

O papel da inteligência emocional (traço) na previsão do comportamento em rede

Teresa Torres-Coronas

María-Arántzazu Vidal-Blasco

Universitat Rovira i Virgili, Business Department, Tarragona, Espanha

Resumo

Objetivo – O objetivo deste trabalho é obter evidências da relação entre o comportamento proativo do empreendedor em rede e a inteligência emocional (traço) visando o suporte à transição para carreiras empreendedoras.

Delineamento/metodologia/abordagem – Utilizou-se o Questionário de Traço de Inteligência Emocional – Versão Curta (TEIQue-SF), desenvolvido por Petrides (2001, 2009), para testar hipóteses sobre os fatores que definem o uso proativo de uma rede profissional e sua relação com o nível individual de inteligência emocional enquanto traço e seus quatro componentes (bem-estar, autocontrole, emocionalidade e sociabilidade). Um questionário foi enviado a empreendedores locais para verificar se o traço de inteligência emocional atua como um preditor do comportamento proativo em rede.

Resultados – Os resultados finais confirmam parcialmente a hipótese de pesquisa, com alguns componentes da IE (fatores de bem-estar e sociabilidade) mostrando uma correlação positiva significativa com o comportamento proativo em rede. Isso indica que a capacidade dos empreendedores de regular emoções influencia o seu comportamento em rede, ajudando-os a serem bem-sucedidos em suas relações de negócios.

Originalidade/valor – O presente estudo fornece uma direção clara para pesquisas futuras, focalizando como a inteligência emocional enquanto traço afeta o comportamento em redes sociais entre empreendedores, demonstrando, dessa forma, a utilidade de usar a IET para avaliar empreendedores de alto potencial.

Palavras-chave – Inteligência emocional, empreendedorismo, comportamento em rede, TEIQue, comportamento proativo.

Recebimento:

31/03/2016

Aprovação:

06/10/2016

Editor responsável:

Prof. Dr. João Maurício Gama
Boaventura

Avaliado pelo sistema:

Double Blind Review



**Revista Brasileira de Gestão
e Negócios**

DOI:10.7819/rbgn.v0i0.3127

I Introdução

Brass, Galskiewicz, Greve e Tsai (2004) definem uma rede como um conjunto de atores e o conjunto de laços que representam alguma relação, ou a falta dela, entre os mesmos. Redes sociais e profissionais existem desde o início da sociedade. Elas fornecem espaços para as pessoas interagirem e compartilharem informações e experiências pessoais e profissionais. Em configurações face a face, os espaços de rede variam de eventos setoriais a atividades de lazer. Ambos oferecem uma mudança para desenvolver uma rede social em direções produtivas. Com o desenvolvimento da Internet, a maioria dos profissionais começa a usar sites como o Twitter ou o Facebook, por exemplo, para encontrar oportunidades profissionais. Ao mesmo tempo, aqueles que desejam contatos mais relacionados a negócios voltam-se para sites como o LinkedIn para desenvolver relações profissionais. Não obstante o tipo de site (pessoal versus profissional ou online versus offline), propósitos profissionais podem ser alcançados.

No mundo dos negócios, uma rede geralmente envolve contatos com uma variedade de colegas, com a finalidade de se obter benefícios decorrentes do trabalho mútuo, importantes para a realização de tarefas e para o desenvolvimento profissional (Linehan & Scullion, 2008). Assim, as redes profissionais incluem contatos em diferentes categorias: profissionais da mesma indústria, profissionais de outras indústrias, fornecedores, clientes, instituições financeiras, instituições governamentais, concorrentes e parceiros de outras empresas. Esses relacionamentos demandam muito tempo e esforço para serem estabelecidos e mantidos (Sowon, 2013); portanto, é importante confirmar quais fatores podem ter um impacto positivo e certo em estratégias de rede bem-sucedidas.

Pesquisas sobre empreendedorismo têm frequentemente examinado o valor das redes profissionais e como tais redes se desenvolvem (Anderson, Dodd & Jack, 2008, 2010). Empresas iniciantes exigem uma miríade de recursos, incluindo recursos de informação e capitais. Por essa razão, empreendedores formam laços com entidades externas para obter acesso a recursos críticos. Esses laços formam o “capital social”

do empreendedor, ou a soma dos recursos reais e potenciais nele inseridos, disponíveis através de uma rede de relacionamentos e dela derivados (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Essas redes dão aos empresários acesso a informações, opiniões, influências e recursos alheios, não disponíveis por meio de transações de mercado (Hoang & Antoncic, 2003; Ostgaard & Birley, 1994). Isso também podem ajudar a empresa a obter economias de escala (Mancinelli & Mazzanti, 2008). Assim, as implicações gerenciais relacionam-se ao fato de que o trabalho em rede (networking) é um ativo fundamental para a vantagem competitiva de uma empresa, a sobrevivência dos negócios, o crescimento e o retorno sobre o patrimônio líquido (Mitrega, Forkmann, Ramos & Henneberg, 2012; Watson, 2007). Apesar dessas evidências, alguns resultados indicam que as vantagens empresariais do trabalho em rede ainda estão subvalorizadas (Bennett, Owers, Pitt & Tucker, 2010) e que, às vezes, esse uso não leva a resultados antecipados, uma vez que a relação pode não se desenvolver adequadamente (Sowon, 2013).

Considerando que o comportamento empresarial é uma função das diferenças individuais, os fatores de personalidade e aptidão devem prever a atividade e o sucesso da empresa (Zhao & Seibert, 2006). Paralelamente, pesquisadores estudam o papel da rede enquanto suporte para o sucesso empresarial (Lechner, Dowling & Welp, 2006). Todavia, o que explica o comportamento em rede? Autores como Treadway, Breland, Adams, Duke e Williams (2010) sugerem que o status socioeconômico e gerencial pode explicar uma parte importante dos níveis de comportamento em rede, porém outros fatores também vêm à tona e precisam ser considerados, como habilidade e motivação, uma vez que operam de forma interativa, sendo avaliado o impacto interativo da habilidade política (capacidade de interagir de forma eficaz com os outros). Além disso, os resultados desses autores indicam que, em geral, indivíduos com alto nível de habilidade política encontrariam comportamentos em rede menos complexos e mais gratificantes.

Outros autores descobriram que o comportamento em rede é influenciado por dimensões da personalidade (extraversão,

condescendência, abertura à experiência) (Muscanell & Guadagno, 2012; Wolff & Kim, 2012). Já Correa, Hinsley e Gil de Zúñiga (2010) correlacionam os traços de personalidade e a estabilidade emocional dos indivíduos com o trabalho em rede. Dada a natureza social das atividades em rede, a IE, conceituada como um conjunto de disposições e autopercepções emocionais localizado nos estratos mais baixos das hierarquias de personalidade existentes (Petrides et al., 2007), é um fator importante para prever o comportamento em rede. Conforme demonstrado por Chell e Baines (2000), a capacidade de interagir efetivamente com outras pessoas está associada a uma maior IE (Chell & Baines, 2000). Em uma economia altamente competitiva, a inteligência emocional e social leva a uma visão compartilhada e um aumento considerável no sucesso, como ilustrado por Boyatzis e Soler (2012). Além disso, os empreendedores bem-sucedidos serão aqueles que efetivamente gerenciarem suas redes e construirão relacionamentos fortes (Bhattacharyya, 2010). A eficácia da rede aumenta quando as atividades em rede são planejadas (O'Donnell, 2004) ou, em outras palavras, quando os empreendedores são proativos na rede.

Para testar os argumentos apresentados acima, realizou-se uma pesquisa online para estudar a relação entre o comportamento proativo do empreendedor em rede e a IE. Utilizou-se o Questionário de Traço de Inteligência Emocional - Versão Curta (TEIQue-SF), desenvolvido por Petrides (2001, 2009), para testar hipóteses sobre os fatores que definem o uso proativo de uma rede profissional e sua relação com o nível individual de inteligência emocional enquanto traço e seus quatro componentes (bem-estar, autocontrole, emocionalidade e sociabilidade).

Nesse sentido, o artigo responde a duas questões-chave de pesquisa: 1, Como a inteligência emocional enquanto traço se relaciona com o comportamento proativo em rede entre empreendedores? 2, Como a inteligência emocional enquanto traço pode agir como um preditor do comportamento proativo em rede? Para responder a essas questões, a metodologia de pesquisa segue o princípio da teoria da IE (traço), baseada em Petrides (2001) e Petrides, Furnham e Mavroveli (2007). Como contribuição, o artigo

nos leva a uma melhor compreensão do papel que a IET desempenha no processo de desenvolvimento de redes de empreendedores. Uma revisão de estudos relacionados ao tema é apresentada na seção dois. A seção três apresenta a metodologia da pesquisa e o estudo. E finalmente, os resultados, a discussão e a conclusão são apresentados.

2 Uso Proativo de Rede e Inteligência Emocional

2.1 Comportamento Proativo em Rede

Em 2007, a Rede Europeia de Cooperação Universidade/Empresa (Luca & David, 2007) investigou a forma como as três principais partes interessadas - acadêmicos, empregadores e graduados - encaram a formação de competências empresariais na prática. Os três grupos consideraram que as competências mais bem alcançadas foram as seguintes: capacidade de estabelecer relações produtivas, capacidade de compreender as necessidades dos clientes e capacidade de adquirir capital social - networking profissional. Duas das três principais competências estão relacionadas com o comportamento em rede. Isto significa que esta competência é imprescindível para empreendedores.

Trabalho em rede implica construir relacionamentos pessoais e profissionais para criar um sistema de informação, contato e apoio, cruciais para o sucesso pessoal e profissional (Rasdi, Garavan, & Ismail, 2011). Pode ser entendido como “tentativas de indivíduos para desenvolver e manter relações com outras pessoas que têm o potencial de ajudá-los em seu trabalho ou carreira” (Forret & Dougherty, 2004, p. 420). É um processo de construção e manutenção de relacionamentos informais e cooperativos na expectativa de que essa rede auxilie o desempenho no trabalho e o sucesso na carreira (Van Emmerik, Euwema, Geschiere & Schouten, 2006). Essas definições entendem o trabalho em rede como um comportamento proativo, que envolve relações de desenvolvimento visando o sucesso profissional (Kram, 1985). Da mesma forma, Sowon (2013) conceitua o trabalho em rede como um processo que envolve comportamento proativo, onde a proatividade é necessária para construir relações úteis.

No campo da pesquisa em empreendedorismo, o valor das redes como parte da explicação para o sucesso empresarial é amplamente reconhecido (Bøllingtoft, 2012; Tipu & Arain, 2011; Rothschild & Darr, 2005; Hite & Hesterly, 2001). De acordo com Anderson et al. (2008, p. 125), as redes “contribuem para a capacidade empresarial ao ampliar a base de ativos do indivíduo, com potencial humano, social, mercadológico, financeiro e técnico.” As redes formais e informais são cruciais em um ambiente empresarial (Rothschild & Darr, 2005), embora a maioria dos empreendedores não esteja ciente do valor de suas redes para seus negócios (De Klerk & Saayman, 2012).

O nível de proatividade que um empreendedor adota na rede pode ser posicionado ao longo de um contínuo que vai de “reativo” à “proativo” (O’Donnell, 2004). O’Donnell (2004, p. 221) afirma que “um proprietário/gerente será ‘proativo’ em uma rede com um determinado ator de rede se ele se relaciona com o ator de forma planejada e deliberada, se tem grandes expectativas acerca dos benefícios da rede e cria regularmente oportunidades para trabalhar em rede com o ator.” O trabalho em rede visando desenvolver laços fortes requer um comportamento proativo. Hulsink e Elfring (2007) examinam como os empreendedores moldam sua rede de laços fortes e fracos para corresponder às exigências transitórias de uma nova empresa ao longo do tempo.

De forma paralela, o networking profissional com base na Internet ajuda a aumentar o tamanho de potenciais redes. Além disso, as características estruturais da tecnologia digital permitem o estabelecimento de numerosas conexões autoperpetuantes (Kuss & Griffiths, 2011). A esse respeito, o networking profissional na Internet está dando cada vez mais suporte para o desenvolvimento de redes profissionais. Assim, as redes virtuais e face a face devem ser enfatizadas como fatores-chave para o desenvolvimento bem-sucedido de qualquer atividade empresarial.

O comportamento proativo em rede se concentra no uso de estratégias para implementar atividades em rede. Estas incluem atividades para alinhar o trabalho em rede com a estratégia de negócios e atividades para construir uma rede online e offline eficaz. Estas atividades representam intenções por parte do empreendedor de gerir a

sua rede de forma sistemática e profissional. Também é verdade que o/a gerente se envolve mais em atividades em rede à medida que o nível de incerteza percebido no ambiente aumenta (Sawyer, McGee & Peterson, 2003). Isto é devido ao fato de que o trabalho em rede é derivado de sua necessidade por parte da empresa e da capacidade da mesma em aplicá-lo (Kaufmann & Schwartz, 2008), e é crucial que os empreendedores “ajam estrategicamente ao investir tempo em sua rede para evitar déficits de recursos por um lado e por negligenciar outras tarefas importantes por outro” (Semrau & Werner, 2012, p. 174).

No entanto, apesar da importância do trabalho em rede como estratégia para a evolução das organizações (Wolff & Kim, 2012), 85% dos gerentes ainda não utilizam essa atividade com objetivos estratégicos (Cheuk, 2007). Como consequência, é mais importante do que nunca entender os fatores que podem mudar positivamente essa porcentagem, apesar de alguns autores, como Wiklund, Patzelt e Shepherd (2009), argumentarem que os recursos empresariais, incluindo as redes sociais, só tiveram efeitos indiretos sobre o crescimento de empresas.

2.2 IE como preditor do comportamento proativo em rede

Vários estudos tentam entender os preditores do trabalho em rede e o estabelecimento e uso de redes sociais entre empreendedores (Jack & Anderson, 2002; Slotte-Kock & Coviello, 2010). Forret e Dougherty (2001) conduziram um estudo para examinar a relação de características pessoais e profissionais com o envolvimento em redes. Os resultados da regressão múltipla mostraram que gênero, situação socioeconômica, autoestima, extraversão, atitudes favoráveis em relação à política da firma, nível organizacional e tipo de posição que ocupa foram preditores significativos de envolvimento nos comportamentos em rede. Esses autores também descobriram que indivíduos que possuem certos “traços de personalidade e atitudes podem ser mais propensos a se engajar em comportamentos proativos, levando assim a interações com outros em seus ambientes” (Forret & Dougherty, 2001, p. 288). Em uma pesquisa mais recente, Wolff e Kim (2012) oferecem um quadro integrador do relacionamento personalidade/trabalho em rede.

Quanto à rede online, Correa et al. (2010) sugerem que a extraversão, a estabilidade emocional e a abertura à experiência se relacionam com os usos das aplicações sociais na Internet. O estudo desses autores estabelece a relação entre esses três fatores de personalidade e o uso de sites de redes sociais, sugerindo que, enquanto extraversão e abertura à experiência estão positivamente relacionados com o uso de sites de redes sociais, a estabilidade emocional está negativamente relacionada ao mesmo (ou seja, indivíduos com níveis elevados de neuroticismo e afetividade negativa são mais propensos a se envolver em tais atividades sociais). Além disso, foram apreciadas as diferenças por gênero e idade. Dessa forma, características de personalidade e inteligência emocional também afetarão oportunidades de networking profissional através de redes não relacionadas a negócios.

Os artigos acadêmicos que exploram o conceito de IE começaram a aparecer no início da década de 1990, quando Salovey e Mayer (1990) definiram a IE como “um tipo de inteligência social que permite aos indivíduos monitorar as emoções dos outros e seu próprio status emocional” (p. 187). No entanto, um dos desenvolvimentos mais importantes na literatura da IE é a bifurcação conceitual de Petrides e Furnham (2001), resultando em duas perspectivas distintas sobre IE: capacidade de IE e traço de IE. Segundo Siegling, Saklofske e Petrides (2004), “a diferenciação entre o traço de IE e a capacidade de IE se baseia principalmente no método utilizado para medir o construto e *não* nos elementos (facetas) que os vários modelos hipotetizam englobar” (p. 382).

A perspectiva da capacidade de IE a conceitua como uma constelação de habilidades cognitivo-emocionais localizadas em estruturas existentes da inteligência humana (Petrides, 2011). Ela envolve habilidades reais e medidas com testes de “desempenho máximo”, e é diretamente aplicável à capacidade cognitiva (Petrides & Furnham, 2001, p. 426). Por outro lado, o traço de IE é definido como “uma constelação de autopercepções emocionais localizadas nos níveis inferiores das hierarquias da personalidade” (Petrides et al., 2007). O traço de IE é composto por “disposições comportamentais e habilidades autopercebidas” e deve ser medido através de

questionários de autorrelato. Está relacionado ao estudo da personalidade (Petrides & Furnham, 2001, p. 426). Para os empreendedores, “essa capacidade de compreender e exprimir com precisão emoções não verbais, bem como de interpretar as expressões emocionais dos outros, é extremamente importante” (Boren, 2010, p. 56). A conscientização das expressões não verbais, por exemplo, ajuda empreendedores a se relacionar com clientes e funcionários de modo idêntico, e a “regulação das emoções ajuda a manter a calma em situações estressantes” (Boren, 2010, p. 57).

O construto desenvolvido por Petrides e Furnham (2001), medido através do questionário TEIQue, consiste em quatro fatores:

- a) bem-estar, relacionado ao otimismo, à autoestima e ao traço de felicidade;
- b) autocontrole, relacionado à regulação emocional, à impulsividade e ao controle do estresse;
- c) emocionalidade, relacionada à expressão emocional, ao traço de empatia e à **qualidade do** relacionamento; e
- d) sociabilidade, relacionada ao controle emocional, à assertividade e à consciência social.

Em nosso estudo, usaremos a definição de traço de IE de Petrides e Furnham (2001) e a IE será estudada dentro de um quadro de personalidade (Petrides, 2001; Petrides & Furnham, 2001, 2006). Pesquisas acadêmicas sugerem que a inteligência emocional é responsável pela capacidade de um indivíduo de se engajar em interações sociais (Lopes, Salovey & Straus, 2003). Essas interações ajudam a construir habilidades sociais (Fox & Spector, 2000). Esse é um argumento baseado na hipótese de que as emoções são elementos-chave de como nos comunicamos e socializamos dentro dos grupos (Lopes et al., 2004). Assim, as habilidades sociais podem ser reconhecidas como um meio para facilitar a comunicação e como um aspecto importante para uma equipe de trabalho eficaz através de relacionamentos. De forma semelhante, as habilidades emocionais também desempenham um papel importante na promoção de reflexão crítica (Clarke, 2010), cumprimento do trabalho (Behbahani, 2011) e melhor qualidade do desempenho no trabalho (Khokhar & Kush, 2009). Todos os itens acima são habilidades que um empreendedor deve ter.

O traço de IE é um fator importante na previsão de resultados empresariais (Ahmetoglu, Leutner & Chamorro, 2011; Chell, 2008) e de comportamento empresarial (Bahadori, 2012), definido como um conjunto de ações para explorar as oportunidades empresariais. Dada a natureza social das atividades empreendedoras, o traço de IE pode prever o sucesso empresarial. De fato, vários autores sugerem que um nível elevado de traço de IE é necessário visando a exploração de oportunidades e inovações (Chell & Baines, 2000). Portanto, há uma relação entre o traço de IE dos empreendedores e seu sucesso (Karimi, Klashani & Bakhshizadeh, 2012). Com base nesses argumentos, este estudo apresenta as duas hipóteses abaixo:

H1: *O traço de IE tem um efeito positivo no comportamento proativo em rede.*

H2: *Os quatro componentes do traço de IE (Bem-estar, Autocontrole, Emocionalidade e Sociabilidade) têm um efeito positivo no comportamento proativo em rede.*

3 Método de Pesquisa

3.1 Amostra

Os autores empregaram um questionário estruturado para coletar informações detalhadas sobre o traço de inteligência emocional e as atividades em rede de empreendedores locais residentes em Tarragona¹. Dados do Instituto Nacional de Estatística da Espanha (<http://www.ine.es>) foram utilizados na elaboração do quadro populacional das pesquisas. Em 2013, existiam 27.635 empreendimentos próprios ou empresariais em Tarragona. A fim de se obter uma amostra conveniente, questionários foram enviados por e-mail para uma amostra estratificada de 450 empresas geridas pelos proprietários. Um questionário online auto-administrado foi utilizado como método de abordagem. Um total de 42 (9,3%) questionários utilizáveis foram recebidos e utilizados na análise. 16,6% dos respondentes eram mulheres e 83,3% homens. Em termos de idade, os resultados revelaram que a maioria dos entrevistados (66,6%) tinham menos de 45 anos. Pode-se argumentar que

essa idade reflete, em certa medida, baixo nível de maturidade dos empreendedores. Dentre os entrevistados, 11,9% tinham mais de 30 anos de experiência como empreendedores, 28,5% entre 20 e 30 anos de experiência, 50% entre 10 e 20 anos e apenas 9,5% tinham menos de 10 anos de experiência. 35,7% dos entrevistados trabalhavam no setor manufatureiro, 54,7% no setor de serviços e 9,2% no setor primário. 30,9% nunca usaram o trabalho em rede de forma proativa, 19% utilizaram diariamente, 30,9% menos de uma vez por mês e 19% várias vezes por mês.

3.2 Instrumentos

Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short form - TEIQue-SF. O instrumento escolhido para medir a inteligência emocional (traço) neste estudo foi o Questionário de Traço de Inteligência Emocional – Versão Curta (Petrides & Furnham, 2006). Este questionário fornece escores em quatro fatores: bem-estar, autocontrole, emocionalidade e sociabilidade (Petrides, 2001), e explica a variância de critérios em um nível comparável ao da versão completa do TEIQue (Siegling, Veseley, Petrides & Saklofke, 2015).

Um alto índice de bem-estar indica uma sensação geral de bem-estar. Em geral, indivíduos com uma alta pontuação neste fator sentem uma sensação de completude e satisfação com a vida. O fator de autocontrole refere-se ao grau de controle sobre seus impulsos e desejos. Indivíduos com uma alta pontuação de autocontrole têm a capacidade de gerir e regular pressões externas. Indivíduos com alto grau de emocionalidade possuem uma grande variedade de habilidades relacionadas à emoção: reconhecer emoções internas, perceber emoções e expressar emoções. O fator de sociabilidade concentra-se nas relações sociais e na influência social. Este fator difere do fator de emocionalidade na medida em que ele avalia a influência de alguém em uma variedade de contextos sociais, e não apenas em relacionamentos pessoais com a família e os amigos. Indivíduos com alto índice de sociabilidade são bons ouvintes e comunicadores eficientes (Petrides, 2001).

As propriedades psicométricas do instrumento são baseadas em Petrides (2009), Cooper e Petrides (2010), Perera (2015), Siegling et al. (2015), e no trabalho recente de Andrei, Siegling, Aloe, Baldaro e Petrides (2016). Para

o presente estudo, foi obtido um coeficiente alfa de confiabilidade de 0,84 para a escala de inteligência emocional (traço) e um coeficiente alfa de 0,8 para o fator Emocionalidade (8 itens), 0,6 para Autocontrole (6 itens), 0,82 para Bem-estar (6 itens) e 0,67 para Sociabilidade (6 itens). Os quatro itens restantes contribuem para a pontuação IET acumulada.

Como o trabalho em rede não é um “fenômeno unidimensional” (Torenvlied, Akkerman, Meier & O’Toole, 2012), outras variáveis foram incluídas no estudo. Essas variáveis adicionadas estão relacionadas à natureza da atividade em rede (estratégica versus não estratégica) e à forma como os contatos são mantidos (offline versus online), sendo um tipo de comportamento em rede (Forret & Dougherty, 2001)

Estratégico versus não estratégico. Esta pesquisa pressupõe que, como qualquer outra ação gerencial, o trabalho em rede pode ser categorizado como estratégico ou não estratégico. Um networking estratégico deve ser entendido como o processo que os empresários usam para alinhar as atividades em rede com a estratégia de negócios. Todos os construtos foram avaliados com medidas de autorrelato. As respostas a todos os itens foram feitas em escalas Likert de 7 pontos, variando de total discordância (1) a total acordo (7).

Networking online versus offline. Visto que na sociedade digital atual, a tecnologia de redes sociais pode facilitar a comunicação e a colaboração entre um novo empreendimento e seus stakeholders (clientes, fornecedores, etc.), duas variáveis que medem como os empreendedores construíram suas redes foram introduzidas na análise. O networking offline mede como os empresários desenvolvem sua rede profissional através dos meios offline mais apropriados (reuniões, conferências, etc.) em termos de objetivos planejados, e o networking online mede como os empresários constroem sua rede profissional através dos meios online mais adequados (comunidades virtuais) em termos de objetivos planejados. Em ambos os casos, há um comportamento proativo implícito para procurar oportunidades de interação formal e informal e colaboração com clientes/consumidores e outras partes interessadas.

Variáveis de controle. Seguindo metodologia de pesquisa (Bahadori, 2012), este estudo incluiu idade (anos), gênero (1 - feminino, 2 - masculino) e experiência de trabalho como variáveis de controle. A duração da experiência profissional é considerada um fator influente na IE. Mayer, Caruso e Salovey (1999) afirmam que, para que a inteligência emocional seja considerada uma inteligência padrão, ela deve aumentar com a idade e a experiência. Da mesma forma, diferenças de gênero afetam o comportamento em rede e a IET. Embora Forrett e Dougherty (2001) tenham encontrado poucas discrepâncias no comportamento em rede entre homens e mulheres, Van Emmerik et al. (2006) mostram que homens usam suas atividades em rede de forma mais efetiva. Com relação à IET, Petrides e Furnham (2000, 2001) indicam que o gênero é um preditor significativo da IET auto-estimada, com as mulheres apresentando pontuação maior do que os homens no fator de emocionalidade (Petrides & Furnham, 2000; Siegling, Sfeir & Smith, 2014). Outros estudos, como o de Mikolajczak, Menil e Luminet (2007), mostram homens com maior pontuação em sociabilidade e autocontrole e não apresentam diferenças no fator bem-estar. Portanto, idade, gênero e duração da experiência de trabalho como empreendedor foram incluídos na análise.

3.3 Análise dos Dados

Os coeficientes de correlação e confiabilidade são mostrados na Tabela 1, que apresenta o resultado obtido a partir de uma análise bivariada. As conclusões indicam que o Comportamento Proativo em Rede foi positivo e moderadamente associado ao Networking Estratégico ($r = 0,332$), sendo mais correlacionado com a IE Traço e dois de seus componentes (Bem-Estar e Sociabilidade), com seus respectivos r ($r = 0,603$; $r = 0,626$; $r = 0,603$). Finalmente, o Networking Proativo está negativamente correlacionado com o gênero ($r = -0,595$). Pesquisas anteriores sobre proatividade também revelaram que a proatividade é contingente ao gênero (Forret & Dougherty, 2004).

A IET total apresentou correlação elevada com seus quatro componentes, como esperado, e moderada com Networking Offline, Idade e Anos no Mercado de Trabalho ($r = 0,465$; $r = 0,675$; r

= 0,626). O Bem-estar em IET correlacionou-se com Networking Proativo, Networking Offline e Gênero ($r = 0,626$; $r = 0,675$; $r = -0,444$). A Sociabilidade em IET correlacionou-se com Networking Proativo, Networking Offline, Gênero, Idade e Anos no Mercado de Trabalho ($r = 0,607$; $r = 0,338$; $r = -0,331$, $r = 0,714$; $r = 0,619$). O Autocontrole em IET correlacionou-se positivamente com Networking Offline, Gênero, Idade e Anos no Mercado de Trabalho ($r = 0,338$; $r = 0,353$; $r = 0,482$, $r = 0,545$) e negativamente com Networking Estratégico ($r = -0,333$). Finalmente, a Emocionalidade em IET correlacionou-se com Networking Offline, Idade e Anos no Mercado de Trabalho ($r = 0,498$; $r = 0,541$; $r = 0,516$).

Neste estudo, formulamos diferentes hipóteses a respeito da relação entre o networking proativo e a IE (traço) e suas quatro dimensões. Hipótese 1: (a) a IE (traço) estaria positivamente relacionada ao comportamento proativo em rede. Encontramos apoio à Hipótese 1. Hipótese 2: (a) os componentes da IE (traço) estariam positivamente relacionados com o comportamento proativo em rede. Encontrou-se apoio para duas das subescalas, bem-estar e sociabilidade. Assim, pode-se salientar que o comportamento proativo em rede não está relacionado com a escala global, a emocionalidade e o autocontrole em IET. Isso é surpreendente, já que era de se esperar que a capacidade de influenciar outros impactasse no comportamento proativo em rede.

Tabela 1
Correlações de Pearson

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. NetProativo	1												
2. Bem-estar	.626**	1											
3. Sociabilidade	.607**	.455**	1										
4. Autocontrole	.232	.275	.421**	1									
5. Emocionalidade	.175	.378*	.523**	-.043	1								
6. IE total	.603**	.743**	.828**	.535**	.700**	1							
7. NetNãoEstratégico	.239	-.022	.265	-.138	-.029	.040	1						
8. NetEstratégico	.332*	.094	.116	-.333*	.035	-.004	-.056	1					
9. NetOnline	.259	.040	-.122	-.273	-.213	-.137	.343*	.469**	1				
10. NetOffline	.292	.675**	.338*	-.241	.498**	.465**	.339*	.175	.031	1			
11. Gênero	-.595**	-.444**	-.331*	.353*	-.258	-.288	-.529**	-.007	-.225	-.622**	1		
12. Idade	.282	.192	.714**	.482**	.541**	.675**	.368*	-.410**	-.421**	.181	-.252	1	
13. AnosMT	.140	.104	.619**	.545**	.516**	.626**	.209	-.462**	-.489**	.130	-.078	.896**	1

Nota. N=42. Gênero codificado (masculino=2, feminino=1). ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.

Para testar o impacto das variáveis explicativas no comportamento proativo em rede, foi realizada uma análise de regressão linear múltipla. Especificamente, ajustamos à variável explicada (NetProativo) uma equação linear com mínimos quadrados ordinários, usando o software SPSS. As variáveis explicativas são as quatro dimensões da IE (Bem-Estar, Sociabilidade, Autocontrole e Emocionalidade), NetEstratégico, NetOnline, NetOffline e as variáveis de controle

Gênero, Idade e AnosMT. Esta regressão nos permitirá determinar se todos os componentes da IE são relevantes para explicar o comportamento proativo em rede ou se, pelo contrário, apenas alguns deles o são. Visto que, infelizmente, a amostra não é muito grande, não obstante o conjunto potencial de variáveis explicativas seja, para o ajuste das regressões lineares, estas foram implementadas com o método stepwise usando a seleção “forward”. Isto implica começar com

nenhuma variável no modelo, testando a adição de cada variável utilizando um critério escolhido de comparação de modelos, adicionando a variável (se houver) que melhor aperfeiçoe o modelo e repetindo esse processo até que o modelo não possa ser melhorado por nenhuma variável. Para escolher as variáveis a serem incluídas, usamos os critérios de limite do *F-to-enter*. Os resultados são apresentados na Tabela 2.

A Tabela 2 mostra apenas as variáveis que consideramos relevantes para explicar o NetProativo. A estatística *F* indica que o modelo é significativo com um *p*-valor de praticamente 0. Da mesma forma, a estatística de Durbin-Watson sugere que não há um problema relevante de heterocedasticidade. Quanto à colinearidade, podemos observar que todas as variáveis têm um

índice de tolerância acima de 0,4, e o VIF está, em todas as variáveis, claramente abaixo de 10; ainda, seguindo os critérios de Belsley, o índice de condição indica que não há colinearidade.

Pode-se observar que a Hipótese 2 é parcialmente confirmada, pois a relação entre Bem-estar e Sociabilidade com NetProativo é positiva e sua significância está claramente acima de 99%. Por outro lado, Autocontrole e Emocionalidade não demonstram poder explicativo sobre NetProativo. Gênero (sendo masculino) tem uma influência negativa sobre NetProativo; NetOffline e NetOnline estão positivamente relacionados com NetProativo. Finalmente, AnosMT não é reconhecida como uma variável explicativa no modelo.

Tabela 2
Análise de regressão múltipla no Comportamento Proativo em Rede

Variáveis	Coeficientes ^a						Estatísticas de colinearidade	
	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t de Student	p-valor	Tolerância	VIF	
	Valor	Erro padrão	Valor					
(Constante)	-0,368	1,080		-0,341	0,735			
Bem-estar	0,745	0,134	0,605	5,547	0,000	0,483	2,070	
Sociabilidade	0,495	0,117	0,374	4,247	0,000	0,741	1,349	
Gênero	-1,514	0,301	-0,517	-5,033	0,000	0,545	1,835	
NetOffline	0,400	0,083	0,570	4,795	0,000	0,406	2,460	
NetOnline	0,109	0,049	0,179	2,228	0,032	0,893	1,120	

Nota. a. Varável dependente: NetProativo

O Índice de Condição deste modelo é de 25,12 enquanto que a estatística de Durbin-Watson é de 2,364. O modelo selecionado apresenta R^2 ajustado = 76,50% e estatística $F = 27.625$, cujo *p*-valor é 0%.

4 Discussão

Nossa pesquisa corrobora a ideia de que uma combinação de bem-estar e sociabilidade é necessária para explicar o comportamento proativo em rede. Estes resultados são consistentes com os anteriores. Assim, por exemplo, Forret e Dougherty (2001) descobriram que o envolvimento em comportamentos em rede pode ser visto como altamente ameaçador para indivíduos com baixa auto-estima ou com baixa pontuação no Bem-estar. Indivíduos com baixa auto-estima podem sentir que de nada adianta

contribuir com os outros e, como resultado, podem retirar-se de oportunidades de networking. Em contraste, para indivíduos com maior auto-estima, espera-se uma vontade maior de envolvimento em comportamentos em rede, visto que esses indivíduos sentem-se mais confiantes ao realizarem atividades em rede. Essa ideia é coerente com a noção de que os julgamentos de auto-eficácia podem ser usados para explicar por que as pessoas desenvolvem um interesse implícito em tarefas, até mesmo tarefas para as quais inicialmente não sentem nenhuma motivação intrínseca (Bandura, 1977). Uma dessas tarefas é a negociação.

Para Elfenbein, Foo, White, Tan e Aik (2007), as habilidades de negociação também são cruciais para o sucesso empresarial. Empreendedores devem negociar com fornecedores, vendedores, distribuidores e funcionários. A capacidade de reconhecer as emoções dos outros é crucial e pessoas com maior aptidão nesse quesito tem melhores resultados nas negociações de compra e venda e no estabelecimento de redes empresariais mais eficazes. Ao mesmo tempo, a IE Traço é crucial em respostas a situações de pressão, como negociações, conforme demonstrado por Laborde, Lautenbach, Allen, Herbert e Achtzehn (2014).

Como dito anteriormente, as redes sociais dos empreendedores podem ser feitas de relacionamentos online e offline. Os empreendedores obtêm recursos das redes sociais (Witt, 2010), e diferentes redes sociais fornecem diferentes recursos aos empreendedores (Jenssen & Koenig 2002; Witt, 2010). É a composição de suas redes sociais que determina quais os recursos que os empreendedores podem obter delas. Assim sendo, os empreendedores devem desenvolver suas redes profissionais através dos meios offline e online mais adequados. Além disso, em ambos os casos, há um comportamento proativo implícito, como confirmado por nossos resultados.

Em relação ao gênero, existem poucos estudos empíricos que examinam as diferenças de gênero em networking (Hanson & Blake, 2009; Watson, 2011). Estudos anteriores, como Ibarra (1992), pedem mais evidências empíricas para esclarecer como as redes de homens e mulheres diferem, qual a extensão dessas diferenças e as possíveis consequências de tais diferenças. Cromie e Birley (1992) argumentam que, como a maioria das mulheres ingressa no trabalho por conta própria a partir de uma experiência não gerencial, é provável que seus contatos pessoais de rede não sejam tão extensos ou bem desenvolvidos quanto os dos seus homólogos do sexo masculino. Ainda assim, mesmo quando as mulheres passam diretamente do emprego remunerado para o trabalho por conta própria, é provável que elas tenham menos contatos de rede (Cromie & Birley, 1992). Paralelamente, as mulheres podem ter menos auto-eficácia empresarial (Wilson, Kickul & Marlino, 2007) e sentir uma necessidade

mais forte de desenvolver uma série de laços de rede, dos quais podem adquirir informações. Nossos resultados são consistentes com esses estudos anteriores, pois empreendedores do sexo feminino estiveram mais envolvidas em networking proativo do que empreendedores do sexo masculino. Esta realidade pode ser entendida como uma consequência da desigualdade de gênero nos mercados de trabalho.

Ao incorporarmos a literatura sobre a IE (traço) à pesquisa em redes empresariais, tentamos contribuir para a pesquisa sobre o empreendedorismo ao lançar luz sobre o que foi consistentemente identificado como uma questão de subpesquisa. A hipótese testada pode orientar futuras investigações empíricas sobre o papel crítico que a IE Traço desempenha no processo de desenvolvimento de redes de um empreendedor.

5 Limitações e Pesquisas Futuras

Este estudo tem algumas limitações, mas também abre caminho para novos estudos de pesquisa. Conforme discutido anteriormente, uma limitação importante desta pesquisa é o tamanho final da amostra. Assim, a fim de aumentar a confiabilidade e a consistência dos resultados, o estudo deve ser replicado para a obtenção de mudanças significativas no tamanho da amostra.

Outras variáveis, como o tamanho da rede e a força dos laços interpessoais, devem ser levadas em consideração na análise e incorporadas ao modelo. Essas variáveis devem ser incluídas como forma de medir as redes sociais. Seguindo a definição de Anderson et al. (2008), o tamanho da rede, que é um ativo estratégico crucial, afeta o número de contatos que fornecem informações profissionais relevantes e conhecimento. De forma paralela, a força dos vínculos na rede de um empreendedor influencia seus resultados econômicos (Berrou & Combarous, 2012). Em consequência, pesquisas futuras devem examinar se essas duas variáveis estão correlacionadas com a IE e se a IE pode ser usada como um preditor do alto potencial de comportamento em rede. Em sua pesquisa, Dries e Pepermans (2007) demonstraram a utilidade de usar algumas indicações de

inteligência emocional para identificar gerentes de alto potencial. Utilizando o modelo de Bar-On (Bar-On, 1997), esses autores demonstram que as subescalas de IE (assertividade, independência, otimismo, flexibilidade e responsabilidade social) aparecem como critérios de identificação de alto potencial “disfarçados”, diferenciando gerentes de alto potencial e regulares. Ademais, aqueles de alto potencial apresentam níveis mais elevados de desempenho no trabalho. De forma paralela, deve-se analisar se a IE pode ser um critério de identificação, diferenciando os empreendedores que estabelecem redes profissionais como de alto potencial ou regulares.

Também é importante encontrar mais evidências sobre a relação entre empreendedorismo e IE (traço). Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewitt e Moustakis (2009), por exemplo, propõem e testam empiricamente um modelo teórico que estabelece relações entre inteligência emocional, criatividade, proatividade e atitudes em relação ao empreendedorismo e à intenção empreendedora. Zampetakis et al. (2009) descobriram que a IE está positivamente relacionada com as intenções empreendedoras e fornecem à literatura uma outra peça importante do quebra-cabeça referente à motivação empresarial. De modo semelhante, Ahmetoglu et al. (2011) e Ghorbani, Johari e Moghadam (2012) estudam a IE como um preditor de empreendedorismo, porém com resultados contraditórios.

Outros estudos descobriram que existem diferenças básicas nas estruturas das redes de homens e mulheres, influenciando a sua eficácia. As mulheres tendem a estabelecer redes que são menores em tamanho, têm maior força de vínculos e um maior grau de semelhança entre os membros do que os homens (Knouse & Webb, 2001). As redes de homens, que tipicamente têm laços fracos e uma ampla ou mais diversa faixa de membros, tendem a fornecer mais benefícios instrumentais (Ibarra, 1997). Por conseguinte, deveriam ser levantadas questões para saber se empreendedores e empreendedoras beneficiam-se igualmente de redes proativas. Estudos de pesquisa com perspectiva de gênero devem considerar explorar mais a fundo o nível de IE de empreendedores, a existência de diferenças de gênero e o crescimento

e sucesso dos novos empreendimentos. A pesquisa realizada por Khatoon (2013) deve ser replicada com amostras maiores para aumentar a confiabilidade dos resultados.

Como a importância das tecnologias baseadas na Internet desencadeou um desenvolvimento tecnológico e social irresistível, “espera-se que o ‘e-enterprise’ ganhe maior importância no futuro” (Kollmann, 2009, p. 13). No contexto de uma crise econômica global, a Internet é uma plataforma para a criação de negócios que proporcionam oportunidades empresariais àqueles que podem não ser ricos em capital (Waddell, Singh & Musa, 2006). Os avanços nas TICs e o advento da Internet facilitaram o surgimento e o crescimento de estratégias colaborativas entre pequenos “e-businesses” (Matlay & Martin, 2009; Matlay & Westhead, 2005), que poderiam ser definidas como estratégias de baixo custo. Neste contexto, a investigação futura deve se voltar à análise do comportamento proativo em rede dos chamados “e-entrepreneurs” (e-empreendedores) e à possibilidade da IE desempenhar um papel diferente nesse novo mundo empresarial.

Também é claro que, visando ampliar o entendimento sobre o comportamento em rede, estudos quantitativos e qualitativos devem coexistir para fornecer detalhes aprofundados sobre a dinâmica de relacionamentos sociais e profissionais. A realização de estudos de caso, grupos focais ou entrevistas com empreendedores ajudará a entender como estes usam as redes sociais em sua vida profissional. Dessa forma, por exemplo, o estudo de Zhang (2010), baseado em entrevistas de campo, oferece uma compreensão completa do comportamento de empreendedores em rede e sua influência no processo empreendedor. Semelhantemente, Lockett, Jack e Larty (2012) apresentam resultados de 14 entrevistas em profundidade, analisando as motivações e desafios de intermediários e empreendedores envolvidos na formação de um grupo de networking. Sem dúvida, técnicas qualitativas são adequadas para explorar o lado mais suave das redes e do comportamento em rede. Por essa razão, a realização de estudos qualitativos melhoraria os resultados da pesquisa sobre o comportamento em rede entre empreendedores.

6 Conclusões

O trabalho em rede (networking) é uma atividade imprescindível para os empreendedores, pois contatos profissionais vinculam-nos a oportunidades, suporte e recursos críticos. Essa prática ajuda um empresário a construir relacionamentos mais eficientes com clientes, fornecedores, investidores, a administração pública ou instituições financeiras. Como tal, o desenvolvimento de contatos através da rede é importante para iniciar um negócio e para a sua sobrevivência, crescimento e desenvolvimento futuro. Em consequência, é essencial investigar o comportamento empreendedor em termos de práticas em rede e preditores. Para fornecer *insights* sobre este campo de conhecimento, esta pesquisa avalia como a inteligência emocional enquanto traço serve como suporte ao comportamento proativo em rede entre empreendedores, demonstrando a utilidade de usar a IE (traço) para avaliar empreendedores de alto potencial. A pesquisa explora se a IE enquanto traço pode ser um bom preditor do comportamento proativo em rede.

Os resultados finais confirmam parcialmente a hipótese de pesquisa, com alguns componentes do traço de IE (fatores de bem-estar e sociabilidade) mostrando uma correlação positiva significativa com o comportamento proativo em rede. As implicações gerenciais de nossos resultados relacionam-se com o fato de que duas dimensões do traço de inteligência emocional (bem-estar, sociabilidade) têm efeito positivo no comportamento proativo em rede entre empreendedores. Isso pode indicar que empreendedores com pontuações mais altas nesses componentes gerenciarão proativamente suas redes. Também sugerimos várias vias para pesquisa futuras, que levarão a uma melhor compreensão do papel que a IE (traço) desempenha no processo de desenvolvimento de redes de um empreendedor.

Note

¹ Tarragona é uma cidade situada ao sul da Catalunha, no nordeste da Espanha, próxima ao mar Mediterrâneo. É uma das províncias que compõem a Região Autônoma Catalã.

Referências

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences, 51*(8), 1028-1033. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2011.08.016>
- Anderson, A. R., Dodd, S. D., & Jack, S. (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: A processual perspective. *Entrepreneurship & Regional Development, 20*(2), 125-159.
- Anderson, A. R., Dodd, S. D., & Jack, S. (2010). Network practices and entrepreneurial growth. *Scandinavian Journal of Management, 26*(2), 121-133.
- Andrei, F., Siegling, A. B., Aloe, A. M., Baldaro, B., & Petrides, K. V. (2016). The incremental validity of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue): A systematic review and meta-analysis. *Journal of Personality Assessment, 98*(3), 261-276. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/00223891.2015.1084630>
- Bahadori, M. (2012). The effect of emotional intelligence on entrepreneurial behavior: A case studying a medical science university. *Asian Journal of Business Management, 4*(1), 81-85.
- Bandura, A., (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review, 84*(2), 191-215.
- Bar-On, R. (1997). *Emotional quotient inventory: Technical manual*. Toronto, ON: Multi-Health Systems.
- Behbahani, A. (2011). A comparative study of the relation between emotional intelligence and employee's performance. *Procedia -Social and Behavioral Sciences, 30*, 386-389.
- Bennett, J., Owers, M., Pitt, M., & Tucker, M. (2010). Workplace impact of social networking. *Property Management, 28*(3), 138-148.

- Berrou, J. P., & Combarrous, F. (2012). The personal networks of entrepreneurs in an informal African urban economy: Does the 'strength of ties' matter? *Review of Social Economy*, 70(1), 1-30.
- Bhattacharyya, A. (2010). The networking entrepreneur. *The Journal of Entrepreneurship*, 19(2), 209-221. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/097135571001900207>
- Bøllingtoft, A. (2012). The bottom-up business incubator: Leverage to networking and cooperation practices in a self-generated, entrepreneurial-enabled environment. *Technovation*, 32(5), 304-315. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2011.11.005>
- Boren, A. (2010). Emotional Intelligence: The secret of successful entrepreneurship? *Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department*, 55(2), 53-61.
- Boyatzis, R., & Soler, C. (2012). Vision, leadership and emotional intelligence transforming family business. *Journal of Family Business Management*, 2(1), 23-30. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/20436231211216394>
- Brass, D. J., Galaskiewicz, J., Greve, H., & Tsai, W. (2004). Taking stock of networks and organizations: A multilevel perspective. *Academy of Management Journal*, 47(6), 795-817.
- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction* (2nd ed.). East Sussex, England: Routledge.
- Chell, E., & Baines, S. (2000). Networking, entrepreneurship and microbusiness behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12(3), 195-215. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/089856200413464>
- Cheuk, B. (2007). Social networking analysis: Its application to facilitate knowledge transfer. *Business Information Review*, 24(3), 170-176.
- Clarke, N. (2010). Emotional intelligence and learning in teams. *Journal of Workplace Learning*, 22(3), 125-145. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13665621011028594>
- Cooper, A., & Petrides, K. V. (2010). A psychometric analysis of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short Form (TEIQue-SF) using Item Response Theory. *Journal of Personality Assessment*, 92(5), 449-457. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/00223891.2010.497426>
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Cromie, S., & Birley, S. (1992). Networking by female business owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 237-251.
- De Klerk, S., & Saayman, M. (2012). Networking as key factor in Artpreneurial success. *European Business Review*, 24(5), 382-399. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/09555341211254490>
- Dries, N., & Pepermans, R. (2007). Using emotional intelligence to identify high potential: A metacompetency perspective. *Leadership & Organization Development Journal*, 28(8), 749-770. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/01437730710835470>
- Elfenbein, H. A., Foo, M. D., White, J., Tan, H. H., & Aik, V. C. (2007). Reading your counterpart: The benefit of emotion recognition accuracy for effectiveness in negotiation. *Journal of Nonverbal Behavior*, 31(4), 205-223. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10919-007-0033-7>
- Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of networking behavior for managerial and professional employees. *Group and Organization Management*, 26(3), 283-311. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1059601101263004>
- Forret, M. L. & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes:

- Differences for men and women? *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 419-437. doi: <http://dx.doi.org/10.1002/job.253>
- Fox, S., & Spector, P. E. (2000). Relations of emotional intelligence, practical intelligence, general intelligence, and trait affectivity with interview outcomes: it's not all just 'G'. *Journal of Organizational Behavior*, 21(2), 203-220. doi: [http://dx.doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(200003\)21:2<203::AID-JOB38>3.0.CO;2-Z](http://dx.doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(200003)21:2<203::AID-JOB38>3.0.CO;2-Z)
- Ghorbani, M., Johari, S., & Moghadam, A. (2012). Analysis of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurship. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 11(5), 679-689.
- Hanson, S., & Blake, M. (2009). Gender and entrepreneurial networks. *Regional Studies*, 43(1), 135-149. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/00343400802251452>
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275-286.
- Hoang H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)
- Hulsink, W., & Elfring, T. (2007). Networking by entrepreneurs: Patterns of tie formation in emerging organizations. *Organization Studies*, 28(12), 1849-1872. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0170840607078719>
- Ibarra, H. (1992). Homophily and differential returns: Sex differences in network structure and access in an advertising firm. *Administrative Science Quarterly*, 37(3), 422-447. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/2393451>
- Ibarra, H. (1997). Paving an alternative route: gender differences in managerial networks. *Social Psychology Quarterly*, 60(1), 91-102. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/2787014>
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487. doi: <http://dx.doi.org/10.2307/2787014>
- Jenssen, J. I., & Koenig, H. F. (2002). The effect of social networks on resource access and business start-ups. *European Planning Studies*, 10(8), 1039-1046. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/0965431022000031301>
- Karimi, P., Kloshani, M., & Bakhshizadeh, A. (2012). A comparative study on emotional intelligence and cognitive between successful and unsuccessful entrepreneurs. *Management Science Letters*, 2(6), 2071-2076. doi: <http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2012.06.013>
- Kaufmann, D., & Schwartz, D. (2008). Networking strategies of young biotechnology firms in Israel. *Annals of Regional Science*, 43(3), 599-613. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-008-0253-8>
- Khatoon, N. (2013). The impact of emotional intelligence on the growth of entrepreneurship. *International Journal of Business Management and Research*, 3(3), 1-8.
- Khokhar, C. P., & Kush, T. (2009). Emotional intelligence and work performance among executives. *Europe's Journal of Psychology*, 5(1), 1-11. doi: <http://dx.doi.org/10.5964/ejop.v5i1.281>
- Knouse, S. B., & Webb, S. C. (2001). Virtual networking for women and minorities. *Career Development International*, 6(4), 226-228.
- Kollmann, T. (2009). *E-entrepreneurs: The principles of founding electronic ventures. Selected readings on information technology and business systems management*. Hershey, PA: IGI Global.
- Kram, K. E. (1985). *Mentoring at work: Developmental relationships in organizational life*. Glenview, IL: Scott, Foresman.

- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction. A Review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528-3552. doi: <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Laborde, S., Lautenbach, F., Allen, M. S., Herbert, C., & Achtzehn, S. (2014). The role of trait emotional intelligence in emotion regulation and performance under pressure. *Personality and Individual Differences*, 57, 43-47. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2013.09.013>
- Lechner, C., Dowling, M., & Welp, I. (2006). Firm networks and firm development: The role of the relational mix. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 514-540. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.02.004>
- Linehan, M., & Scullion, H. (2008). The development of female global managers: The role of mentoring and networking. *Journal of Business Ethics*, 83(1), 29-40. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9657-0>
- Lockett, N., Jack, S., & Larty, J. (2012). Motivations and challenges of network formation: Entrepreneur and intermediary perspectives. *International Small Business Journal*, 31(8), 866-889. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0266242612448383>
- Lopes, P. N., Brackett, M. A., Nezlek, J. B., Schutz, A., Sellin, I., & Salovey, P. (2004). Emotional intelligence and social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(8), 1018-1034. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0146167204264762>
- Lopes, P. N., Salovey, P., & Straus, R. (2003). Emotional intelligence, personality and the perceived quality of social relationships. *Personality and Individual Differences*, 35(3), 641-658.
- Luca, M. R., & David, L. T. (2007). Tuning research on university-enterprise partnership in training entrepreneurship [Project EUE-NET]. European University-Enterprise Cooperation Network, Brussels.
- Mancinelli, S., & Mazzanti, M. (2008). Innovation, networking and complementarity: Evidence on SME performances for a local economic system in North-Eastern Italy. *Annals of Regional Science*, 43(3), 567-597. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-008-0255-6>
- Matlay, H., & Martin, L. (2009). Collaborative and competitive strategies in virtual teams of e-entrepreneurs: A pan-European perspective. *Australasian Journal of Information Systems*, 16(1), 99-115. doi: <http://dx.doi.org/10.3127/ajis.v16i1.560>
- Matlay, H., & Westhead, P. (2005). Virtual teams and the rise of e-entrepreneurship in Europe. *International Small Business Journal*, 12(4), 279-300.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27(4), 267-298.
- Mikolajczak, M., Menil, C., & Luminet, O. (2007). Explaining the protective effect of trait emotional intelligence regarding occupational stress: Exploration of emotional labor processes. *Journal of Research in Personality*, 41(5), 1107-1117. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrp.2007.01.003>
- Mitrega, M., Forkmann, S., Ramos, C., & Henneberg, S. C. (2012). Networking capability in business relationships: Concept and scale development. *Industrial Marketing Management*, 41(5), 739-751. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.06.002>
- Muscanell, N., & Guadagno, R. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107-112. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.016>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational

advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.

O'Donnell, A. (2004). The nature of networking in small firms. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 7(3), 206–217. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13522750410540218>

Ostgaard, T., & Birley, S. (1994). Personal networks and firm competitive strategy - A strategic or coincidental match? *Journal of Business Venturing*, 9(4), 281–305. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90009-4](http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(94)90009-4)

Perera, H. N. (2015). The internal structure of responses to the Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short form: An exploratory structural equation modelling approach. *Journal of Personality Assessment*, 97(4), 411–423. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/00223891.2015.1014042>

Petrides, K. V. (2001). *A psychometric investigation into the construct of emotional intelligence* (Doctoral dissertation). University College London, London, England.

Petrides, K. V. (2009). Psychometric properties of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire. In C. Stough, D. H. Saklofske, & J. D. Parker (Eds.), *Advances in the assessment of emotional intelligence* (pp. 85–111). New York, NY: Springer.

Petrides, K. V. (2011). Ability and trait emotional intelligence. In T. Chamorro-Premuzic, A. Furnham, & S. von Strumm (Eds.), *The Blackwell-Wiley handbook of individual differences* (pp. 656–678). New York, NY: Wiley.

Petrides, K. V., & Furnham, A. (2000). Gender differences in measured and self-estimated trait emotional intelligence. *Sex Roles: A Journal of Research*, 42(5), 449–461. doi: <http://dx.doi.org/10.1023/A:1007006523133>

Petrides, K. V., & Furnham, A. (2001). Trait emotional intelligence. Psychometric investigation with reference to established trait taxonomies.

European Journal of Personality, 15(6), 425–448. doi: <http://dx.doi.org/10.1002/per.416>

Petrides, K. V., & Furnham, A. (2006). The role of trait emotional intelligence in a gender specific model of organizational variables. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 552–569. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00019.x>

Petrides, K. V., Furnham, A., & Mavroveli, S. (2007). Trait emotional intelligence: Moving forward in the field of EI. In G. Matthews, M. Zeidner, & R. Roberts, R. (Eds.), *Emotional intelligence: Knowns and unknowns* (pp. 151–166, Series in Affective Science). Oxford: Oxford University Press.

Petrides, K. V., Pita, R., Kokkinaki, F. (2007). The location of trait emotional intelligence in personality factor space. *British Journal of Psychology*, 98(2), 273–289. doi: <http://dx.doi.org/10.1348/000712606X120618>

Rasdi, R. M., Garavan, T. N., & Ismail, M. (2011). Understanding proactive behaviours and career success: Evidence from an emerging economy. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 2(4), 53–71.

Rothschild, L., & Darr, A. (2005). Technological incubators and the social construction of innovation networks: An Israeli case. *Technovation*, 25(1), 59–67. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00064-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00064-6)

Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185–211.

Sawyer, O. O., McGee, J., & Peterson, M. (2003). Perceived uncertainty and firm performance in SMEs. The role of personal networking activities. *International Small Business Journal*, 21(3), 269–290. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/02662426030213002>

- Semrau, T., & Werner, A. (2012). The two sides of the story: Network investments and new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 159-180. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00348.x>
- Siegling, A. B., Saklofske, D. H., & Petridres, K. V. (2004). Measures of ability and trait emotional intelligence. In G. J. Boyle, D. H. Saklofske, & G. Matthews (Eds.), *Measures of personality and social psychological constructs* (pp. 381-414). San Diego: Academic Press.
- Siegling, A. B., Sfeir, M., & Smith, H. J. (2014). Measured and self-estimated trait emotional intelligence in a UK sample of managers. *Personality and Individual Differences*, 65, 59-64. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.027>
- Siegling, A. B., Veseley, A. K., Petrides, K. V., & Saklofske, D. H. (2015). Incremental validity of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire-Short Form (TEIQue-SF). *Journal of Personality Assessment*, 97(5), 525-535. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/00223891.2015.1013219>
- Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31-57. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00311.x>
- Sowon, K. (2013). Networking enablers, constraints and dynamics: A qualitative analysis. *Career Development International*, 18(2), 120-138.
- Tipu, S., & Arain, F. (2011). Managing success factors in entrepreneurial ventures: A behavioral approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17(5), 534-560.
- Torenvlied, R., Akkerman, A., Meier, K., & O'Toole, L. (2012). The multiple dimensions of managerial networking. *American review of public administration*, 43(3), 251-272. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0275074012440497>
- Treadway, D., Breland, J., Adams, G., Duke, A., & Williams, L. (2010). The interactive effects of political skill and future time perspective on career and community networking behavior. *Social Networks*, 32(2), 138-147. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.socnet.2009.09.004>
- Van Emmerik, I. J. H., Euwema, M. C., Geschiere, M., & Schouten, M. F. A. G. (2006). Networking your way through the organization: Gender differences in the relationship between network participation and career satisfaction. *Women in Management Review*, 21(1), 54-66.
- Waddell, D., Singh, M., & Musa, A. (2006). *Entrepreneurship and innovations in e-business: An integrative perspective*. Hershey, PA: IGI Global.
- Watson, J. (2007). Modeling the relationship between networking and firm performance. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 852-874. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.08.001>
- Watson, J. (2011). Networking: Gender differences and the association with firm performance. *International Small Business Journal*, 30(5), 536-558. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0266242610384888>
- Wiklund J., Patzelt, H., & Shepherd, D. (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics*, 32(4), 351-374. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-007-9084-8>
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(3), 387-406.
- Witt, P. (2010). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(5), 391-412.
- Wolff, H., & Kim, S. (2012). The relationship between networking behaviours and the Big

Five personality dimensions. *Career Development International*, 17(1), 43-66. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13620431211201328>

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

Zhang, J. (2010). The problems of using social networks in entrepreneurial resource acquisition. *International Small Business Journal*, 28(4), 338-361. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0266242610363524>

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status. A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

Sobre os autores:

1. Teresa Torres-Coronas, PhD em Gestão de Negócios, Universitat Rovira i Virgili, Espanha.

E-mail: teresa.torres@urv.cat

2. María-Arántzazu Vidal-Blasco, PhD em Gestão de Negócios, Universitat Rovira i Virgili, Espanha.

E-mail: mariaarantzazu.vidal@urv.cat

Contribuição de cada autor:

Contribuição	Teresa Torres-Coronas	María-Arántzazu Vidal-Blasco
1. Definição do problema de pesquisa	√	√
2. Desenvolvimento de hipóteses ou questões de pesquisa (estudos empíricos)	√	√
3. Desenvolvimento de proposições teóricas (trabalho teórico)	√	
4. Fundamentação teórica / Revisão da literatura	√	√
5. Definição de procedimentos metodológicos	√	
6. Coleta de dados		√
7. Análise estatística	√	√
8. Análise e interpretação de dados	√	√
9. Revisão crítica do manuscrito	√	√
10. Escrita do manuscrito	√	√