 54, 772-781.
- Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S., & Pollack, J. M. (2018). Inteligência emocional e intenções empreendedoras: uma meta-análise exploratória. <https://doi.org/10.1108/CDI-01-2018-0019>
- Michael Page. (2022). *A Importância da Inteligência Emocional no Local de Trabalho*. Obtido de Michael Page Portugal.
- Miller, D. (1983). Os Correlatos do Empreendedorismo em Três Tipos de Firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- MIWE. (2022). *Mastercard Index of Women Entrepreneurs*. Obtido de Mastercard.: <https://www.mastercard.com/news/latin-america/pt-br/noticias/comunicados-de-imprensa/pr-pt/2022/marco/indice-mastercard-de-mulheres-empendedoras-mulheres-latino-americanas-sao-empendedoras-resilientes-e-otimistas/>
- Moitin, A. B., Pereira, T. C., & Santos, J. F. (2023). Inteligência Emocional, Vantagem para os Empreendedores. *Revista Foco*, 16(4). <https://doi.org/10.54751/revistafoco.v16n4-026>.
- Morgado, J. C. (2013). *O Estudo de Caso na Investigação em Educação*. De Facto Editores.
- Muniz, C. N. (2008). Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas, Pós - Graduação em Administração. *Universidade de Brasília*.
- Murbach, R. P. (2021). *Inteligência Emocional na Hora de Empreender. Como ter controlo emocional na hora de empreender?* Obtido de Pereira Montenegro. Assessoria Contábil Empresarial.: <https://www.pereiramontenegro.com.br/blog/inteligencia-emocional-na-hora-de-empreender>

- Nunes, C. (2019). *Empreendedorismo - O que é uma incubadora?*. Obtido de EWP Business Consulting.: <https://ewp-portugal.com/empreendedorismo/empreendedorismo-o-que-e-uma-incubadora/>
- OCDE. (2017). *Entrepreneurship at a Glance 2017*. Obtido de OCDE Home.: <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/entrepreneurship-at-a-glance-22266941.htm>
- OCDE. (2022). *Report on the Implementation of the OECD Gender Recommendations*. Obtido de Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Özşungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. *Women's Studies International Forum*, 74, 114-126.
- Pathak, S., & Goltz, S. (2021). Um modelo de inteligência emocional para estratégias de enfrentamento empreendedoras. *Revista Internacional de Comportamento Empresarial e Pesquisa*, 27(4), 911-943.
- Pereira, D. (2024). *Inteligência Emocional: o que é, dimensões e importância*. Obtido de Trabalhador.pt.: <https://trabalhador.pt/inteligencia-emocional-o-que-e-dimensoes-e-importancia/>
- Pereira, M. G. (2022). *Inteligência Emocional: Estudo das diferenças individuais em função do género e idade em crianças e jovens portugueses*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Évora.
- Pérez-Díaz, P. A., & Petrides, K. (2021). *Questionário de Inteligência Emocional de Traço Espanhol-Chileno - Formato Resumido: A Adaptação e Validação do TEIQue-SF no Chile*. Obtido de National Library of Medicine.: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31815552/>
- Pérez-Díaz, P. A., Millones, D. M., Garcia-Gómez, M., Vásquez-Suyo, M. I., Millones-Rivalles, R., Fernández-Ríos, N., . . . Petrides, K. (2022). *Invariância do traço de inteligência emocional construído entre populações clínicas e variáveis sociodemográficas*. Obtido de National Library of Medicine.: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35465547/>
- Ponte, M. F. (2022). *Influência da inteligência emocional no desempenho laboral e na satisfação profissional*. Dissertação de Mestrado, Universidade dos Açores.

- Portugal Digital. (2022). *Rede Nacional de Incubadoras e Aceleradoras*. Portugal Digital.: <https://portugaldigital.gov.pt/acelerar-a-transicao-digital-em-portugal/empreendedorismo-e-startups/rede-nacional-de-incubadoras-e-aceleradoras/>
- Poulou, M. S. (2010). O papel do traço de inteligência emocional e das habilidades sociais e emocionais nas forças e dificuldades emocionais e comportamentais dos alunos: um estudo das percepções dos adolescentes gregos. *O Jornal Internacional de Educação Emocional*, 2(2), 30-47.
- Raşcă, L., & Deaconu, A. (2018). Entrepreneurial motivators and competencies – main drivers of entrepreneurial success. *The Institute for Business Administration in Bucharest, Romania*, 864-874.
- RENI. (2016). Obtido de Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação: <https://periodicos.ufabc.edu.br/index.php/reni/index>
- Rioux, C., Paré, A., London-Nadeau, K., Juster, R.-P., Weedon, S., Levasseur-Puhach, S., . . . Tomfohr-Madsen, L. M. (2022). Sex and gender terminology: A glossary for gender-inclusive epidemiology. *Journal of Epidemiology and Community Health*. <https://doi.org/10.1136/jech-2022-219171>
- Saunders, M. N., Lewis, P., Thornhill, A., & Bristow, A. (2019). *Understanding research philosophy and approaches to theory development*. *Research Methods for Business*, 8. ed., 4, 128–171. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Silva, M. T. (2019). *Da incubação à graduação de empresas: casos de (in)sucesso*, 41. Obtido de Faculdade de Letras. Universidade do Porto.
- START Esposende. (2024). *A solução para acelerar ou investir no seu negócio*. Obtido de Start Esposende.: <https://www.startesposende.pt/>
- Startup Portugal. (2024). *Conjunto de ferramentas*. Obtido de Startup Portugal.: <https://startupportugal.com/toolkit/>

- Tang, M., Huang, M., Walsh, G., & Guerrero, M. (2023). The impact of entrepreneurial overconfidence on incubator effectiveness. *The Journal of Technology Transfer*, 48(1), 416-440.
- Thiripurasundari, M. (2024). Impact of Emotional Intelligence at Workplace. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 6, 1154-1155.
- Tommasi, M., Sergi, M. R., Picconi, L., & Saggino, A. (2023). A localização da inteligência emocional medida pelo EQ-i na personalidade e no espaço cognitivo: Existem diferenças de género?. *Journal Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.985847>
- Varshney, D., & Varshney, N. K. (2020). Agilidade da força de trabalho e suas ligações com a inteligência emocional e o desempenho da força de trabalho: um estudo de pequenas empresas empreendedoras na Índia. *Negócios Globais e Excelência Organizacional*, 39(5), 35-45.
- Vieira, M. F. (2008). Amostragem. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Vieira, S. L. (2023). Desenvolvimento de competências empreendedoras em ambiente covid. Dissertação de Mestrado, Universidade Lusíada.
- Vilela, N. S., Hanashiro, D. M., & Costa, L. S. (2020). (Des)Igualdade de Género no Local de Trabalho e Práticas de Recursos Humanos. *Revista Alcance*, 27(3), 382-398.
- Vilelas, J. (2020). *Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento*, 3ª Edição. Lisboa.: Edições Sílabo.
- Wen, Ya; Chen, Huaruo; Pang, Liman; Gu, Xueying. (2020). A relação entre inteligência emocional e autoeficácia empreendedora de estudantes universitários profissionais chineses. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124511>
- WHO. (2022). OMS atualiza o seu amplamente utilizado manual de integração da dimensão de género. *World Health Organization*.
- WHO. (2024). *Género e saúde*. Obtido de World Health Organization.: https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1

Yin, R. K. (2010). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos* (4.^a Edição). Porto Alegre: Bookman.

Zampetakis, L.A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V.S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(6), 595-618. <https://doi.org/10.1108/13552550910995452>

Apêndice I – Guião de Entrevista

Local: _____ **Data:** ___/___/___

Nome do Entrevistado: _____

Função: _____ **Antiguidade na empresa /no cargo:** ___/___

Empresa: _____

Q1) Género?

Q2) Idade?

Q3) Qual o ano de fundação da empresa?

Q4) Qual o setor de atividade da empresa?

Q5) Como surgiu a ideia da criação da empresa?

Q6) Qual a formação académica do empreendedor?

Q7) Quantos anos de experiência tem?

Q8) Em quantos mercados a empresa tem atividades atualmente?

Q9) Que razões o levou a candidatar-se aos serviços de uma incubadora?

Q10) Quais foram os recursos ou serviços fornecidos pela incubadora à sua empresa?

Q11) Desses recursos, quais os que mais contribuíram para o desenvolvimento do seu negócio?

Q12) Quais são os recursos ou serviços que considera necessários para o desenvolvimento de um negócio que a incubadora não foi capaz de fornecer?

Q13) Quais as características empreendedoras que mais valoriza para o desenvolvimento de um negócio?

Q14) Qual o contributo da inteligência emocional para o desenvolvimento de um negócio?

Q15) Consegue identificar as emoções que sente(iu) no desenvolvimento do seu negócio?

Q16) Consegue autorregular essas emoções?

Q17) Posiciona-se no lugar do outro com o propósito de compreender e reconhecer as emoções alheias?

Q18) Considera-se uma pessoa com competências sociais apuradas?

Q19) Na existência de obstáculos mantém a persistência na busca dos seus objetivos?

Q20) Considera que o bem-estar emocional de cada colaborador é impactante para a realização de um negócio?

Q21) Devem os empreendedores realizar negócios empreendedores sem atenderem à inteligência emocional?

Q22) Qual a importância da inteligência emocional de um empreendedor para o desenvolvimento do negócio?

Q23) Considera que o conceito de inteligência emocional é uma ferramenta fulcral para o desenvolvimento de um negócio? Consegue concretizar?

Q24) Como poderia diferenciar a abordagem emocional no âmbito do género no desenvolvimento de um negócio?

Q25) Considera que o género masculino aparenta superar o género feminino no domínio da inteligência emocional, no que ao desenvolvimento de negócios diz respeito?

Q26) Considera que ambos os géneros utilizam estratégias diferentes no desenvolvimento de negócios?

Q27) Considera existirem lacunas no apoio financeiro para o desenvolvimento de negócios empreendedores?

Apêndice II – Resultados das entrevistas

Q1: Género?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Género	“Feminino.”	BE A BUNNY
	“Masculino.”	STRIVE
	“Masculino.”	BORDATA
	“Masculino.”	MINI ACADEMIA
	“Masculino.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q2: Idade?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Idade	“30.”	BE A BUNNY
	“24.”	STRIVE
	“41.”	BORDATA
	“33.”	MINI ACADEMIA
	“26.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q3: Qual o ano de fundação da empresa?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Ano de fundação	“2023.”	BE A BUNNY
	“2023.”	STRIVE
	“2023.”	BORDATA
	“2021.”	MINI ACADEMIA
	“2024.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q4: Qual o setor de atividade da empresa?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Setor de atividade	“E-commerce.”	BE A BUNNY
	“Marketing Digital e Produção de Vídeo.”	STRIVE
	“É consultoria na área da TI (...) Tecnologias de informação.”	BORDATA
	“Prestação de serviços de desporto para crianças entre um ano e meio e os sete.”	MINI ACADEMIA
	“fabrico de alimentos para animais de companhia.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q5: Como surgiu a ideia da criação da empresa?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	<p>“A ideia da empresa (...) foi em 2020, eu estava a mudar de...para, era vegetariana e estava a mudar um bocadinho o estilo de vida para vegana, porque, na alimentação e surgiu aqui a necessidade de procurar cosmética vegana e então, às vezes não havia tanta informação, não se tinha a certeza se era vegan ou se não era, então eu decidi que olha, giro e interessante ter um espaço, online, em que tivesse várias marcas e que quem quisesse comprar, tivesse a certeza absoluta que aquilo não tinha nenhum ingrediente de origem animal nem que nenhum produto era testado em animais, como não havia, decidi criar.”</p>	<p>BE A BUNNY</p>
<p>Ideia da criação</p>	<p>“O Lucas já tinha uma empresa com um sócio (...) na área de produção de vídeo só que, no entanto, esse sócio que ele tinha, arranjou uma oportunidade na Suíça (...) E pronto, o Lucas ficou sozinho, ele ainda tentou ir para a Suíça, mas não correu assim muito bem e, coincidiu, a chegada a Portugal coincidiu quando eu terminei o curso basicamente. E pronto foi mesmo assim uma conversa de café e estávamos a discutir a nosso futuro e surgiu a oportunidade de nos juntarmos.”</p>	<p>STRIVE</p>
	<p>“eu já trabalhava na área, por conta de outrem, e então decidi constituir em nome pessoal que havia necessidade no mercado, (...) para serviços e acabou por ser por aí,”</p>	<p>BORDATA</p>
	<p>“sempre gostei de desporto e depois trabalhei fora alguns anos e noutros países que faziam já desporto para uma idade muito pequenina e (...) surgiu daqui esta ideia de fazer uma espécie de escola onde eles fazem vários desportos ao longo do ano (...) Já tinha esta ideia de o fazer uma espécie de clube, onde eles iriam (...) competir em várias modalidades (...) e quis fazer algo diferente que foi juntar essas idades pequenas com a ideia que eu já tinha de fazer treinos multidesportivos para estas idades, foi um conjunto de várias coisas.”</p>	<p>MINI ACADEMIA</p>
	<p>“Eu tenho uma cadela comigo já tem quatro anos (...) e sempre foi exigente com comida (...) nunca comeu muito bem ração, comida húmida típica de supermercado igual (...) comecei a tentar fazer algo, ter outras soluções para ela alimentar-se porque ela (...) ficava muito magra rapidamente e comecei a cozinhar para ela (...) a comida cozinhada em casa não tem todo o valor nutricional (...) então comecei a tentar procurar opções (...) Depois comecei a</p>	<p>FULL BELLY</p>

	trabalhar com os veterinários e surgiu a ideia de fazer comida, refeições completas desidratadas que por um lado são muito mais convenientes, são segundos a preparar a comida em vez de horas a cozinhar e garantindo com os veterinários que tinha todo o valor nutricional que era preciso, portanto a ideia surgiu muito por necessidade própria, para resolver um problema que tinha pessoalmente.	
--	---	--

Fonte: Elaboração própria.

Q6: Qual a formação académica do empreendedor?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Formação académica	“Licenciatura em Educação Social.”	BE A BUNNY
	“licenciatura em Marketing”	STRIVE
	“Licenciado. (...) Gestão de empresas.”	BORDATA
	“Tenho licenciatura em ciências de desporto e mestrado também em ciências de desporto e atividade física para a terceira idade e saúde, ou seja, dois mestrados e licenciatura,”	MINI ACADEMIA
	“engenharia biomédica”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q7: Quantos anos de experiência tem?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Experiência Profissional	“1 ano.”	BE A BUNNY
	“2 anos.”	STRIVE
	“15.”	BORDATA
	“15 anos.”	MINI ACADEMIA
	“5.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q8: Em quantos mercados a empresa tem atividades atualmente?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Mercados em que a empresa está inserida	“Mercado Online Nacional”.	BE A BUNNY
	“Temos Portugal como é obvio, temos França, Suíça e tivemos um único projeto do Canadá.”	STRIVE
	“Portugal Continental e Irlanda”.	BORDATA
	“Sim só em Portugal temos várias cidades”	MINI ACADEMIA
	“as vendas são todas em Portugal”.	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q9: Que razões o levou a candidatar-se aos serviços de uma incubadora?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	“Foi a mentoria”	BE A BUNNY
	“o planeamento todo da alimentação do plano de negócios, o contacto direto com a rede de empreendedores que foi mesmo essencial no	

Razões para se candidatar aos serviços de incubação	nosso crescimento e eu diria que foram os dois os mais impactantes, claro que depois tem muitas ações de formação que também nós costumamos aproveitar”.	STRIVE
	“A principal tem a ver com (...) procurar apoio para expandir a empresa. (...) Apoio (...) da mentoria (...) dos programas que existem.”	BORDATA
	“a mentoria (...) a rede de apoio”.	MINI ACADEMIA
	“foram duas coisas, a mentoria e segundo a proximidade ao município para nos ajudar também a encontrar os parceiros, foi isso.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q10: Quais foram os recursos ou serviços fornecidos pela incubadora à sua empresa?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Recursos/ Serviços cruciais fornecidos pela incubadora	“podíamos ter o espaço para reuniões sim também, mas nós tínhamos mais era a mentoria.”	BE A BUNNY
	“Mentoria.”	STRIVE
	“o espaço e a mentoria e, também, a rede de outros incubados, de network.”	BORDATA
	“foi tudo na base da mentoria, (...) depois à medida que o negócio ia precisando de outras coisas como o marketing, como o site, como a organização”.	MINI ACADEMIA
	“a mentoria, (...) consultoria de parceiros, (...) e depois também a ajuda da divulgação.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q11: Desses recursos, quais os que mais contribuíram para o desenvolvimento do seu negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Recursos que mais contribuíram	“muito mentorias de marketing digital que foi o que nós trabalhamos mais.”	BE A BUNNY
	“É sem dúvida as mentorias.”	STRIVE
	“A mentoria e o espaço.”	BORDATA
	“foi uma grande ajuda na parte de gestão, principalmente, de recursos, de material, mesmo de colaboradores.”	MINI ACADEMIA
	“A mentoria sem dúvida.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q12: Quais são os recursos ou serviços que considera necessários para o desenvolvimento de um negócio que a incubadora não foi capaz de fornecer?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	“muito mentorias de marketing digital que foi o que nós trabalhamos mais (...) se calhar mais formações ligadas aqui aos que incubados, sobre	BE A BUNNY

Recursos/ Serviços cruciais não fornecidos pela incubadora	as temáticas que os incubados estão a trabalhar”	
	“Por acaso são mesmo cinco estrelas o serviço deles. Não me estou a lembrar de nada para ser sincero.”	STRIVE
	“financiamento não é... vamos pôr financiamento apesar de parecer um pouco, não vou dizer injusto, mas se calhar não, também não é um, um dos principais papéis da incubadora, mas talvez haver uma maior aproximação de financiamento privado.”	BORDATA
	“não sei identificar, acho que não há nenhum aspeto assim que pelo menos no meu caso eu acho que não houvesse resposta.”	MINI ACADEMIA
	“é o acesso a financiamento, acho que é onde nós tivemos muito pouco contacto e (...) numa empresa numa fase muito inicial acaba por ser muito importante o acesso ao capital e se calhar acho que não está bem desenvolvido na parte da START Esposende.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q13: Quais as características empreendedoras que mais valoriza para o desenvolvimento de um negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Características empreendedoras	“a comunicação e a resiliência.”	BE A BUNNY
	“não ter medo de arriscar e saber viver em alguns períodos de incerteza. Isso numa fase inicial.”	STRIVE
	“E não sei se a parte de comunicação também se enquadra aí, mas é extremamente importante. (...) aprendizagem contínua (...) liderança.”	
	“a necessidade de procurar, (...) a capacidade de procurar ajuda, apoio, e na rede de mentores, na rede de outros incubados, e a propensão, a capacidade de arriscar, sair da zona de conforto que é um bocado cliché, acima de tudo não ter medo, mas acima de tudo procurar, procurar entre outras, com outras pessoas que já o tenham feito.”	BORDATA
	“há sempre aquele receio, medo de falhar e o medo de não funcionar bem, mas no final, o peso da balança para mim era se eu não fizer isto será que um dia mais tarde me vou arrepender e a resposta era claramente sim e a partir desse momento, não houve mais olhar para trás,”	MINI ACADEMIA
“é a resiliência, ou seja, a capacidade de quando aparece um obstáculo e aparecem todos os dias, conseguir não só resolver não é, mas também ao mesmo tempo não desanimar com isso,”	FULL BELLY	

Fonte: Elaboração própria.

Q14: Qual o contributo da inteligência emocional para o desenvolvimento de um negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Inteligência Emocional	“acho importante teres bastante competência de inteligência emocional para gerir pessoas, não é? Para fazeres a gestão de pessoas, para a gestão de clientes não é, não estares só a ver números e partes técnicas, mas cada vez mais os negócios, os negócios crescem porque tem a base, não é, o cuidado com o outro, ou seja, as pessoas que trabalham contigo, ou seja, as pessoas com quem tu estás a prestar um serviço.”	BE A BUNNY
	-	STRIVE
	“É muito importante porque não se estando equilibrado emocionalmente muito difícil conseguirá alcançar os objetivos,”	BORDATA
	-	MINI ACADEMIA
	“saber lidar com diferentes opiniões de várias pessoas que vão dizer, algumas vão concordar com umas coisas e outras vão concordar com outras e saber ter aquele sentido crítico de perceber o quê faz sentido e o que não faz sentido. Portanto acho que é muito por aqui de interesse emocional.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q15: Consegue identificar as emoções que sente(iu) no desenvolvimento do seu negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Inteligência Emocional	“medo, frustração, contentamento, alegria (...) dúvida, inquietações.”	BE A BUNNY
	“é mais aquela incerteza inicial que se sente sempre. (...) a base vai ser sempre o medo. (...) felicidade.”	STRIVE
	“o medo acima de tudo, o receio, a dúvida, o ser capaz, aquele sentimento de... o tal síndrome do impostor porque é uma coisa que é o nosso dia a dia. Às vezes frustração. (...) a euforia, (...) a realização, quando uma pessoa se sente realizada com o que conseguiu, é muito gratificante.”	BORDATA
	“Medo, (...) tinha bastante ansiedade coisa que nunca tive durante a minha vida, (...) alegria, há momentos de tristeza que faz parte, momentos de frustração,”	MINI ACADEMIA
	“senti sempre muito entusiasmo. Entusiasmo e quase ansiedade, mas uma ansiedade positiva, mas aquela ansiedade de querer fazer e não uma ansiedade de nervos,”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q16: Consegue autorregular essas emoções?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Inteligência Emocional	“o apoio de teres uma boa rede de suporte, acho que é importante, sim, que às vezes duvidas muito de ti.”	BE A BUNNY
	“Quando comecei passei por alguns períodos de frustração, mas acho que é normal. (...) Mas foi sempre uma construção que tive que fazer em mim.”	STRIVE
	“o apoio psicológico é muito importante nisso. Por exemplo, o meu psicológico ajuda-me bastante”	BORDATA
	“no primeiro ano tive mais dificuldade porque era um sentimento novo que eu nunca tinha tido (...) era aquele sentimento que eu não conseguia definir, depois lá com o tempo, (...) comecei a aceitar mais facilmente e agora acho que lido bem com isso, “	MINI ACADEMIA
	“sim.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q17: Posiciona-se no lugar do outro com o propósito de compreender e reconhecer as emoções alheias?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Inteligência Emocional	“Sim (...) já vem aí um bocadinho daí a minha formação base.”	BE A BUNNY
	“sim, mas lá está eu no início não tinha isso, mas acho que a partir do momento que trabalhamos com outras pessoas, isso é mesmo a base.”	STRIVE
	“Se calhar não tantas vezes como deveria não é (...) temos tendência é esquecermo-nos muito, por vezes esquecemo-nos disso, ou pelo menos eu”	BORDATA
	“no meu tipo de negócio, se a criança não tiver contente no treino, isto reflete-se inteiramente logo nas minhas vendas, inscrições, número de crianças, por isso, (...) se a criança estiver feliz, o pai está feliz e acho que o mundo do negócio é um espelho, neste caso, num local onde vais a bem é logo notório por isso tenho que manter um ambiente divertido com os meus treinadores e crianças porque se não acho que não funciona,”	MINI ACADEMIA
	“é muito importante principalmente quando estamos a abrir uma empresa com outras pessoas não é, que vão ter outras formas de estar e de ver e, portanto, é muito importante, essa parte conseguir perceber a compreensão dos outros e a forma como os outros estão a ver o problema e a lidar com isso sim.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q18: Considera-se uma pessoa com competências sociais apuradas?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo	“Sim, considero.”	BE A BUNNY
	“De certa forma.”	STRIVE
	“equilibradas acho que sim.”	BORDATA
	“Penso que sim, trabalhei em vários, sempre trabalhei com customer service, professor, trabalhei em cafés, trabalhei em supermercados, trabalhei também em navios de cruzeiros, atendimento ao público, hospedeiro, por isso, acho que sim”.	MINI ACADEMIA
	“Sim, diria que sim.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração Própria.

Q19: Na existência de obstáculos mantém a persistência na busca dos seus objetivos?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo	“Sim, às vezes é difícil, mas tento sempre ter a visão (...) a frase que eu costumo dizer é (...) o quê que é o pior que pode correr mal? E nós percebemos que às vezes não é assim tão grave o que pode correr mal, por isso, se não é assim tão grave vamos tentar, porque se correr bem é muito bom, por isso, está tudo bem.	BE A BUNNY
	“Sim nós persistimos pelo menos um período de 3 meses, nós depois ao final de três meses é que fazemos uma reflexão para perceber se essa persistência se vale a pena continuar. Mas geralmente trabalhamos assim por trimestres.”	STRIVE
	“Quero acreditar que sou um bocado persistente, se não, não estava aqui ainda hoje, mas sim sou, se não à primeira adversidade uma pessoa desistia logo.”	BORDATA
	“Sim, penso que é uma característica minha que sou bastante teimoso, pode ser para o bom e para o mal, no negócio pode ser bom, a nível pessoal pode ser um pouco não tão bom, mas sim sou bastante teimoso e se acho que aquilo tem algum poder de vir a dar certo insisto bastante, posso mudar a estratégia, mas sim insisto, sou um bocado talvez persistente demais nesse aspeto.”	MINI ACADEMIA
	“diria que sim, até ao momento.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q20: Considera que o bem-estar emocional de cada colaborador é impactante para a realização de um negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	“Porque o negócio vive, vive de pessoas e se as pessoas não estiverem bem não conseguem fazer o seu trabalho, por isso, o bem-estar é	

Inteligência Emocional	fundamental porque cada vez mais fala-se de saúde mental, por isso, sim ter isso presente numa empresa, acho que é importantíssimo, sim.”	BE A BUNNY
	“Acho que uma empresa com colaboradores insatisfeitos e infelizes não vai funcionar sequer. Porque isso é 100% importante.”	STRIVE
	“Sem dúvida alguma. As empresas são feitas de pessoas, as pessoas se não estiverem bem não há negócio.”	BORDATA
	“Sem dúvida, (...) caso o treinador não esteja contente passa essa mensagem, principalmente, nessas idades o treino é o reflexo do estado de espírito dos treinadores,”	MINI ACADEMIA
	“Sem dúvida,”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q21: Devem os empreendedores realizar negócios empreendedores sem atenderem à inteligência emocional?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo e Inteligência Emocional	“Não (...) posso dizer que a questão de só olharmos só para os números efetivamente o empreendedor pode crescer, mas vai chegar a um ponto que as pessoas não vão dar, não estão motivadas, vão procurar outros trabalhos e isso vai ser só tempo gasto, tempo e dinheiro gasto depois a contratar outras pessoas, ou seja, e depois isto é uma bola de neve. Por isso, acho que se mantivermos as pessoas motivadas e bem dentro do seu local de trabalho é meio caminho andado para a empresa, o projeto crescer.”	BE A BUNNY
	“Até podem, mas acho que vão ser líderes que não vão inspirar muito os seus colaboradores (...) não sei se vai ter um desenvolvimento tão grande como o caso se tivessem a inteligência emocional bem desenvolvida.”	STRIVE
	“É quase impossível porque do outro lado vai haver uma pessoa também e a parte do negócio implica exatamente isso. Se não, não havia negócio, haveria um preço certo ou o que fosse e aquilo não tinha que ser, que se definir nada. O processo de negociação acaba por envolver pelo menos duas pessoas com, e as duas têm uma agenda diferente ou um propósito diferente e é no balanço dessas duas, desses dois interesses que se faz o negócio, por isso (...) não conseguem se não atenderem à inteligência.”	BORDATA
	“acho que não faz mal nenhum em ter esse conhecimento e ajuda sempre na parte de fechar do vender o serviço ou de vender o produto, acho que ajuda bastante.”	MINI ACADEMIA
	“Não, acho que não, acho que é preciso ter isso	

	bem orientado para fazer isso sim.”	FULL BELLY
--	-------------------------------------	------------

Fonte: Elaboração própria.

Q22: Qual a importância da inteligência emocional de um empreendedor para o desenvolvimento do negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo e Inteligência Emocional	“se não tivermos presente a parte, a parte emocional, e só tivermos presente a parte técnica podemos crescer, mas depois vai haver sempre falhas e por parte, não é, ou então podemos crescer, mas depois se não tivermos atenção, por exemplo, ao cliente na parte o que cliente precisa, tipo como é que está, como é que as coisas são feitas depois alguma coisa poderá correr menos bem”	BE A BUNNY
	“é muito importante porque sem ela é muito fácil desistir quando as coisas não estão a dar certo ou dizer uma coisa que nos apetece quando não devíamos e mesmo com nós próprios, ter mesmo essa capacidade de resiliência, de adaptação, portanto sim, é muito importante.”	STRIVE
	“é fundamental dado que, posicionamos que o empreendedor é (...) o líder, por exemplo, a forma do empreendedor estar vai-se refletir no resto das pessoas, (...) dentro da organização e na forma da organização, da forma que ele se posiciona e da forma que ele trata, se relaciona com o resto da envolvente, por isso, acho que é imprescindível ter um equilíbrio porque se não, não estou a ver isso a funcionar.”	BORDATA
	“se eu for capaz de ter inteligência emocional, também eu consigo ver nos meus clientes, nos meus colaboradores e usar isso para benefício do negócio.”	MINI ACADEMIA
	“Acho que é muito importante não só na parte da criação como já falamos, mas também na parte depois de desenvolver o negócio e de fazer crescer é muito importante. Da mesma razão de ambos, ou seja, para lidar com obstáculos, não deixar afetar, ou seja, tomar decisões demasiado nas emoções, mas também ao mesmo tempo não ser completamente desligado das emoções, portanto, acho que importante é gerir este equilíbrio de, da parte emocional, sim”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q23: Considera que o conceito de inteligência emocional é uma ferramenta fulcral para o desenvolvimento de um negócio? Consegue concretizar?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo e Inteligência Emocional	“é fulcral tu estares atenta ao que, as pessoas que estão dentro da tua organização precisam neste caso, por exemplo, a minha colaboradora às vezes não consegue dar o máximo porque, por outros contextos pessoais e está tudo bem porque eu sei que quando ela consegue dar e está, ok, para o trabalho, ela dá o seu máximo mas há outras vezes que não consegue e acho que é isto, é termo esta noção de que, as pessoas antes do trabalho tem uma vida pessoal, tem uma vida não é, e como equilibrar, porque eu também quero um equilíbrio na minha vida pessoal, profissional, então como fazer com que as outras pessoas o tenham e isso vai ser caminho andado para as pessoas trabalharem bem dentro da empresa.”	BE A BUNNY
	“Porque lá está é preciso de muito essa vertente (...) da liderança para saber fazer crescer a empresa, mas também é muito importante ter essa competência da inteligência emocional com, dentro da equipa dos trabalhadores, se não as coisas vão estar sempre, não vão estar interligadas e vai haver quedas.”	STRIVE
	“sim. Sem dúvida. Há aquele ditado a dizer que por detrás de um grande homem ou de uma grande mulher há sempre alguém de apoio e seja ela quem for, sem esse apoio engana-se quem pensa que consegue estar sozinho”	BORDATA
	“acho que sim, no meu tipo de negócio acho que é fundamental”.	MINI ACADEMIA
	“quando se está a criar uma empresa, teoricamente, estás a fazer uma coisa nova, (...) é tudo um novo conjunto de estímulos, (...) de coisas a processar e é muito importante saber desenvolver a inteligência emocional em função disto para não se deixar levar por esta e depois há muita coisa a acontecer ao mesmo tempo (...), ou seja, com muitas pessoas, com quantas mais pessoas se lida é importante ter inteligência emocional.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q24: Como poderia diferenciar a abordagem emocional no âmbito do género no desenvolvimento de um negócio?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	“é muito difícil realmente, depois de sermos mãe e mantermos, principalmente, quando estamos a criar uma empresa e a empresa depende de nós, mas ao mesmo tempo, temos uma criança que	

Gênero e Empreendedorismo	depende 24 horas de nós”.	BE A BUNNY	
	“eu acho que uma mulher que (...) fundou um negócio, é mais fácil ter inteligência emocional e ser empática para outras mulheres que estejam a trabalhar com elas porque sabe um bocadinho do quê que está a passar, do quê que elas precisam.”	-	STRIVE
	“É assim, tem que se ter em consideração que todos somos diferentes, independente só do género”.	BORDATA	
	“Género é capaz de ser um bocado limitador”		
	“é importante ter atenção às características de cada pessoa com que se está a relacionar, agora com, acima de tudo, tem que ser uma parte de identificar quais são essas características ou quais são essas necessidades de acordo com o cliente, com o colaborador, com o parceiro, pois diria que tem que passar por essa, pela identificação exatamente dessas características.”	MINI ACADEMIA	
“eu acho que mais que género, é mais a personalidade da pessoa que afeta, não tanto o género porque não vejo muita diferença se for género masculino ou feminino, mas penso que mais por o tipo de personalidade afeta mais esta liderança e esta abordagem emocional do que propriamente o género.”	FULL BELLY		
“Tem mais interferência no negócio o tipo de personalidade de pessoa do que propriamente o género,”			
“Eu acho que não, acho que não vejo razão para haver diferença e falo também por experiência própria aqui no FULL BELLY, nós somos três em que dois do género masculino e uma do género feminino e não há diferença na forma como se lida e como se deve lidar com a parte emocional, acho que, acho que é exatamente a mesma coisa, o mesmo objetivo no fim, acho que não vai haver essa diferença.”			

Fonte: Elaboração própria.

Q25: Considera que o género masculino aparenta superar o género feminino no domínio da inteligência emocional, no que ao desenvolvimento de negócios diz respeito?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
	“Eu iria dizer que não se fosse um e aqui já por aqui um estereótipo porque as mulheres é que são mais emocionais e não sei que mais, mas efetivamente (...) há homens bastante	BE A BUNNY

Gênero e Inteligência Emocional	<p>preocupados e bastante a trabalhar nas suas competências de inteligência emocional, por isso, eu seria sempre uma suposição minha.”</p> <p>“A minha suposição (...) é que realmente as mulheres tem mais inteligência emocional que os homens, é o que eu acho, mas é uma suposição estereótipo (...) nós achamos, não é, que a mulher tem em termos de até na família, não é, com os filhos, tem mais, mas efetivamente pode haver homens que”.</p> <p>“normalmente, é as mulheres que tem mais o que gerir, e tem mais preocupações em termos de, que trabalha mais a inteligência emocional.”</p>	
	<p>“Sinceramente acho que não. Porque eu conheço também casos (...) do género feminino que tem tantos ou melhores negócios que pessoas que são do mesmo negócio e que são do género masculino.”</p> <p>“Eu tenho um cliente que é líder do negócio e é do género feminino e a única diferença que eu reparo é quando surge a parte de problemas, ela é muito mais (...) Impulsiva e não tem aquela fração de pensar: ok vamos pensar primeiro numa solução. Ela foca-se muito mais no problema de forma instantânea”.</p>	STRIVE
	<p>“Não, de todo (...) nunca vi base científica nenhuma disso (...) inclusive até eu diria que se calhar o género feminino é emocionalmente mais equilibrado do que o masculino.”</p> <p>“mas já há casos do género masculino que não tem equilíbrio emocional nenhum, pelo contrário temos imensos casos também de sucesso do género feminino que demonstra ser tão bons ou melhores, neste caso, iguais,”</p>	BORDATA
	<p>“penso que não como já disse já vi alguns negócios liderados por pessoas feminino e masculino e não vejo muita diferença. (...) penso que a personalidade é muito mais, afeta muito mais do que na parte de género.”</p>	MINI ACADEMIA
	<p>“não supera sem dúvida (...) Eu acho que depende, o fator, a variável é a pessoa em si, o perfil da pessoa e não o género da pessoa e portanto eu digo, falo por mim, por experiência própria, de todas as pessoas com quem contacto dia a dia não é dependente de todo da pessoa, do género da pessoa, mas sim do próprio perfil, pessoas do género masculino ou do feminino que tem um perfil com uma inteligência emocional maior, outras com uma menor, mas não há, nunca houve uma tendência que tem a ver, não há razão para acreditar que haja uma</p>	FULL BELLY

diferença.”

Fonte: Elaboração própria.

Q26: Considera que ambos os géneros utilizam estratégias diferentes no desenvolvimento de negócios?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Género e Empreendedorismo	“hoje em dia fala-se (...) de departamentos de felicidade e de (...) atenção (...) das necessidades de cada género, por isso eu acredito que haja homens que estejam preocupados com isso, aliás até nós temos mais homens a gerir empresas do que mulheres, já por aí há, vesse que, pronto, há aqui uma discrepância muito grande de postos de poder, (...) é muito direcionada ao homem,”	BE A BUNNY
	“o homem é sempre muito mais factual, mais técnico (...) e se calhar a parte emocional vem em segundo plano (...), vai para estratégias com muito mais técnicas para o desenvolvimento do negócio, ou seja, se é preciso chegar X lucro, o quê que nós precisamos de fazer (...) estes passos muito mais técnicos e as mulheres, se calhar não.”	
	“tenho clientes do género feminino que se calhar não são tao agressivos nas estratégias que implementam (...) E tem clientes do género masculino que são muito agressivos tipo quando estão a implementar (...) alguma coisa assim nova no negócio. (...) Radical às vezes em termos de ideias, de estrutura que é preciso e sinto que a mulher é assim mais ponderada (...) a nível de estratégias de vendas e de crescimento de negócio, (...) Eu reparo que grande parte dos clientes, lá está do género masculino são mesmos muito agressivos nessa vertente, enquanto que as mulheres são sempre muito mais calculistas e tentam perceber primeiro e se? Há sempre aquele fator.”	STRIVE
	“Em certas circunstâncias, acredito que sim. Mas isso tem a ver com os constrangimentos que já existem de momento”.	
	“Nalgum tipo de negócio ou nalgumas situações o género feminino terá que fazer, num descarte que tenha que às vezes fazer mais para provar, para retirar esse bias que existe, que já vem que é histórico”.	BORDATA
	“o género masculino por vezes é capaz de utilizar outras ferramentas, outros, não sei, exercer o poder de outra forma, tentar influenciar... Não vou dizer que é todo o	

	feminino ou todo o masculino que vai fazer uma coisa ou outra.”	
	“vez a minha resposta é que o caminho escolhido (...) não tanto a ver com género, mas talvez com a personalidade, como é que uma pessoa se sente mais confortável ou menos confortável, ou a capacidade de ter mais riscos ou menos, vai-se moldando vai-se escavando esse caminho consoante aqui também ajustado um pouco à nossa personalidade e, na minha opinião tem mais impacto do que de género.”	MINI ACADEMIA
	“Não, acho que não há, (...) Acho que a diferença também vem do tipo de perfil de personalidade da pessoa e não do género da pessoa e até ao momento nunca encontrei qualquer padrão para achar que houvesse diferença ao nível do género, há diferença sim ao nível do perfil, do perfil mais introvertido ou mais extrovertido, perfil mais organizado ou menos organizado, mais comunicativo ou menos comunicativo, são perfis que vão ter formas diferentes de lidar e de gerir, não necessariamente melhores que os outros, estão simplesmente diferentes, mas nada a ver com o género.”	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.

Q27: Considera existirem lacunas no apoio financeiro para o desenvolvimento de negócios empreendedores?

Categoria	Citações das entrevistas	Entrevista
Empreendedorismo	“sei que existe algumas, mas também sei que normalmente estes processos são muito burocráticos e, às vezes, não é, tens que escrever muito e depois na prática não praticas o que está escrito e tiveste tanto trabalho,”	BE A BUNNY
	“os apoios existem, agora a concretização e a chegada tipo desses apoios às empresas é que existem mesmo muitos entraves. Existem entraves de uma parte organizacional do governo, ou seja, eu acho que não está a ser muito otimizado o processo deles.”	STRIVE
	“Da organização que eles têm por detrás que neste caso acho que é o IEFP, que não esta a ser muito bem gerida e os negócios sofrem com isso porque tempo é dinheiro e o tempo vai passando e andar sempre nisto, muitas vezes tem que se esperar um ano e tal para fazer esses investimentos, compromete algum crescimento da empresa.”	
	“em Portugal não há uma cultura de apoio ao investimento de risco. Já se fez alguma coisa,	

	<p>mas ainda estamos muito longe disso, é extremamente difícil alguém tentar, sem ter já capitais ao abrir um negócio e tentar financiar o centro do mercado, especialmente para algo que seja mais inovador, eu considero isso muito, muito difícil.”</p> <p>“Pelo menos, pela minha experiência não há uma abertura, não há uma cultura de incentivo, é mais fácil uma pessoa ir buscar ao banco e arranjar 50 mil euros para comprar um carro do que 25 mil euros para montar um negócio.”</p>	BORDATA
	<p>“penso que sim existem falta de apoios para empreendedores e sabemos que existem várias no país e somos responsáveis por grande parte da economia portuguesa, apesar de haver poucos apoios, apesar de ter uma outra facilidade inicialmente acaba muito rapidamente e os apoios fornecidos penso que o processo de atribuição destes apoios é demasiado longo.”</p> <p>“Burocrático e por vezes há certos negócios que precisam de intervenção consoante o mercado, mais rápida e que com certeza esses apoios não chegam a tempo, não chegam a dar resposta a esse tipo de negócios.”</p>	MINI ACADEMIA
	<p>“sim, muitas lacunas, muitas falhas, principalmente quando estamos a falar dos jovens como nós, que não temos de toda a estabilidade financeira à pauta que tem uma pessoa com, muitas vezes, com muita mais idade que já teve toda uma vida profissional não é por trás, permitiu ter outro tipo de poupanças, muitas vezes, acho que há muito mais e também de conhecimento e de redes de contactos, acho que há muitas lacunas, não só, ou seja, não é especificamente para os jovens, acho que em termos de jovens principalmente pela questão económica que temos no país, ou seja, os jovens tem mais dificuldades no geral económicas e, portanto, havendo pouca disponibilidade e muitas lacunas na parte do apoio financeiro ainda torna-se mais difícil para os jovens por si de terem, abrirem um empresa do que se for com o seu próprio capital, portanto sim acho que há muita falha nessa parte.”</p>	FULL BELLY

Fonte: Elaboração própria.