



ATITUDES E MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS EM CRIANÇAS: ESTUDO EXPLORATÓRIO

ATTITUDES AND ENTREPRENEURIAL MOTIVATIONS IN CHILDREN: EXPLORATORY STUDY

Carolina Pereira¹

Aurora Teixeira²

Resumo

A sabedoria convencional sugere que a aquisição de atitudes e motivações empreendedoras no início da vida tendem a ter uma influência positiva no comportamento empreendedor futuro. Apesar de tal argumento generalizado, existem muito poucas evidências científicas que corroborem tal afirmação. O objetivo deste estudo é compreender quais são, atualmente, as principais atitudes e motivações das crianças, avaliar como essas atitudes e motivações se relacionam com outras variáveis relevantes, ou seja, sexo, idade, escolaridade, vocações e aspirações das crianças e ocupações dos pais e avaliar qual é a influência da educação nas atitudes e motivações das crianças. Para a prossecução deste objetivo, reunimos dados primários de crianças usando uma adaptação do *Entrepreneurial Attitude Survey*. Foram estudadas quatro turmas do 3º e 4º ano de um colégio do Porto com um contexto pró-empreendedor e o estudo foi centrado nas crianças. As análises exploratórias e econométricas evidenciam que os diferentes determinantes têm impactos distintos sobre as atitudes empreendedoras das crianças - realização, inovação, autocontrolo e autoestima. Em geral, as crianças matriculadas no 3º ano apresentam níveis mais elevados de atitudes empreendedoras do que aquelas matriculadas no 4º ano, com exceção para a inovação. Estes resultados parecem transmitir a ideia de que, com a progressão dos indivíduos no seu percurso escolar, perdem parte das suas atitudes empreendedoras. Embora tal resultado deva ser analisado com prudência, dado o número limitado de crianças envolvidas e do contexto específico de estudo, destaca-se um potencial efeito colateral arriscado que a educação possa ter sobre a formação de empreendedores e da necessidade de recolher mais provas para analisar corretamente tais questões.

Palavras-chave: educação, empreendedorismo, crianças, atitudes, motivações

Abstract

Conventional wisdom suggests that the acquisition of entrepreneurial attitudes and motivations early in life tends to have a positive influence on future entrepreneurial behavior. Despite such a widespread argument, there is very little scientific evidence to support this claim. The aim of this study is to understand the main attitudes and motivations of children, to evaluate how these attitudes and motivations relate to other relevant variables, ie, gender, age, schooling, vocations and aspirations of children and parents' occupations And evaluate the influence of education on the attitudes and motivations of children. To achieve this goal, we collected primary data from children using an adaptation of the Entrepreneurial Attitude Survey. Four groups of the 3rd and 4th year of a Porto school with a pro-entrepreneurial context were studied and the study focused on children. The exploratory and econometric analyzes show that the different determinants have different impacts on children's entrepreneurial attitudes - achievement, innovation, self-control and self-esteem. In general, children enrolled in grade 3 have higher levels of entrepreneurial attitudes than those enrolled in grade 4, except for innovation. These results seem to convey the idea that, with the progression of individuals in their school career, they lose some of their entrepreneurial attitudes. Although such a result should be looked at with caution given the limited number of children involved and the specific context of study, a potential risky side effect of education on entrepreneurship training and the need to gather more evidence to analyze Correctly.

¹Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Portugal-carolinabeatrizpereira@gmail.com

²Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Portugal-ateixeira@fep.up.pt

Keywords: education, entrepreneurship, children, attitudes, motivations

1. Introdução

O empreendedorismo é comumente associado ao crescimento económico (Holcombe, 1998; Wennekers and Thurik, 1999), que está positivamente associado ao desenvolvimento das sociedades (Nooteboom, 1993; Wennekers and Thurik, 1999; Acs, 2006; Acs and Almorós, 2008; GEM, 2013). De facto, vários investigadores argumentam que o empreendedorismo reside "no coração da vantagem competitiva" (Porter, 1990: 125), apresentando um papel fundamental na promoção do crescimento económico. Wong et al. (2005: 337) afirmam que "[e]mpreendedores servem como agentes de mudança, trazem novas ideias para os mercados e estimulam o crescimento por meio de um processo de seleção de empresas competitivas". Assim, o crescimento não pode ser atingido se não houver agentes a implementá-lo e os empreendedores são vistos como os agentes que podem produzir valor para a economia (Schumpeter, 1934; Wennekers and Thurik, 1999).

Neste contexto, a "produção" de tais empreendedores tem sido central, tanto em domínios relacionados com a política (EUE, 2006) como no contexto científico, principalmente na literatura sobre educação para o empreendedorismo (Kourilsky, 1980; Fiet, 2000; Rasheed and Rasheed, 2003; Löbler, 2006; Oosterbeek et al., 2010; Johansen and Clausen, 2011).

O espírito de iniciativa e empreendedorismo são uma das oito competências identificadas no quadro europeu de competências essenciais (EC, 2012). Sugere-se que atitudes e motivações empreendedoras podem ser melhoradas e que essa aprendizagem ativa começa a acontecer numa fase muito precoce da vida da criança (Löbler, 2006). As provas recolhidas por Lindström (2013) apontam para que as crianças sejam capazes de aprender ativamente desde idades pré-escolares e que o comportamento empreendedor possa ser desenvolvido desde tenra idade. Em particular, o autor refere que as crianças desenvolvem competências como a curiosidade, a imaginação, a consciência sobre seus talentos, a capacidade de ver as possibilidades, a motivação para aprender, ter iniciativa, criatividade, liderança, ter e assumir responsabilidade.

Embora muitos autores (e.g., Hegarty and Jones, 2008; Oosterbeek et al., 2010) tenham estudado o ensino do empreendedorismo nas universidades, menos (e.g., Aşici and Aslan, 2010; Johansen and Clausen, 2011) estudaram nas escolas secundárias, e ainda menos estudaram nas escolas primárias (Aslan, 2010; Do Paço and Palinhas, 2011) ou o ensino pré-escolar (Lindström, 2013). Relativamente às crianças primárias, o foco de Do Paço and Palinhas (2011) estava nos programas empreendedores, enquanto Aslan (2010) procurou analisar a perspetiva das crianças e professores relativamente ao empreendedorismo.

No melhor do nosso conhecimento, nenhum estudo publicado incidiu sobre atitudes e motivações empreendedoras de crianças e em que medida as escolas podem melhorar o seu potencial empreendedor.

Dada a importância que as competências adquiridas têm no comportamento empreendedor futuro, seria esclarecedor para analisar esta questão a superação dessa lacuna na literatura. Assim, a nossa principal questão de pesquisa é: "Quais são as principais atitudes e motivações empreendedoras das crianças matriculadas na escola primária através dos seus próprios olhos?".

Para atingir este objetivo, foram selecionados alunos de duas turmas do 3º e 4º ano de uma escola particular localizada no Porto (Portugal). Este colégio é conhecido por ter uma maneira diferente de ensinar de forma a que os seus alunos se tornem pensadores críticos, líderes confiantes, comunicadores especializados e eficientes solucionadores de problemas. Para avaliar as atitudes e motivações empreendedoras, foi implementado um questionário adaptado do *Entrepreneurial Attitude Orientation Questionnaire* (EAO). Em seguida, usando ferramentas econométricas (logística) avaliamos os determinantes de cada grupo de atitudes empreendedoras (realização, inovação, autocontrolo e autoestima).

O presente trabalho começa (secção 2), com uma contextualização do estado da arte. Em seguida, na secção 3, explicam-se os objetivos e como o estudo foi implementado. Na secção 4 apresentam-se os resultados da análise empírica. Finalmente, nas conclusões apresentam-se as principais contribuições do presente estudo, com destaque para as suas limitações e caminho para futuras pesquisas.

2. Revisão de Literatura

2.1 Empreendedorismo e atitudes empreendedoras

Um empreendedor é um indivíduo que deve combinar vários talentos sendo esses inatos ou adquiridos pela educação, aculturação ou outros meios, assim como ser um maestro do talento de outros, ou seja, deve juntar e manter equipas de indivíduos que trabalhem de forma sinérgica (Lazear, 2005). Existem várias características que podem ser encontradas num empreendedor, nomeadamente: realização; (Robinson et al., 1991) necessidade de tomar e assumir riscos (Do Paço and Palinhas, 2011); inovação (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003); criatividade (Do Paço and Palinhas, 2011; Johansen and Clausen, 2011; Lindström, 2013); autocontrolo (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003; Do Paço and Palinhas, 2011); não perder a fé em ser bem-sucedido (Aşici and Aslan, 2010); autoestima (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003; Do Paço and Palinhas, 2011); desfrutar de trabalhar (Aşici and Aslan 2010); estar disposto a aprender algo continuamente (Aşici and Aslan, 2010); amar a resolução de problemas, e dedicar-se ao seu trabalho (Aslan, 2010).

Algumas destas características podem ser melhoradas (ou diminuídas) por fatores como género (Johansen and Clausen, 2011; Schoon and Duckworth, 2012; Geldhof et al., 2014), etnia (Torimiro and Dionco-Adetayo, 2005; Arcand, 2012), idade (Schwarz et al., 2009; Staniewski and Szopinski, 2013; Sepúlveda and Bonilla, 2014), modelos de comportamento (Van Auken et al., 2006; Johansen and Clausen, 2011; Chlosta et al., 2012; Bosma et al., 2012; Lafuente and Vaillant, 2013), grau de instrução (Kourilsky, 1980; Johansen and Clausen, 2011; Greene et al., 2013), e o acesso à educação empreendedora (Kourilsky and Walstad, 1998; Fiet, 2000; Rasheed and Rasheed, 2003; Johansen and Clausen, 2011).

De acordo com Hegarty and Jones (2008), as atitudes empreendedoras capacitam os alunos a estarem mais preparados para o mundo real e competitivo. Seguindo o *Entrepreneurial Attitudes Orientation Scale* (Robinson et al., 1991), as atitudes empreendedoras geralmente incluem quatro itens principais: realização, inovação, autocontrolo e autoestima.

Realização (Robinson et al., 1991) significa esforço pela excelência e é quase um sinónimo de empreendedorismo ou empreendedor. Está diretamente ligado a resultados (Robinson et al., 1991), fazer algo mais rápido e melhor do que os outros ou do que si próprio no passado (Hansemark, 1998). A realização e a necessidade de realização são frequentemente relacionados com atitudes, tais como: dedicar-se ao seu trabalho (Aslan, 2010); ser competitivo ou assertivo (Aşici and Aslan 2010); necessidade de tomar e assumir riscos (Do Paço and Palinhas, 2011); motivação (Rasheed and Rasheed, 2003; Lindström, 2013) e motivação para aprender (Löbler, 2006; Lindström, 2013).

Inovação (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003) é definida como a criação de algo novo e/ou de forma única (Robinson et al., 1991). Os empreendedores possuem níveis mais elevados de inovação do que a restante população (Rasheed and Rasheed, 2003). A inovação está intimamente ligada à criatividade (Do Paço and Palinhas, 2011; Johansen and Clausen, 2011; Lindström, 2013) e ambos estão ligados a planear algo na mente continuamente (Aslan, 2010); à resolução de problemas através de novas e diferentes formas (Aslan, 2010); a amar a resolução de problemas (Aslan, 2010); ser curioso (Aslan, 2010); ter muita imaginação (Aslan, 2010); ter uma personalidade de questionamento (Aşici and Aslan, 2010); estar disposto a aprender algo continuamente (Aşici and Aslan, 2010); ter espírito de iniciativa (Johansen and Clausen, 2011) e interesse numa variedade de tópicos diferentes (Löbler, 2006).

Autocontrole (Robinson et al, 1991; Rasheed and Rasheed, 2003; Do Paço and Palinhas, 2011) está relacionado com a forma como as pessoas lidam com as emoções durante a execução de tarefas (Rasheed and Rasheed, 2003). Os empreendedores têm um autocontrole superior pois acreditam que as ações são influenciadas pelos seus próprios esforços (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003). Atitudes como: não perder a fé em ser bem-sucedido (Aşici and Aslan, 2010); não perder a fé no sucesso e recompensa, mesmo quando não se é bem-sucedido (Aşici and Aslan, 2010) ou resistir à falha (Do Paço and Palinhas, 2011); melhorar-se a si próprio após completar tarefas (Aşici and Aslan, 2010); não ceder rapidamente (Aşici and Aslan, 2010); ter habilidades de cooperação (Johansen and Clausen, 2011); desenvolver autoconfiança e autorresponsabilidade (Lindström, 2013) estão diretamente ligados ao autocontrole.

Finalmente, a **autoestima** (Robinson et al., 1991; Rasheed and Rasheed, 2003; Do Paço and Palinhas, 2011) diz respeito à forma como as pessoas se sentem sobre suas próprias competências e capacidades (Robinson et al., 1991). Os empreendedores têm maior autoestima do que outros indivíduos (Rasheed and Rasheed, 2003). Este aspeto está relacionado com a autoconfiança (Aslan, 2010); gostar de trabalhar (Aşici and Aslan, 2010) e confiança (Do Paço and Palinhas, 2011).

2.2 Crianças e atitudes e motivações empreendedoras

As crianças são seres humanos muito interessantes, em geral, estão dispostas a aprender, são muito curiosas, dispostas a assumir riscos, criativas e comprometidas. Picasso disse que "toda a criança é artista. O problema é como permanecer artista depois de crescer". Assim, é muito interessante observar que as competências e as atitudes encontradas em crianças parecem ser muito semelhantes com as que definem os empreendedores. Poderíamos, então, induzir que todos poderiam potencialmente ser empreendedores no futuro, uma vez que todos foram crianças no passado. No entanto, a realidade é bem distinta. Podemos portanto inferir a partir disso, como sublinha Löbler (2006) e pela citação de Picasso, que há uma diminuição destas competências, atitudes e motivações à medida que o tempo passa.

Se as crianças são seres humanos tão interessantes, como é que o sistema falha? E porque é que essas atitudes diminuem com o tempo?

Albert Einstein afirmou que "o verdadeiro sinal de inteligência não é o conhecimento, e sim a imaginação". Sir Ken Robinson, muito provavelmente, está de acordo com Einstein, numa das mais famosas Ted Talks sobre a educação, afirmou que as crianças têm grandes talentos; no entanto, a educação retira-lhes a criatividade. A criatividade, de acordo com Robinson, deve ter um peso tão importante quanto a alfabetização nas escolas. Ele também afirmou que para ser criativo não se pode ter medo de estar errado, ou então, dar um tipo diferente de resposta nunca será uma opção. Quando as crianças crescem e se tornam adultos, a maioria deles têm medo de estar errados e perdem essa capacidade de ser criativo. "[O] nosso sistema de educação minua as nossas mentes da mesma forma que nós minamos a terra para uma determinada mercadoria. E para o futuro, não vai nos irá servir. Temos que repensar os princípios fundamentais sobre os quais estamos a educar os nossos filhos" (Sir Ken Robinson, TED Talk, 2006).

Existem várias maneiras de tocar atitudes e motivações das crianças. No entanto, como disse Nelson Mandela, "a educação é a arma mais poderosa que você pode usar para mudar o mundo". A educação empreendedora assume portanto, um papel importante para mudar atitudes e motivações (Sun and Lo, 2012), uma vez que desenvolve ferramentas para que os indivíduos cheguem a soluções sozinhos, em vez de dar orientações para a resolução de problemas, que vem na mesma linha de raciocínio de Robinson ou Einstein.

A educação empreendedora deve-se focar numa abordagem experimental, como é referido para ser mais eficaz do que a abordagem convencional em sala de aula durante o desenvolvimento de comportamento empreendedor futuro (Do Paço and Palinhas, 2011; Baden and Parkes, 2013).

Na verdade, não é obrigatório que a educação empreendedora seja transferida apenas num ambiente de sala de aula e "aprender fazendo" assume assim um papel importante. As competências e atitudes empreendedoras, especialmente em idades mais jovens podem também ser transferidas informalmente por jogo (Löbler, 2006), pois os alunos aumentam as suas competências e trabalham as suas atitudes ativamente de uma forma não refletida, a fim de alcançar os objetivos dos jogos/competições.

É portanto essencial que os cursos sejam adaptados e personalizados (Hegarty and Jones, 2008; Aşici and Aslan, 2010), em função de diversas variáveis, nomeadamente a população-alvo, o que significa que deve haver currículos diferentes para diferentes idades. A transmissão do conhecimento deve ser uma experiência personalizada, construída de uma forma orientada para a aprendizagem como uma alternativa relativamente à forma de ensino típico (Löbler 2006), uma vez que é uma realidade onde "guias" ou "regras" não funcionam, pois é caracterizada pela diversidade e mudança (Löbler, 2006), exigindo portanto, a personalização, ou por outras palavras, ser centrado no aluno (Hegarty and Jones, 2008). A abordagem centrada no aluno terá uma melhor resposta nas atitudes e motivações atuais e futuras.

Um ponto de vista generalizado é o de que o esforço em matéria de reforço das competências empreendedoras, atitudes e motivações acontecendo apenas tardiamente na vida, produzirá resultados com pouco ou nenhum efeito. De facto, alguns autores (e.g., Rasheed and Rasheed, 2003) afirmam que o sistema educacional deve ser encorajado a investir em formação empreendedora, com o objetivo de desenvolver e fomentar o empreendedorismo em idades precoces.

De acordo com Löbler (2006), quanto mais cedo as crianças começarem a entrar em contato com o empreendedorismo, maiores são as probabilidades do empreendedorismo ser reforçado. No entanto, a literatura não é muito explícita em relação a quando isso deve acontecer na vida das crianças. Schoon and Duckworth (2012), afirmam que as competências sociais e intenções empreendedoras são expressas pela idade de 16 anos. A literatura sugere também, que as atitudes ligadas ao empreendedorismo vão diminuindo ao longo do tempo, sendo superiores no jardim-de-infância, diminuindo quase 90% até à universidade (Löbler, 2006).

No entanto, a mesma experiência empreendedora terá impactos diferentes sobre cada criança, o que significa que o sucesso da experiência está diretamente ligado à forma como a criança vê e percebe a experiência e em que grau ela/ele está envolvida/o (Torimiro and Dionco-Adetayo, 2005).

2.3 Relação entre atitudes e motivações empreendedoras e outros fatores relevantes

Pode haver várias relações entre atitudes e motivações empreendedoras e fatores como escolaridade (Löbler, 2006), género (Kourilsky, 1980; Johansen and Clausen, 2011; Schoon and Duckworth, 2012; Geldhof et al., 2014), idade (Schwarz et al., 2009; Staniewski and Szopinski, 2013; Sepúlveda and Bonilla, 2014), áreas preferidas (Etaugh and Liss, 1992), aspirações profissionais das crianças (O'Keefe and Hyde, 1983; Etaugh and Liss, 1992; Weisgram et al., 2010), ocupações dos pais (Van Auken et al., 2006; Johansen and Clausen, 2011; Arcand, 2012; Bosma et al., 2012; Chlosta et al., 2012; Sun and Lo, 2012; Lafuente and Vaillant, 2013; Geldhof et al., 2014), o grau de instrução (Kourilsky, 1980; Johansen and Clausen, 2011; Greene et al., 2013) e o acesso a educação empreendedora (Kourilsky and Walstad, 1998; Fiet, 2000; Rasheed and Rasheed, 2003; Johansen and Clausen, 2011).

Vários estudos têm sido feitos relativamente a diferentes graus e fases da educação. Muitos autores (e.g., Hegarty and Jones, 2008; Oosterbeek et al, 2010) estudaram o ensino do empreendedorismo nas universidades. Alguns (e.g., Aşici and Aslan, 2010; Johansen and Clausen, 2011) estudaram o universo das escolas secundárias, enquanto Aslan (2010) e Do Paço and Palinhas (2011) estudaram as escolas primárias e Lindström (2013) o ensino pré-escolar.

No entanto, há uma crescente necessidade de pesquisar as atitudes e motivações empreendedoras e em que medida é que as escolas podem melhorar o potencial empreendedor das crianças.

Relativamente à discussão do género, vários autores (e.g., Johansen and Clausen, 2011) descobriram que não existem diferenças significativas no que toca à propensão/intenção empreendedora. Em contraste, Schoon and Duckworth (2012) e Geldhof et al. (2014), afirmam que os rapazes apresentam intenções empreendedoras mais elevadas do que as raparigas. Kourilsky (1980) argumenta que há diferenças de género e a tendência é para que as raparigas apresentem maior intenção empreendedora do que os rapazes.

A literatura existente retrata a relação entre idade e intenções empreendedoras (Schwarz et al., 2009; Staniewski and Szopinzki, 2013; Spúlveda and Bonilla, 2014). Essa relação pode ser em forma de “u” como afirma Schwarz et al. (2009), tendo na primeira fase uma relação positiva com a idade e, em seguida, flexionando para uma relação negativa (Schwarz et al., 2009; Staniewski and Szopinzki, 2013; Spúlveda and Bonilla 2014). A intenção empreendedora cresce muito provavelmente porque em idades mais jovens não existe planeamento de carreira, e também diminui provavelmente devido a uma maior consciência sobre os riscos inerentes ao empreendedorismo (Schwarz et al., 2009).

As ocupações das famílias influenciam as vocações das crianças, no entanto essa influência é escassa como afirma Barak et al. (1991). As vocações das crianças revelam a sua personalidade e as disciplinas/cursos tendem a ser relacionados com valores e performance (Stein, 1971).

Os pais e as suas ocupações têm uma influência positiva sobre as crianças e sobre as suas escolhas presentes e futuras, porque as crianças se identificam com a ocupação dos seus pais e essa influência é mais forte em idades mais jovens (Whiston and Keller, 2004). Além disso, há evidências suficientes de que a intenção empreendedora está positivamente correlacionada com ter pais empreendedores (Chlosta et al., 2012; Sun and Lo, 2012; Geldhof et al., 2014), sendo que o impacto na intenção empreendedora dos modelos de comportamento parentais, paternos e maternos são semelhantes (Johansen and Clausen, 2011; Arcand, 2012; Chlosta et al, 2012).

O principal objetivo da educação empreendedora é, além de criar empreendedores, para serem futuros proprietários de negócios, tocar os alunos mudando o seu *modus operandi*. Isto significa que as atitudes e motivações podem ser alteradas pela via da educação/ensino para que os alunos passem a ter uma mentalidade empreendedora nos diferentes aspetos da vida empresarial ou não empresarial (Hegarty and Jones, 2008).

3. Metodologia

Com o objetivo de estudar atitudes e motivações empreendedoras das crianças, colocamos duas questões de investigação: "Quais são as principais atitudes e motivações empreendedoras das crianças através dos seus próprios olhos?" e "Como é que a educação/ensino se reflete sobre as atitudes e motivações das crianças?".

O estudo presente é composto por uma análise quantitativa (questionário direto aos alunos), envolvendo 4 turmas no total, do 3º e 4º ano de um colégio no Porto, com um contexto pró-empresendedor particular, onde as crianças desde cedo são incentivadas e ensinadas a ser líderes, solucionadores de problemas e empreendedores (CLIP, 2014). A implementação do questionário decorreu em junho de 2014 e os dados foram recolhidos pessoalmente pelo autor do presente estudo.

A análise quantitativa foi feita com base num questionário (na sequência do *Entrepreneurial Attitude Orientation Survey*). Todas as crianças foram autorizadas a participar na atividade pela escola e pelos pais. Nem todas as crianças participaram porque algumas não estavam naquele dia na escola, ou na sala. A escola foi muito útil e não fez restrições ao estudo. O estudo foi tratado de forma anónima. Os professores estiveram presentes durante a aplicação do

questionário. A interferência dos professores foi nenhuma ou mínima em relação à atividade, o que foi considerado positivo.

Conforme referido, o colégio selecionado para o estudo é um colégio no Porto contexto pró-empresendedor particular. Este colégio tem cerca de 650 alunos, com idade entre 3 e 18 anos, de 25 países diferentes e aposta no pensamento crítico, liderança confiante, comunicação hábil, jogo em equipa construtivo e resolução de problemas eficiente. Dos três níveis de aprendizagem – *Lower school (Pre-K - Form 4)*; *Middle school (Form 5 – Form 8)*; *Upper school (Form 9 - Form 12)* – dado o objetivo do nosso estudo, optamos por concentrar-nos na *Lower school*, mais especificamente no 3º e 4º ano, ou Form 3 e 4 (CLIP, 2014).

A análise quantitativa abrange uma adaptação do *Entrepreneurial Attitude Orientation Survey (EAO)*. O EAO é uma ferramenta para prever atitudes e motivações empreendedoras, é composto por 75 questões, cada uma pertencente a uma das quatro subescalas da EAO: realização, inovação, autocontrolo e autoestima. Cada questão do EAO deve ser respondida na escala de "1" a "10", onde "1" indica fortemente em desacordo com a declaração e "10" indica fortemente em acordo. Além da necessidade de traduzir o EAO original para Português, as perguntas selecionadas tiveram de ser adaptadas para a população-alvo - crianças. Das 75 questões selecionamos 15, para fazer um questionário fácil e viável para ser respondido por crianças.

Embora a escala do EAO seja de "1" a "10", mais uma vez por uma questão de simplificação dada a nossa população-alvo, optamos por uma escala de Likert de "1" a "5" com "sorrisos", onde "☹" indica que o estudante discorda fortemente com a afirmação e "☺" indica que ela/ele concorda fortemente com a afirmação. As 15 perguntas respeitam as subescalas EAO, nomeadamente realização, inovação, autocontrolo e autoestima (Robinson et al., 1991) - ver resumo na Tabela 1.

O questionário foi revisto por dois professores seniores e investigadores com experiência na implementação de questionários: um da Faculdade de Economia da Universidade do Porto e outro do campo da educação infantil da Universidade do Minho, Instituto de Educação. Após a revisão do questionário, foi pré-testado em crianças pertencentes à mesma faixa etária da população-alvo. Procedeu-se a mudanças no questionário de acordo com este teste piloto.

O questionário foi aplicado em sala de aula. As crianças tiveram aproximadamente 15 minutos para preencher o mesmo. A atividade foi primeiramente explicada em Português³ e não se registaram complicações de maior relativas à língua. Todas as perguntas foram lidas uma a uma.

Realização	Inovação	Autocontrolo	Autoestima
1) Fico muito contente quando tenho os melhores resultados da turma.	4) Fico triste quando não chego a tempo às aulas.	7) Fico chateado/a quando algum colega tenta mandar em mim.	10) Fico triste quando gozam comigo.
2) Nunca deixo para fazer mais tarde tarefas importantes (por exemplo, trabalhos de casa).	5) Quando estou a realizar uma tarefa nova costumo seguir as instruções dadas.	8) Esforço-me sempre muito para ser melhor.	11) Acho importante o que os meus colegas pensam de mim.
3) Acho que os resultados são importantes para saber como está a correr a escola.	6) Para ter bons resultados tenho que fazer os trabalhos de casa, portar-me bem e estudar.	9) Acredito que se trabalhar/estudar muito vou ser reconhecido e recompensado pelos professores e pais.	12) Na escola costumo ser muito bom nas atividades desportivas.
			13) Na escola costumo ser muito bom nas atividades relacionadas com os estudos.

³ A língua oficial da escola é o inglês. No entanto a maior parte dos alunos eram portugueses e todos os alunos que participaram no estudo percebiam português ou tinham um tradutor.

14) Na escola costumo ser muito bom nas atividades relacionadas com desenho e outras atividades artísticas.

15) Acho que os meus colegas me respeitam por ser bom nas atividades em que me envolvo (por exemplo, no desporto ou por ser bom aluno)

Tabela 1: Questões selecionadas do EAO por categorias

Realização corresponde a lutar pela excelência e as questões selecionadas têm em conta a obtenção de resultados [(1) e (3)] e a não procrastinação [(2)]. **Inovação** é definida através da criação de coisas novas, de uma forma única e é sinónimo de criatividade, as questões 4) e 5) são cotadas de forma inversa e são relativas a seguir as regras e a 6) refere-se ao processo necessário para alcançar resultados/inação. **Autocontrolo** está ligado com lidar com as emoções durante a execução de tarefas e a questão 7) expressa como lidar com o sentimento de frustração, enquanto a 8) e 9) destacam o esforço colocado numa tarefa, a fim de ter uma recompensa emocional. **Autoestima** corresponde a como os indivíduos se sentem sobre suas próprias competências e capacidades, as perguntas 10), 11) e 15) referem a influência que a opinião de um terceiro tem na vida das crianças (sendo questão 10) cotada inversamente), enquanto a 12), 13) e 14) são relativas à opinião das crianças sobre a sua própria vida.

Como esperado, as crianças do 4º ano foram mais rápidas a completar a atividade, em comparação com as do 3º ano. No final do questionário todas as crianças receberam uma atividade como agradecimento, composta por vários jogos como encontrar as diferenças e Sudoku.

As crianças apresentaram dificuldades em geral para responder à ocupação dos pais. Os professores e o autor do estudo tentaram ajudá-los neste processo. As questões 4, 7 e 10 foram reexplicadas pois os alunos consideraram a resposta não intuitiva e tendiam a responder em relação aos sorrisos e não relativamente à escala.

Relativamente à variável "*o que queres ser quando fores grande*" uma resposta aberta foi colocada e os alunos puderam responder a quantas ocupações quisessem. As ocupações foram categorizadas em criativo, não criativo com grau académico, desporto e outros. Em relação à questão "*ocupação pai*" e "*ocupação mãe*", foi considerado entre os dois elementos do casal o nível mais elevado de estudos académicos. A ocupação dos pais foi categorizada de acordo com a classificação nacional de profissões⁴ e para o estudo dividido em empreendedores ou não empreendedores. A categorização de acordo com as categorias de ocupação nacionais inclui: 1) Diretores de serviço civil; diretores e equipe de gestão da empresa; 2) Intelectuais e especialistas científicos; 3) Profissionais de nível médio; 4) Administrativos; 5) Vendedor e pessoas de serviços; 6) Agricultores e pescadores; 7) Trabalhadores e artesãos; 8) Trabalhadores de fábrica; 9) Trabalhadores não qualificados.

Como empreendedores consideramos empresários, chefes e diretores e outras ocupações normalmente realizadas como atividades profissionais independentes ou em regime de freelancer (e.g. advogados, economistas, médicos, designers).

⁴ <http://cdp.portodigital.pt/profissoes/classificacao-nacional-das-profissoes-cnp>, acessado a 17 de Setembro 2014

No que concerne às disciplinas que os alunos gostam mais, eles foram convidados a escolher de entre várias opções, quais as suas três preferidas. Puderam escolher uma, duas ou três respostas. As possibilidades eram: Expressão Artística; Inglês; Matemática; Educação Física; Português; Estudo do Meio Ambiente; e “Outros”. Se escolhessem "outros" tinham um campo aberto para especificar a resposta.

4. Resultados empíricos

4.1 Análise descritiva

Participaram no estudo, no total 78 alunos do 3º e 4º ano. Os estudantes estavam igualmente distribuídos em termos de género e ano de escolaridade: 39 do sexo feminino e 39 estudantes do sexo masculino; 39 do 3º ano e 39 do 4º ano.

A idade dos alunos variou entre os 8 e 10 anos. No total, 24% (19) dos estudantes com 8 anos de idade, 59% (46) com 9 e 17% (13) com 10 anos de idade.

Para a questão aberta "*o que queres ser quando fores grande*", os resultados evidenciam que 33 (43%) crianças (22 como primeira opção) aspiram a ter uma ocupação criativa, nomeadamente ator/atriz. Ocupações relacionadas com desporto atraem 22 crianças (16 como primeira opção de carreira). Ocupações ligadas à ciência, especialmente as relacionadas com medicina, foram escolhidas por 22 crianças, como primeira opção de carreira.

A maioria das ocupações dos pais é relativa ao nível 1 e 2 da classificação nacional de ocupações, com um total de 61 respostas, num total de 72, correspondendo a 85%. O primeiro nível corresponde a diretores e gerentes (26 pais), sendo que a amostra reflete que muitos pais são donos de empresas e diretores de negócios ou gestores. Em relação ao segundo nível, que se relaciona com especialistas intelectuais e científicos, podem ser encontrados muitos médicos, engenheiros e advogados. Na terceira categoria, os profissionais de nível médio correspondem a 12,5% (9 pais), e o quinto, vendedores e serviços com 2,8% (dois pais).

Como explicado na metodologia, os pais foram divididos em empreendedores e não empreendedores. Empreendedores incluem chefes, diretores e profissionais independentes. Os empreendedores têm uma expressão maior, representando 62% do total, correspondendo a 48 pais.

No que diz respeito às disciplinas que os alunos gostam mais, as crianças foram convidadas a escolher, entre várias opções, quais eram as suas três áreas favoritas. Todos os alunos indicaram pelo menos uma área favorita, 68 alunos indicaram 2 e 53 indicaram 3. Considerando-se todas as respostas, a maioria dos estudantes prefere Matemática (43 alunos), Educação Física (34) e Português (33).

Como explicado na metodologia, agregamos as questões sobre as atitudes e motivações empreendedoras de acordo com o *Entrepreneurial Attitude Orientation Survey* (EAO) em 4 categorias principais: realização, inovação, autocontrolo e autoestima. A pontuação média mais alta (4,17) foi obtida para o autocontrolo, seguido de realização (4,14), a autoestima (3,46) e com a menor pontuação inovação (3,04). Dada a escala adotada (1 a 5), podemos considerar que, no geral, as crianças inquiridas apresentam um alto nível de atitudes empreendedoras.

4.2 Determinantes das atitudes empreendedoras das crianças: uma análise de causalidade

Com o objetivo de avaliar a origem cada atitude empreendedora - realização, inovação, autocontrolo e autoestima - e a atitude empreendedora global (índice calculado como uma média simples das quatro atitudes empreendedoras consideradas), estimam-se cinco modelos logísticos onde a variável dependente é uma *dummy* assumindo 1 quando a pontuação de cada atitude está acima da média, e 0 caso contrário. Todos os cinco modelos estimados (Tabela 2) apresentam uma qualidade razoável de ajuste - a hipótese nula do teste de Hosmer e Lemeshow

(o modelo representa bem a realidade) é aceite e a percentagem de observações da variável dependente corretamente estimada está acima dos 60%. Com base nos resultados, conclui-se que as principais determinantes empreendedoras são o género e a escolaridade.

Especificamente, os rapazes revelam, com tudo o resto constante, níveis mais elevados de inovação e de autoestima; no entanto, para a amostra analisada, os rapazes e as raparigas não diferem quanto a realização, autocontrolo e atitude empreendedora geral.

A literatura está dividida em relação ao género, pois há autores que afirmam que não há diferenças significativas em relação ao sexo (e.g., Johansen and Clausen, 2011), havendo outros que sustentam que existem diferenças significativas (Schoon and Duckworth, 2012; Geldhof et al., 2014). Geldhof et al. (2014) estudaram os estudantes universitários e argumentam que os rapazes apresentam níveis mais elevados de intenções empreendedoras do que raparigas. No entanto, estes estudos correspondem a diferentes idades-alvo comparando com o nosso e pensamos não ser possível fazer comparações diretas.

Os níveis de escolaridade têm impacto distinto nas atitudes empreendedoras. As atitudes empreendedoras globais e atitudes de autocontrolo são mais baixas em crianças matriculadas no 4º ano quando comparadas com o 3º ano. Em contraste, as crianças matriculadas nos anos de escolaridade mais avançados (4º) são, em média, significativamente mais inovadoras que os seus colegas.

Os resultados suportam Löbler (2006) e Robinson (2006) que argumentam que haveria uma diminuição nos níveis de atitudes empreendedoras com a entrada das crianças na escola seguindo o normal caminho do ensino. No entanto, não podemos apoiar o argumento de Sir Ken Robinson (2006) de que "a educação retira a criatividade às crianças". Na realidade, as atitudes de inovação estão positivamente relacionados com os graus de escolaridade e assim, dada a relação entre inovação e criatividade (Chell and Athayde, 2009; Gundry et al., 2014), a educação parece aumentar a inovação e criatividade.

Finalmente, a vocação das crianças, nomeadamente a Educação Física, tem impacto na inovação das crianças. As crianças para quem a Educação Física é uma das disciplinas preferidas, apresentam níveis mais baixos de inovação.

		Índice Global Empreendedor	Realização	Inovação	Autocontrolo	Autoestima
Género (defeito: masculino)	Feminino	0,193	0,728	-1,455**	0,219	-,945*
Escolaridade (defeito: 3o ano)	4º Ano	-1,476**	-,394	1,755***	-1,181**	-,382
Vocações (defeito: Outros)	Matemática	,151	,203	,127	,579	-,419
	Educação Física	-,202	,541	-1,189*	-,787	,045
	Português	-,499	-,154	,016	-,836	,083
	Expressões Artísticas	-,741	-,260	-,043	-,233	-,536
Aspirações (defeito: Outros)	Criativo	,061	,351	-1,018	-,555	,168
	Não Criativo	,866	1,869	-1,118	,674	,088
	Desporto	-,180	,400	,095	,094	,241
Contexto (ocupação dos pais – defeito: não-empresendedores)	Empresendedores	,032	,045	-,632	,160	,661
Constante		0.906	-1,007	,608	1,072	,599

	N	65	77	75	74	73
Empreendedores	33	39	28	33	38	
Não-Empreendedores	32	38	47	41	35	
Qualidade de ajuste	Hosmer and Lameshow Test (p-value)	9,187 (0,239)	7,440 (0,490)	5,135 (0,643)	9,736 (0,284)	8,036 (0,430)
	% correto	67,7	64,9	72,0	66,2	60,3

Nota: *** (**) [*] Significância estatística a 1% (5%) [10%].

Tabela 2: Determinantes das atitudes empreendedoras das crianças (variável dependente: dummy que assume valor 1 quando a pontuação para cada atitude é acima da média e 0 caso contrário) - estimativas logísticas

5. Conclusões

A questão de investigação principal deste estudo é: "Quais são as principais atitudes e motivações empreendedoras das crianças matriculadas na escola primária através dos seus próprios olhos?", sendo o objetivo deste estudo entender quais são, atualmente, as principais atitudes e motivações das crianças, para avaliar como essas atitudes e motivações se relacionam com outras variáveis relevantes, ou seja, sexo, idade, escolaridade, vocação e aspiração das crianças e as ocupações dos pais, e avaliar qual é a influência da educação nas atitudes e motivações das crianças.

A literatura tem estudado educação empreendedora amplamente, nomeadamente no que respeita estudantes universitários (e.g., Hegarty and Jones, 2008; Oosterbeek et al, 2010) e alunos do ensino secundário (e.g., Aşici and Aslan, 2010; Johansen and Clausen, 2011). Menos tem sido feito em relação a escolas primárias (Aslan, 2010; Do Paço and Palinhas, 2011) ou o ensino pré-escolar (Lindström, 2013). No entanto, os estudos sobre as escolas primárias não se concentram nas atitudes e motivações empreendedoras na própria perceção das crianças, o que é uma lacuna da literatura e o principal objetivo do nosso estudo.

Implementamos um questionário com 78 crianças de um colégio no Porto, Portugal. Que nos permitiu chegar às seguintes conclusões sobre atitudes e motivações empreendedoras das crianças:

- os rapazes têm níveis mais elevados de inovação do que as raparigas;
- do 3º para o 4º ano há uma diminuição das atitudes empreendedoras em geral, e de autocontrolo, em particular, no entanto atitudes de inovação são mais elevadas nos alunos do 4º ano;
- as crianças que gostam de Educação Física apresentam níveis mais baixos de inovação.

Diferentes tipos de limitações foram sentidas durante o estudo, nomeadamente foi difícil ter acesso às escolas. Além disso, o calendário académico atrasou as atividades e limitou a pesquisa. Foi também difícil relacionar a realidade observada com a literatura existente relativamente à educação das crianças e empreendedorismo. As questões inversas foram mais um fator de limitação do estudo, visto que os alunos demonstraram dificuldade na interpretação das mesmas. Por fim, acresceu o facto de não ser possível em termos temporais implementar um estudo longitudinal.

Em termos de investigação futura entendemos que seria importante estudar outras escolas com diferentes tipos de ambientes empreendedores. O questionário deveria ser reavaliado, uma vez que foi adaptado a um público-alvo diferente do inicial. Após a revisão, o questionário deveria ser testado e revalidado com crianças. Na aplicação do questionário todas as perguntas devem ser lidas em voz alta e as crianças devem ter tempo para responder à medida que as questões vão sendo lidas. As questões 4, 7 e 10 devem ser reescritas pois as respostas não foram intuitivas

para os alunos. Idealmente seria uma mais valia implementar um estudo longitudinal com a mesma população deste estudo.

6. Referências

- Acs, Z.J. (2006) "How is entrepreneurship good for economic growth?" *Innovations*, 1(1): 97-107.
- Acs, Z.J.; Amorós, J.E. (2008), "Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America." *Small Business Economics*, 31(3): 305-322.
- Arcand, S. (2012), "Transmission of entrepreneurial spirit from first to second generation ethnic minorities in Montreal: Opening paths for further researches", *Journal of Enterprising Communities*, 6 (1): 39-56.
- Aşici, H.; Aslan, S. (2010), "The views of primary school 6th, 7th and 8th year students and teachers regarding entrepreneurship", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 9: 1731-1735.
- Aslan, S. (2010), "The views of primary school 4th and 5th year students and teachers regarding entrepreneurship", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 9: 1736-1740.
- Baden, D.; Parkes, C. (2013), "Experiential learning: Inspiring the business leaders of tomorrow", *Journal of Management Development*, 32 (3): 295-308.
- Barak, A.; Feldman, S.; Noy A. (1991), "Traditionality of Children's Interests as Related to Their Parents' Gender Stereotypes and Traditionality of Occupations", *Sex Roles*, 24 (7/8): 511-524.
- Bosma, N.; Hessels, J.; Schutjens, V.; Praag, M.V.; Verheul, I. (2012), "Entrepreneurship and role models", *Journal of Economic Psychology*, 33 (2): 410-424.
- Chell, E.; Athayde, R. (2009), "The identification and measurement of innovative characteristics of young people. Development of the Youth Innovation Skills Measurement", *NESTA Making Innovation Flourish*.
- Chlosta, S.; Patzelt, H.; Klein, S.B.; Dormann, C. (2012), "Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality", *Small Business Economics*, 38 (1): 121-138.
- CLIP (2014), *We are one*, Porto: CLIP.
- Do Paço, A.; Palinhas, M. J. (2011), "Teaching entrepreneurship to children: A case study" *Journal of Vocational Education and Training*, 63 (4): 593-608.
- Etaugh, C.; Liss, M.B. (1992), "Home, school, and playroom: training grounds for adult gender roles", *Sex Roles*, 26 (3/4): 129-147.
- European Commission (2012), "Developing Key Competences at school in Europe: challenges and opportunities for policy", *Eurydice Report*, http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/145EN.pdf, accessed on September 17, 2014.
- European Union Education (2006), "Promoting entrepreneurship in schools and universities", http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/n26111_en.htm, accessed on September 17, 2014.
- Fiet, J.O. (2000), "The theoretical side of teaching entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 16: 1-24.
- Geldhof, G.J.; Weiner, M.; Agans, J.P.; Mueller, M.K.; Lerner, R.M. (2014), "Understanding entrepreneurial intent in late adolescence: the role of intentional self-regulation and innovation", *Journal of Youth and Adolescence*, 43: 81-91.
- GEM (2013), *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*, London: UK.
- Greene, F.J.; Han, L.; Marlow, S. (2013), "Like mother, like daughter? Analyzing maternal influences upon women's entrepreneurial propensity", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37 (4): 687-711.
- Gundry, L.K.; Ofstein, L.F.; Kickul, J.R. (2014), "Seeing around corners: How creativity skills in

- entrepreneurship education influence innovation in business”, *The International Journal of Management Education*, online first, forthcoming.
- Hansemark, O.C. (1998), “The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of reinforcement”, *InteJnl of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4 (1): 28-50.
- Hegarty, C.; Jones, C. (2008), “Graduate entrepreneurship: More than child's play”, *Education and Training*, 50 (7): 626-637.
- Holcombe, R.G. (1998), “Entrepreneurship and economic growth”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 1 (2): 45-62.
- Johansen, V.; Clausen, T.H. (2011) “Promoting the entrepreneurs of tomorrow: Entrepreneurship education and start-up intentions among schoolchildren”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13 (2): 208-219.
- Kourilsky, M. (1980), “Predictors of entrepreneurship in a simulated economy”, *The Journal of Creative Behavior*, 14 (3): 175-198.
- Kourilsky, M; Walstad, W.B. (1998), “Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices”, *Journal of Business Venturing*, 13: 77-88.
- Lafuente, E.M.; Vaillant, Y. (2013). “Age driven influence of role-models on entrepreneurship in a transition economy”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (1): 181-203.
- Lazear, E. (2005), “Balanced skills and entrepreneurship”, *The American Economic Review*, 94 (2): 208-211.
- Lindström, L. (2013), “What do children learn at Swedish preschools?”, *International Education Studies*, 6 (4): 236-250.
- Löbler, H. (2006), “Learning entrepreneurship from a constructivist perspective”, *Technology Analysis and Strategic Management*, 18 (1): 19-38.
- Nooteboom, B. (1993), *Schumpeterian and Austrian Entrepreneurship: A Unified Process of Innovation and Diffusion*, Faculteit Bedrijfskunde, Rijksuniversiteit Groningen.
- O’Keefe, E.S.C.; Hyde, J.S. (1983), “The development of occupational sex-role stereotypes: The effects of gender stability and age”, *Sex Roles*, 9 (4): 481-492.
- Oosterbeek, H.; Praag, M.V.; Ijsselstein, A. (2010), “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation”, *European Economic Review*, 54: 442-454.
- Porter, M. (1990), *The Competitive Advantage of the Nations*, New York: Free Press.
- Rasheed, H.S.; Rasheed, B.Y. (2003), “Developing entrepreneurial characteristics in minority youth: the effects of education and enterprise experience”, *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process (International Research in the Business Disciplines)*, 4: 261 – 277.
- Robinson, P.B.; Stimpson, D.V.; Huefner, J. C.; Hunt, H.K. (1991), “An attitude approach to the prediction of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4): 13-31.
- Schoon, I.; Duckworth, K. (2012), “Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship”, *Developmental Psychology*, 48 (6): 1719-1726.
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge.MA: Harvard University Press.
- Schwarz, E.J.; Wdowiak, M.A.; Almer-Jarz, D.A.; Breitenacker, R.J. (2009), “The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective”, *Education and Training*, 51 (4): 272-291.
- Sepúlveda, J. P.; Bonilla, C. A., (2014), “The factors affecting the risk attitude in entrepreneurship: Evidence from Latin America”, *Applied Economics Letters*, 21 (8): 573-581.
- Staniewski, M.W.; Szopinski, T. (2013), “Influence of socioeconomic factors on the entrepreneurship of polish students”, *Transformations in Business and Economics*, 12 (3): 152-167.

Atitudes e Motivações Empreendedoras em Crianças: Estudo Exploratório.

- Stein, A.H. (1971), "The effects of sex-role standards for achievement and sex-role preference on three determinants of achievement motivation", *Developmental Psychology*, 4 (2): 219-231.
- Sun, H.; Lo, C.C.T. (2012), "Impact of role models on the entrepreneurial intentions of engineering students", *Proceedings of IEEE International Conference on Teaching, Assessment, and Learning for Engineering*, T1B1-T1B5.
- Torimiro, D.O.; Dionco-Adetayo, E.A. (2005) "Children involvement in entrepreneurship in rural communities: An attitudinal analysis", *Technovation*, 25 (6): 683-689.
- Van Auken, H.; Stephens, P.; Fry, F.L.; Silva, J. (2006), "Role model influences on entrepreneurial intentions: A comparison between USA and Mexico", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2 (3): 325-336.
- Weisgram, E. S.; Bigler, R.S.; Liben, L.S. (2010), "Gender, values, and occupational interests among children, adolescents, and adults", *Child Development*, 81 (3): 778-796.
- Wennekers, S; Thurik, R. (1999), "Linking entrepreneurship and economic growth", *Small Business Economics*, 13: 27-55.
- Whiston, S.C.; Keller, B.K. (2004), "The Influences of the Family of Origin on Career Development: A Review and Analysis", *The Counseling Psychologist*, 32: 493-568.
- Wong, P.K.; Ho, Y.P.; Autio, E., (2005), "Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data", *Small Business Economics*, 24: 335-350.