
Grupo APOE

**Grupo de Estudo sobre Administração
de Pequenas Organizações e Empreendedorismo**

www.grupoapoe.wordpress.com




**Intentions entrepreneuriales et opportunités d'amélioration
de la formation universitaire : quoi faire au Brésil ?**

Auteurs (autores)

Edmilson Lima, Rose Mary Almeida Lopes, Vânia Maria Jorge Nassif e Dirceu da Silva

Cahier de recherche (Caderno de pesquisa) n. 2012-03 - **Grupo APOE**



*Travail présenté à Brest, France, en octobre 2012 pendant le Congrès International Francophone en
Entrepreneuriat et PME - CIFEPME*

*Une version précédente fut présentée en Nouvelle-Zéland en juin 2012, à l'ICSB World Conference, et
une autre à Rio de Janeiro en septembre 2012, à la rencontre annuelle de l'ANPAD - ENANPAD*

(Trabalho apresentado em Brest, França, em outubro de 2012 durante o congresso CIFEPME. Uma versão precedente foi apresentada na Nova Zelândia em junho de 2012, na *ICSB World Conference*, e uma outra no Rio de Janeiro em setembro de 2012, no congresso ENANPAD)

Comment citer ce travail (Como citar este trabalho)

LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V., SILVA, D. Intentions entrepreneuriales et opportunités d'amélioration de la formation universitaire : quoi faire au Brésil ? Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Cahier de recherche n. 2012-03. São Paulo: UNINOVE. 2012.

Endereço para contato:

PPGA-UNINOVE

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade Nove de Julho

Av. Francisco Matarazzo, 612 – Prédio C – Água Branca

CEP 05.001-100 São Paulo – SP Brasil

Telefone: (11) 3665-9342 Portal de internet: www.uninove.br/pmda

Sobre os autores

Edmilson Lima - Ph.D. em Administração pela HEC Montreal, Canadá. Membro pesquisador da Cátedra de Empreendedorismo Rogers - J.-A. Bombardier, presidida pelo prof. Louis Jacques Filion na HEC Montreal. É professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) e do Mestrado Profissional em Gestão do Esporte da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, em São Paulo, atuando nas áreas de gestão de pequenas organizações, empreendedorismo e métodos de pesquisa qualitativa. Criou e coordena o Grupo Apoe, o Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo. Atua como secretário geral da Anegepe, a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. É associado e vice-presidente representante do Brasil da AIREPME, *Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME*, com base na França. Tem anos de experiência prática em empreendedorismo e direção de pequenas organizações.

Rose Mary Almeida Lopes - Doutora em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo. É professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing em São Paulo, na qual leciona no curso de Administração da graduação e da pós-graduação. Tem apresentado seus trabalhos em importantes congressos dessa área, como *Babson College Entrepreneurship Research Conference*, *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training* e, no Brasil, no ENANPAD. Organizou o livro *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas*, publicado pela Editora Campus Elsevier em 2010. No livro, escreveu dois capítulos: Referenciais para a Educação Empreendedora e Educação Empreendedora no Ensino Fundamental. Atua como consultora, trabalhando na área de Recursos Humanos em projetos de *assessment* e em projetos internacionais de pesquisa qualitativa de mercado. Tem numerosas publicações nacionais e internacionais.

Vânia Maria Jorge Nassif - Pós-doutorada em Administração pela FGV-SP, na linha de Empreendedorismo. É professora do Programa de Mestrado Profissional em Gestão do Esporte e do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da UNINOVE - SP. Preside a Anegepe, Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Atua como professora convidada nos programas de MBAs da FUNDACE-USP. Tem experiência empresarial e em consultoria na área de Pessoas e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. É avaliadora de periódicos científicos, de diferentes fontes de fomento à pesquisa e de congressos nacionais e internacionais. Fez numerosos artigos científicos e capítulos de livros.

Dirceu da Silva - Possui graduação em Física, licenciatura em Física e Matemática, mestrado em Física e doutorado em Educação (Avaliação e Cognição), todos pela Universidade de São Paulo - USP. É professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho e professor da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. Tem experiência na área de Administração e Educação, com ênfase em Planejamento e Avaliação Educacional e Avaliação de Mercados (Marketing), áreas em que tem desenvolvido e aplicado métodos quantitativos de análise de dados numéricos e análise multivariada de dados. É parecerista da FAPESP, CNPq e CAPES e dos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração.

Intentions entrepreneuriales et opportunités d'amélioration de la formation universitaire : quoi faire au Brésil ?

Résumé

De nombreuses études mettent en évidence le grand potentiel de contribution de l'amélioration de l'éducation entrepreneuriale (EE) pour la création et le développement de nouvelles entreprises ayant un impact socio-économique positif. Cependant, un guide s'avère nécessaire pour les initiatives en ce sens, un guide développé à partir d'études empiriques afin de diminuer le risque d'adoption de voies de formation incompatibles avec le contexte des institutions d'enseignement supérieur (IESs) et avec les intérêts des étudiants. Ce travail a pour objectif de contribuer au développement de ce guide pour les IESs brésiliennes, caractérisant et discutant, notamment par l'utilisation de comparaisons internationales, les intentions entrepreneuriales d'étudiants universitaires du Brésil et recommandant des améliorations de l'EE qui leur est destinée. Cette étude, réalisée sous forme d'enquête (*survey*), se base sur les données de 37 IESs brésiliennes dont les étudiants ont produit 25.867 réponses à partir de questionnaires mis à leur disposition sur internet. La perspective théorique privilégiée est celle de la théorie du comportement planifié. Dans le contexte spécifique de l'éducation supérieure, cette théorie aide à comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants et l'impact sur celle-ci d'activités de préparation et de cours dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les résultats indiquent que les étudiants brésiliens montrent une forte tendance entrepreneuriale (plus élevée que celle de l'échantillon international de comparaison) et qu'elle s'accroît encore plus quand ils manifestent leurs intérêts de carrière pour cinq ans après leur formation. L'intention entrepreneuriale s'avère plus présente dans les domaines d'étude de Management et Économie, ainsi que dans les Sciences Naturelles et moins dans les Sciences Sociales. Par rapport à la force de l'intention d'entreprendre, un plus grand pourcentage d'étudiants brésiliens que leurs pairs de la recherche internationale révèlent avoir pensé ou fait quelque chose pour lancer une entreprise. Plusieurs autres résultats sont présentés. Dans les recommandations, nous mettons en exergue l'augmentation et le perfectionnement de l'offre d'activités et de cours d'EE dans un contexte propice à l'apprentissage pratique et qui favorise la rencontre et la discussion des étudiants avec des professionnels et des entrepreneurs expérimentés. Une attention spéciale doit être accordée à la création et au perfectionnement de cours et d'activités traitant du management des PME, qui sont la grande majorité des entreprises créées.

Mots-clés : intentions entrepreneuriales, éducation entrepreneuriale (EE), entrepreneuriat, Brésil.

1-Introduction

On évoque beaucoup la nécessité d'améliorer l'enseignement supérieur en entrepreneuriat dans différentes régions du monde. De nombreux travaux (parmi lesquels : European Commission, 2008a; Lanero et al., 2011, McCoshan et al., 2010; Singh, 1990; Souza et al., 2004; UNCTAD Secretariat, 2011) envisagent cette amélioration comme un ensemble d'initiatives qui puisse contribuer au développement de nouvelles entreprises avec un impact socio-économique positif. En tout état de cause, il apparaît important que l'on développe un guide pour la réalisation de ces initiatives à partir de recherches empiriques. En son absence, le risque existe que l'on privilégie des formations incohérentes par rapport au contexte des universités et du pays en question ou en contradiction avec les intentions entrepreneuriales des étudiants. Ce qui rendrait les efforts d'amélioration infructueux ou même contre-productifs.

L'objectif de la présente communication est de caractériser et discuter, dans une perspective comparative internationale, les intentions de création de nouvelles entreprises (intentions entrepreneuriales) d'étudiants universitaires brésiliens. De ce point de départ, nous voulons proposer des recommandations pour l'amélioration de l'enseignement supérieur en ce qui a trait à l'entrepreneuriat et pour la réalisation d'études futures.

Ce travail présente, dans les sections 2 à 4, une revue de la littérature accompagnée du cadre conceptuel de la recherche et d'une brève contextualisation de l'enseignement de l'entrepreneuriat au Brésil. La section 5 décrit les méthodes et l'échantillon de la recherche. Les résultats apparaissent dans la section suivante, dans laquelle ils sont également discutés. L'approfondissement de la discussion des résultats et les conclusions sont développés dans la section 7.

2-Formation en entrepreneuriat dans les IESs

Au cours de ces dernières années, l'éducation entrepreneuriale (EE) a pris de l'ampleur grâce à ses contributions à la création de nouvelles entreprises et à la production d'emplois qui renforcent le développement social, économique et régional (Fayolle, Gailly et Lassas-Clerc, 2006; Guerra et Grazziotin, 2010; Lanero et al., 2011; Vij, 2004). Ainsi, les IESs se trouvent en demeure de créer des environnements, des activités et des cours pour stimuler la formation entrepreneuriale. La prémisse selon laquelle l'EE n'est pas seulement productrice d'apprentissage pour le management d'une entreprise, mais l'est surtout pour la pensée créative, la production d'innovations et la croissance de l'auto-estime et de la responsabilité (Heinonen, Kovalainen e Pukkinen, 2006) explique que l'EE soit considérée encore plus nécessaire dans les IESs.

Les États-Unis semblent avoir été les précurseurs de l'EE au niveau universitaire. Les universités de Harvard (en 1947) et de New York (1953) sont probablement les premières à avoir offert des programmes d'EE grâce au Bayh-Dole Act de 1980, qui encourageait les IESs à breveter et exploiter commercialement les avancées scientifiques et technologiques, bénéficiant ainsi à leurs membres et à la société (Lopes, 2010). Kuratko (2005) a rapporté qu'en 2004 il y avait aux États-Unis plus de 1.600 IESs proposant plus de 2.200 cours liés à l'entrepreneuriat, avec plus de 270 chaires sponsorisées et plus de cent centres d'entrepreneuriat.

Le domaine d'étude de l'entrepreneuriat a conquis un espace académique en bonne partie grâce à la publication de plus de 44 revues académiques, parmi lesquelles *l'International Journal of Entrepreneurship Education*, consacré spécifiquement à l'EE. Certains numéros spéciaux de revue sur l'EE ont également été publiés, comme celui de la revue *Entrepreneurship Theory and Practice* de juillet 2005.

L'éducation peut stimuler le développement du comportement entrepreneurial de plusieurs manières (Galloway et al. 2005 ; Rasheed, 2003). Selon Alvarez et Busenitz (2004), si les universités n'offrent pas d'EE, on doit s'attendre à ce que les étudiants soient moins motivés à entreprendre. Peterman et Kennedy (2003) ont rassemblé des évidences selon lesquelles les expériences entrepreneuriales vécues par les étudiants pendant leur formation éveillent ou encouragent leur désir de créer une entreprise. D'un autre côté, si les universités promeuvent l'EE et s'engagent à développer le potentiel entrepreneurial (Vyakarnam, 2005) et des compétences propices à l'entrepreneuriat (Kirby, 2005 ; Gibb, 2006) des étudiants, elles peuvent influencer sur le développement d'une conscience et d'un intérêt favorables aux formes alternatives de travail et à l'entrepreneuriat (Galloway et al., 2005). Il faut considérer

également que les caractéristiques personnelles (Alvarez et Busenitz, 2004) et les habiletés (Galloway et al., 2005) pour entreprendre peuvent être développées par l'éducation.

L'éducation formelle axée sur l'entrepreneuriat offerte dans les IESs a déjà encouragé des jeunes au processus de création d'entreprises et facilité ce processus (Vij, 2004). Ce type d'éducation renforce les attitudes positives quant à l'entrepreneuriat en tant que possibilité de carrière (Kourilsky et Walstad, 1998 ; Peterman et Kennedy, 2003). En outre, l'EE place les étudiants en contact avec des modèles, tels que des entrepreneurs à succès, ce qui rend l'initiative entrepreneuriale plus attractive en tant que carrière (Gibb, 2006). Dans ce sens, il participe au développement de l'intention entrepreneuriale. Ces aspects et l'augmentation de l'intention d'entreprendre ont joué un rôle non négligeable dans la création de nouvelles entreprises (Lee et Wong, 2004).

Inversement, on peut comprendre que l'intention de carrière, y compris l'intention entrepreneuriale, façonne la demande, l'intérêt et les choix des étudiants en ce qui concerne les cours et les activités qu'ils pourraient suivre dans le contexte de l'EE et de l'éducation supérieure. Plus spécifiquement, l'intention entrepreneuriale est un précurseur du développement de comportements et de compétences entrepreneuriaux (Fayolle, Gailly et Lassas-Clerc, 2006). Ainsi, chercher à comprendre l'intention entrepreneuriale des étudiants universitaires, en plus des offres de cours et d'activités liés à l'entrepreneuriat dans les IESs, semble indispensable pour faire des recommandations d'amélioration de l'EE dans un pays.

3-Éducation entrepreneuriale au Brésil

Face à une nouvelle demande provoquée par les changements des contextes global et national, les IESs brésiliennes se sont mobilisées afin d'introduire, puis amplifier l'offre d'EE. En 1981, fut créé le cours « Nouvelles Entreprises » à l'École de Management d'Entreprise Getúlio Vargas, dans une formation de MBA. En 1984, un cours semblable fut aussi proposé aux étudiants d'Administration de l'institution. D'autres IESs suivirent le même chemin, comme la Faculté d'Économie, de Management et de Comptabilité de l'Université de São Paulo et le département de Science Informatique de l'Université Fédérale du Rio Grande do Sul (Lima et Rodrigues, 2008 ; Lopes et Mello, 2005).

Dès lors, les offres commencèrent à se multiplier. Au début, elles se sont concentrées dans les cours des programmes de premier niveau de formation universitaire de Management, Comptabilité, Technologie d'Information et d'Ingénierie (Lopes et Mello, 2005). Une enquête réalisée par Guerra et Grazziotin (2010) à partir de la consultation de 516 sites internet d'IESs brésiliennes montre que 32% des institutions publiques et 11,5% des privées offrent déjà ce type de cours et que 44,6% des offres se retrouvent plutôt en dehors du domaine de Management d'Entreprises – en Informatique, Ingénierie, Communication Sociale, Tourisme, Éducation Physique et Orthophonie.

L'intérêt pour l'EE a donc crû. Les IESs ont augmenté le nombre de cours et d'activités offerts dans le domaine, comme indiqué par Flores, Hoeltgebaum et Silveira (2008). Les auteures notèrent un accroissement de 27,8% de l'offre de cours en entrepreneuriat aux programmes brésiliens de MBA et de maîtrise en Management entre 2004 et 2007. On retrouve des IESs brésiliennes avec des centres d'entrepreneuriat, des incubatrices d'entreprises et des possibilités de spécialisation ou encore toute une ligne de cours sur le thème. Les compétitions de plans d'affaires se sont multipliées, ainsi que les événements cherchant à stimuler la création d'entreprise. Plusieurs événements académiques se sont produits au Brésil, comme l'*Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference - IntEnt 2006*, *Roundtable on Entrepreneurship Education (REE) Latin America*, en 2007, *Roundtable*

on *Entrepreneurship Education Satellite Brasil 2010 et 2011*. Bien entendu, leur thème central fut l'amélioration de la qualité et de l'impact de l'EE brésilienne.

4-L'intention d'entreprendre

L'entrepreneuriat est un choix de carrière ; ainsi, les comportements et activités entrepreneuriaux sont intentionnels et planifiés, de même que les choix de carrière en général (Krueger et al., 2000). Selon ces auteurs, les choix de carrière font l'objet d'études depuis longtemps, lesquelles ont montré que les intentions de carrière sont liées aux attitudes et perceptions, en plus d'être apprises par les individus au fil du temps ; ces intentions évoluent au fil du temps et les choix de carrière sont des processus cognitifs utilisés par les personnes pour traiter des connaissances, attitudes et croyances.

Les études sur les facteurs qui influencent les personnes dans leur préférence ou leur choix de carrière entrepreneuriale se focalisaient autrefois sur des variables démographiques, personnelles et sur les contextes de vie individuels. Toutefois, ces facteurs n'ont qu'un faible pouvoir explicatif, vu qu'ils sont éloignés du comportement qu'ils prétendent expliquer (Gelderens et al., 2006 ; Rauch et Frese, 2000). Les études ont aussi indiqué que les caractéristiques personnelles et situationnelles ne sont pas suffisantes pour prédire le comportement entrepreneurial, d'où l'importance de comprendre les intentions entrepreneuriales (Krueger et al., 2000).

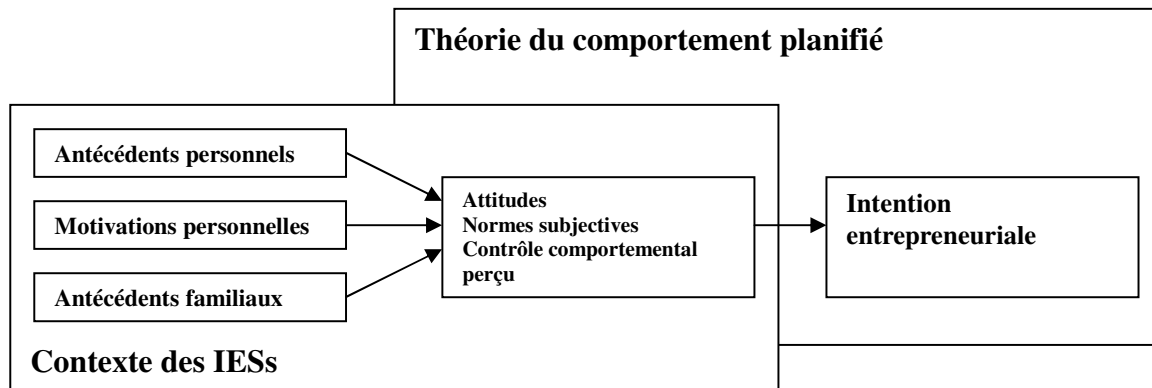
L'intention entrepreneuriale est devenue l'objet de l'attention de nombreuses études à partir des années 90. Les modèles socio-psychologiques ont été la base d'une grande partie d'entre elles. Ils centrent l'intérêt de la recherche sur des facteurs plus proches du comportement entrepreneurial que ne le fait l'approche démographique. Ils traitent l'intention comme une composante motivationnelle liée à la planification et à la réalisation effective d'un comportement spécifique. Plusieurs de ces modèles socio-psychologiques ont été proposés afin de comprendre l'intention entrepreneuriale. Guerrero et al. (2008 cité par Paço, 2011) en recensent six principaux, l'un des plus courants dans la littérature étant la théorie du comportement planifié – TCP (Ajzen, 1991, 2002 ; Fishbein et Ajzen, 1975). Selon ces deux derniers auteurs, toute action humaine impliquerait une dose minimale de planification et l'intention précéderait l'action. Pour eux, cette intention est un prédicteur d'action.

Le modèle de la TCP (Ajzen, 1991, 2002 ; Fishbein et Ajzen, 1975) est privilégiée dans notre travail. Ce choix se base sur le fait qu'il a déjà eu son utilité justifiée par plusieurs études empiriques pour comprendre l'intention entrepreneuriale d'étudiants universitaires et l'impact sur celle-ci d'activités de préparation et de cours dans le domaine de l'entrepreneuriat (Emin, 2003 ; Fayolle, Benoit et Lassas-Clerc, 2006 ; Liñán, 2004 ; Liñán et Chen, 2009, Liñán, Urbano et Guerrero, 2011 ; Miller et al., 2009 ; Oliveira, Taffo et Andrade, 2010 ; Souitaris et al., 2007 ; Tran, 2011). En outre, le choix de ce modèle favorise la compatibilité et la comparabilité de notre étude avec l'étude GUESSS internationale, qui utilise le même modèle comme base théorique. Des comparaisons avec cette étude seront employées au long de ce travail.

Des recherches empiriques ont renforcé l'utilité du modèle de la TCP comme prédicteur du comportement entrepreneurial futur (Kolvereid, 1996 ; Krueger et al., 2000). Toutefois, il est critiqué (Moreau et Raveleau, 2006), car l'intention entrepreneuriale n'assure pas que l'entrepreneur potentiel animé par elle crée *effectivement* une entreprise. Dans ce sens, la TCP est davantage utile pour comprendre la formation de l'intention entrepreneuriale que le passage à l'acte d'entreprendre (Tran, 2011). Le modèle de la TCP permet d'examiner et de comprendre différentes attitudes qui fondent l'intention entrepreneuriale et d'examiner les

antécédents qui influencent ces attitudes, lesquelles sont affectées par la socialisation. Il comprend trois composantes d'intention, comme le montre la figure 1.

Figure 1- Bases théoriques de la recherche



Sources : Adapté d'Ajzen (2002) et Fishbein et Ajzen (1975).

On peut décrire les éléments de la figure comme suit :

- Les attitudes se réfèrent à l'évaluation, favorable ou non, faite par l'individu en relation au comportement en question ; dans le cas spécifique de la présente étude, à l'évaluation favorable ou non de l'idée d'entreprendre (Ajzen, 2002 ; Kolvereid, 1996) ;
- Les normes subjectives consistent en la perception de la pression sociale des personnes importantes ou de référence pour réaliser ou non un comportement déterminé. Dans le cas particulier de l'entrepreneuriat, elle implique la perception d'une pression sociale favorable ou non à l'idée d'entreprendre ;
- Le contrôle comportemental perçu se rapporte à la perception de la difficulté ou de la facilité à développer un comportement, en prenant en compte des expériences passées, des handicaps et des obstacles. Cela implique, donc, le sentiment d'être capable d'entreprendre, mais également la perception du degré de contrôle de la personne sur le comportement et, dans l'entrepreneuriat, sur les comportements nécessaires pour entreprendre.

Pour Ajzen (1991), la force de l'intention est d'autant plus forte que l'attitude, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu sont favorables, l'individu se trouvant plus enclin à réaliser le comportement en question. Cependant, l'auteur ajoute que la réalisation effective de l'intention dépend non seulement de cette motivation personnelle, mais aussi de facteurs non-motivationnels, comme les ressources, les opportunités et l'argent. Les facteurs motivationnels et non-motivationnels jouent un rôle sur le niveau du contrôle des individus sur leurs comportements.

La figure 1 souligne également que l'intention d'entreprendre est influencée par des antécédents personnels, des motifs personnels et des antécédents familiaux. L'EE et le contexte des IESs influencent le développement de ces trois composantes qui précèdent et déterminent l'intention entrepreneuriale.

Comme le rappelle Tran (2011), le modèle d'Ajzen se rapproche de celui de l'événement entrepreneurial de Shapero et Sokol (1982), ce qui aide à comprendre les propos de la théorie du comportement planifié dans son application aux études de l'entrepreneuriat. Shapero et Sokol (1982) voient l'entrepreneuriat comme un choix professionnel, la décision de créer une entreprise étant déclenchée, entre autres, par des facteurs contextuels qui perturbent le fil des événements de la vie de l'entrepreneur potentiel. Toutefois, une telle décision doit être perçue

par ce dernier comme désirable et faisable. Selon Tran (2011), la perception de désirabilité est à rapprocher des concepts d'attitude (élément personnel) et de norme sociale (élément social) du modèle d'Ajzen, tandis que celle de faisabilité s'accorde avec le concept de contrôle perçu du travail de Shapiro et Sokol (1982). Selon les deux modèles (devenus des modèles de référence parce que leurs résultats sont très satisfaisants dans de nombreuses études, avec une variance expliquée de l'intention entrepreneuriale autour de 50%), pour que l'intention entrepreneuriale se développe chez un étudiant, l'entrepreneuriat doit lui paraître une carrière désirable et faisable (Tran, 2011).

Ainsi, le modèle théorique de la figure 1 est intéressant pour déterminer l'effet que les activités, les expériences et les cours en entrepreneuriat ont sur le changement des attitudes, du contrôle comportemental perçu et des normes subjectives qui déterminent l'intention d'entreprendre. Le modèle de la TCP se montre particulièrement utile pour comprendre comment les activités, les expériences et les cours en entrepreneuriat affectent les attitudes, les normes et la perception qui forgent et constituent l'intention d'entreprendre. Le modèle, avec ses variables et ses relations, fut utilisé comme base pour le développement du questionnaire de collecte des données dans la sphère brésilienne ainsi qu'internationale. Par conséquent, les résultats qui en découlent permettent d'examiner l'intention d'entreprendre des étudiants universitaires et d'en déduire des conclusions pour envisager comment améliorer l'EE.

5- Méthodes et procédures de recherche

Pour la réalisation de la recherche, c'est le questionnaire du *Global University Entrepreneurial Spirit Student Survey - GUESSS* (www.guesssurvey.org), traduit et validé théoriquement par des spécialistes en entrepreneuriat et en EE au Brésil qui fut utilisé. Cet instrument de collecte de données contient 16 sections de questions à choix multiples et des échelles de cinq ou sept points. Sa structure et ses types de question sont résumés dans l'annexe 1. Le questionnaire était accessible sur internet, mis à la disposition des répondants qui ont reçu l'indication exacte (lien d'internet) du site où le trouver. Notre travail s'est concentré plutôt sur les données collectées en utilisant ses sections 1 à 3, 5, 8, 9 et 13 (voir l'annexe 1).

La recherche décrite ici est une enquête (*survey*) et, donc, quantitative. Les enquêtes se caractérisent comme des recherches dont les données peuvent être obtenues au moyen d'échantillons ou de groupes sélectionnés selon des critères de jugement (Babbie, 1990). Nous avons invité les étudiants d'IESs brésiliennes à répondre au questionnaire par l'envoi de son lien internet via des e-mails préparés par leurs professeurs ou par des coordinateurs et/ou directeurs de programmes d'enseignement. Dans certains cas, il a été mis à leur disposition sur des sites internet ou sur l'intranet des étudiants. Les professeurs, coordinateurs et directeurs furent invités à soutenir la recherche par des contacts personnels, des e-mails ou des appels téléphoniques, effectués par la coordination de l'étude au Brésil.

Le traitement des données fut réalisé au moyen d'analyses de fréquence des réponses, car l'échantillon, de grande dimension, se présente comme infini en termes statistiques (Levy et Lemesshow, 1999) et montre de bonnes probabilités de décrire avec une précision raisonnable les perceptions des étudiants brésiliens. Tant la collecte des données que les procédures pour le traitement de celles-ci suivirent le standard international du GUESSS, selon la structure décrite dans l'annexe 1, ce qui permet une comparaison entre les pays, et même entre universités d'un ou plusieurs pays.

5.1-L'échantillon brésilien et de l'étude internationale utilisée pour comparaison

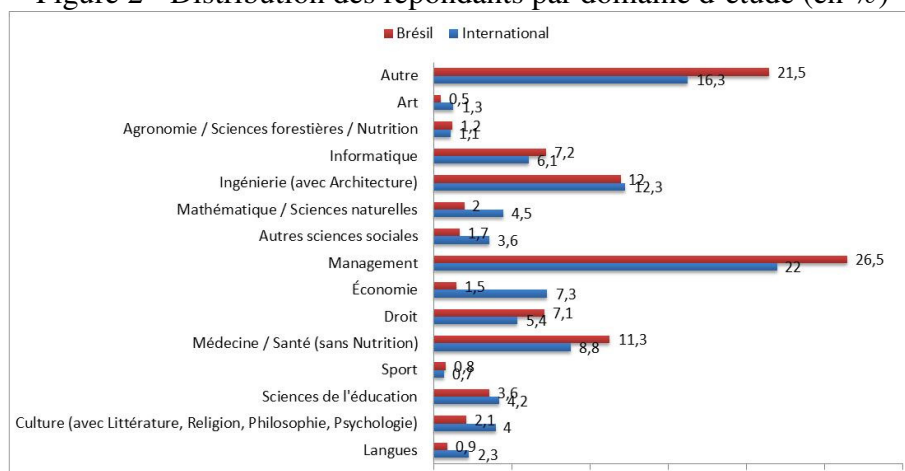
Au bout de trois mois de collectes de données, 25.867 réponses furent obtenues. Elles furent considérées acceptables selon le critère de rigueur suivant : il fallait que les participants mettent au moins quinze minutes pour répondre à l'ensemble du questionnaire. Les tests de réponse ont en effet montré que la qualité des données était sérieusement compromise en deça de ce temps. Les répondants sont des étudiants de 37 IESs brésiliennes (voir le tableau A1 des annexes). Le rapport international (Sieger, Fueglistaller et Zellweger, 2011) les a chiffrés à 47 IESs, parce qu'il considérait deux *campi* ou plus pour quelques-unes des IESs et n'a pas exclu celles qui n'ont pas produit de réponse pour l'étude ou n'en ont produit que très peu (moins de cinq). Le total estimé d'étudiants qui reçurent le lien internet pour répondre au questionnaire est de 250.000. Le taux de réponse était donc de 10,3%, ce qui dépasse les 6,3% de la moyenne internationale (Sieger, Fueglistaller et Zellweger, 2011). 116 répondants étaient des étudiants étrangers inscrits dans les IESs. Dans un dernier ajustement, ils n'ont pas été pris en considération. En sorte que l'échantillon de notre étude a finalement été fixé à 25.751 étudiants brésiliens.

Les répondants présentent les caractéristiques démographiques suivantes, comparées à celles de l'échantillon international :

- Âge : 55% des participants brésiliens se retrouvent dans une tranche d'âge inférieure à 25 ans (pour 77% de l'échantillon international) ; 27,8% des étudiants se situent dans une tranche supérieure à 30 ans (16% au niveau international).
- Genre : les deux échantillons, le brésilien et l'international, montrent des pourcentages similaires, avec une majorité de femmes : 55,4% des répondants brésiliens, c'est-à-dire presque 10 points de plus que les hommes.
- Niveau d'étude : pour le Brésil, 95% étaient étudiants du premier niveau universitaire, 1,2% en maîtrise, 3,4% en MBA, 0,4% en doctorat et encore 0,4% en post-doctorat ; quant à l'échantillon international, les chiffres sont respectivement de 78,6%, 16,7%, 1,9%, 2,4% et 0,4%.

Le domaine d'étude des répondants pour les deux échantillons est détaillé dans la figure 2.

Figure 2- Distribution des répondants par domaine d'étude (en %)



Dans cet histogramme, la catégorie « autre » inclut les réponses d'étudiants qui n'ont pas indiqué de lien avec les domaines d'étude catalogués ici.

6- Résultats : intentions et activités entrepreneuriales

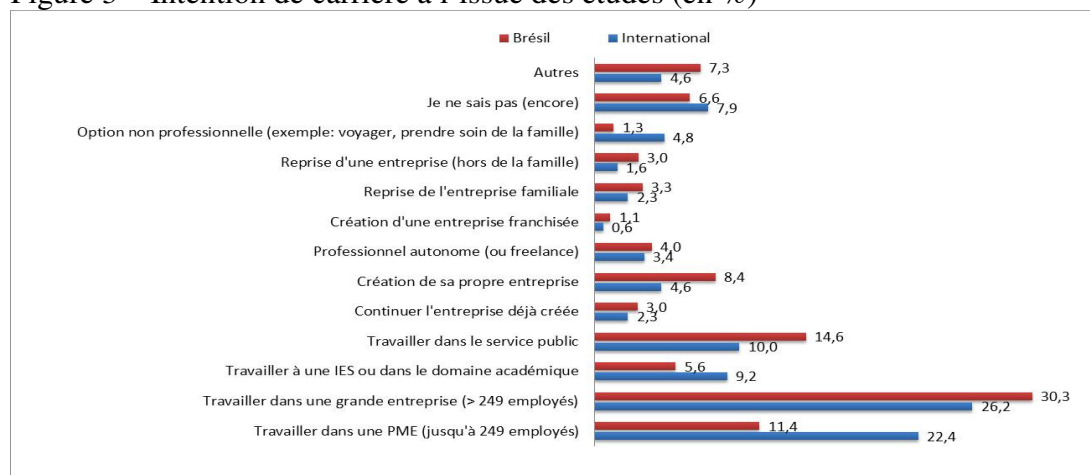
6.1-Intentions de travail après la formation universitaire

Par le biais du questionnaire, il était demandé aux étudiants quelle option de carrière ils envisageaient de suivre à l'issue des études et cinq ans plus tard.

Dans les réponses à la première question (à l'issue des études), parmi les options de travail en tant qu'employé, on observe dans la figure 3 que les étudiants brésiliens s'affirment plus attirés par l'option d'un emploi dans les entreprises de plus de 250 salariés (30,3%) que ceux de l'échantillon international (26,2%). Par ailleurs, pour l'option de travailler dans une PME, le pourcentage est de 22,4% de l'échantillon international, alors qu'il se trouve à 11,4% pour les Brésiliens. Par contre, le Brésil montre une proportion plus importante d'étudiants qui affichent l'intention de travailler dans le service public (14,6%).

Les étudiants brésiliens semblent plus attirés par les options de carrière qui impliquent des initiatives entrepreneuriales. La plus grande différence concerne la création de sa propre entreprise, pour laquelle se sont manifestés 8,4% des Brésiliens et seulement 4,6% de l'échantillon international. Acquérir une entreprise non contrôlée par sa famille est l'intention de 3,0% des étudiants brésiliens contre 1,6% de l'échantillon international ; la poursuite d'entreprises familiales est l'option de 3,3% des Brésiliens consultés et pour 2,3% de l'échantillon international ; quant à la poursuite d'une entreprise déjà fondée, l'intention s'en manifeste pour respectivement 3,0 et 2,3% des groupes ; fonder une franchise, respectivement 1,1% et 0,6% des répondants ; commencer en tant que travailleur autonome attire 4,0% de l'échantillon brésilien contre 3,4% de l'international.

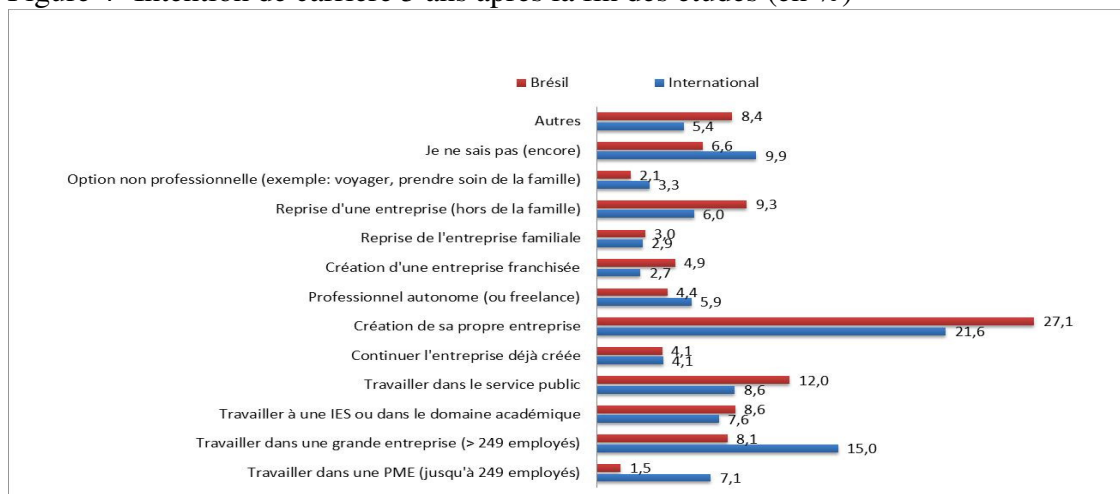
Figure 3 – Intention de carrière à l'issue des études (en %)



La comparaison des figures 3 et 4 montre le changement d'intention des étudiants brésiliens entre le moment où ils auront fini les études et cinq ans après. On observe une chute notable des pourcentages de ceux qui ont l'intention de trouver un emploi dans une entreprise de 250 salariés et plus – chute touchant 22,2 points pour les Brésiliens et 11,2 points pour l'échantillon international – et de ceux qui veulent travailler dans une PME – respectivement de 9,9 et 15,3 points des échantillons. Le pourcentage des étudiants qui prévoient de travailler dans le secteur public accuse également une chute de respectivement 2,6 et 1,4 points. Le déclin de ces proportions semble correspondre à l'augmentation des intentions entrepreneuriales : dans l'intention d'avoir sa propre entreprise, l'augmentation touche 18,7 et 17 points ; parmi ceux qui envisagent l'acquisition d'une entreprise non contrôlée par la famille, les augmentations touchent respectivement 6,3 et 4,4 points. L'option de fonder une franchise montre une augmentation de 3,8 et 2,1 points respectivement. L'exception à l'augmentation, en ce qui concerne le Brésil, est la reprise de l'entreprise familiale, où le

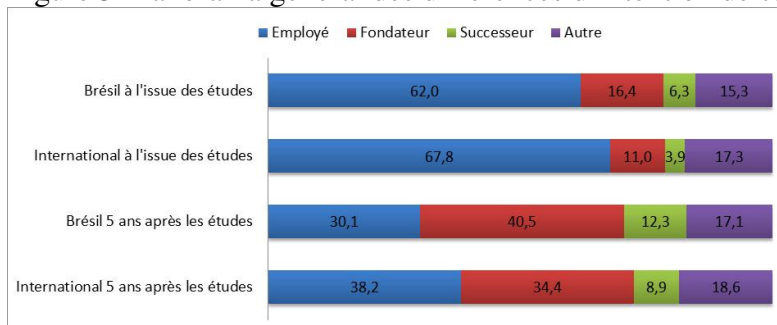
déclin est de 0,3 point, alors que l'échantillon international marque encore une augmentation de 0,6 point.

Figure 4- Intention de carrière 5 ans après la fin des études (en %)



La figure 5 décrit le panorama général des changements d'intention de carrière entre les périodes immédiatement après et cinq ans après la formation. Le large déclin de l'attrait pour le travail en tant qu'employé au profit de l'intention d'être fondateur de sa propre entreprise ou de prendre la succession familiale apparaît clairement. La catégorie « autre » (qui englobe les options 'autres choix', 'je ne sais pas encore' et 'ne pas avoir de carrière professionnelle') montre une légère augmentation dans les deux échantillons – 1,8 points pour le brésilien et 1,3 pour l'international.

Figure 5- Panorama général des différences d'intention de carrière (en %)



De façon complémentaire, dans l'analyse comparative réalisée des intentions de carrière juste après la formation et cinq ans après celle-ci (par domaine de formation – Management et Économie, Sciences Naturelles, Sciences Sociales et autres), les données classées dans les catégories des non-fondateurs, fondateurs potentiels, fondateurs actifs et autres révèlent que :

- Les étudiants qui montrent la plus grande intention de créer leur propre entreprise sont ceux de Management et Économie, ainsi que ceux de Sciences Naturelles – ce dernier domaine inclut Ingénierie et Sciences Exactes, parmi d'autres options d'étude ;
- Quant aux intentions de carrière pour la période juste après la formation, la distribution des taux de répondants par domaine d'étude se rapportant aux fondateurs potentiels (ceux qui aimeraient avoir leur propre entreprise à la période considérée) est de : 15% en Management et Économie, 19% en Sciences Naturelles, 14% en Sciences Sociales et 16% en autres ; quand on se réfère aux fondateurs actifs (étudiants qui estiment qu'ils auront leur entreprise opérante), la distribution est de : 8% en

Management et Économie, 5% en Sciences Naturelles, 6% en Sciences Sociales et 6% en autres ;

- Quant aux intentions pour cinq ans après la formation, la distribution de fondateurs potentiels est de : 43% en Management et Économie, 44% en Sciences Naturelles, 31% en Sciences Sociales et 38% en autres ; quant aux fondateurs actifs, les chiffres sont de : 13% en Management et Économie, 11% en Sciences Naturelles, 12% en Sciences Sociales et 13% en autres.

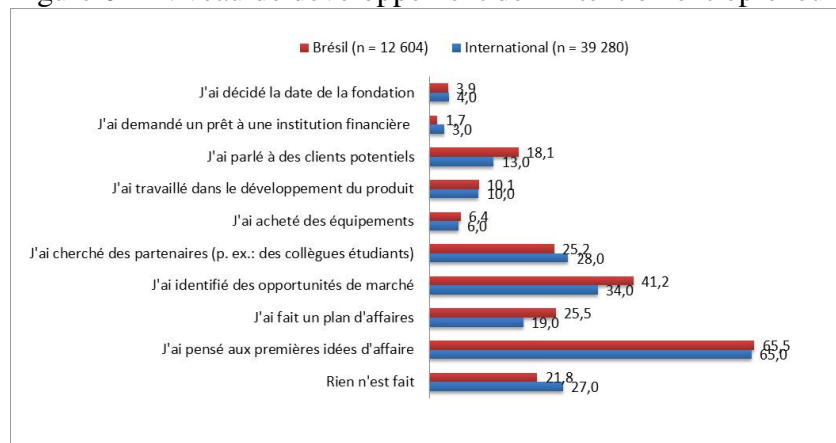
Comme on le voit avec ces taux, l'intention d'entreprendre double pratiquement entre les deux périodes considérées. Cette variation est associée à une chute de près de la moitié dans les domaines d'étude pour la catégorie des non fondateurs et une petite augmentation, jusqu'à 2%, pour les mêmes domaines dans la catégorie « autres ».

6.2- Résultats plus directement liés à la pratique de l'entrepreneuriat

Les répondants brésiliens perçoivent comme plus attractif d'entreprendre dans les services de santé (12,3%), dans le commerce en gros et en détail (12,1%), dans la consultation en droit, fiscale, de management ou autres (11,6%) et dans les communications ou informations (9,8%). Le domaine qui suscite le moins d'intérêt chez les participants brésiliens est celui de l'agriculture, des forêts et de la pêche (1,4%). Un facteur qui peut aider à expliquer ce fait est que l'échantillon brésilien est formé d'un peu plus de 80% d'étudiants de grandes régions urbaines, selon la distribution des villes où se trouvent les IESs de l'étude présentée par le tableau A1 des annexes.

La figure 6 présente la distribution des réponses des seuls fondateurs potentiels, identifiés selon la classification du tableau A3 (voir les annexes), liée aux réponses à une question du questionnaire concernant le niveau d'intérêt d'entreprendre.

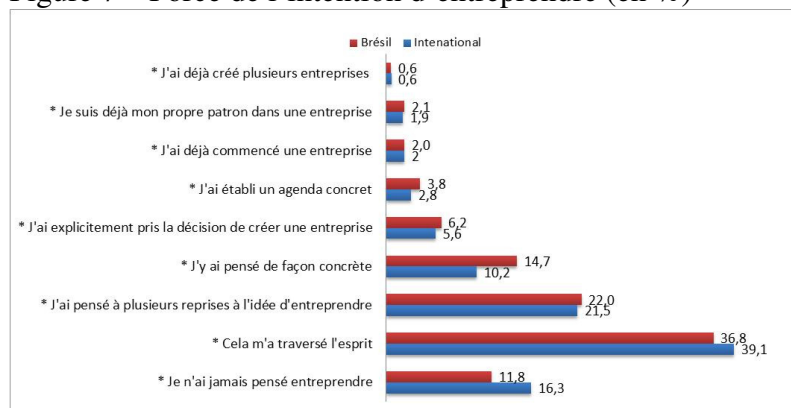
Figure 6 - Niveau de développement de l'intention entrepreneuriale (en %)



La figure 6 explicite que, aussi bien au niveau national qu'au niveau international, la grande majorité des fondateurs potentiels ayant répondu (65%) ont déjà réfléchi aux premières idées pour entreprendre. Les étudiants pouvaient, cependant, choisir plus d'une option parmi les réponses possibles listées dans la figure 7. On notera que 21,8% des Brésiliens et 27% de l'échantillon international ont mentionné qu'ils n'ont encore rien fait. De façon générale, les Brésiliens semblent plus avancés ou au moins à égalité de préparation pour la création d'entreprise, principalement quant à l'identification d'une opportunité et dans l'élaboration du plan d'affaires, en comparaison avec les participants des autres pays. Une exception à cette observation réside dans la demande d'emprunt auprès d'institutions financières et dans la recherche de partenaires potentiels.

L'histogramme suivant représente les taux de réponses à la question relative au sérieux avec lequel les étudiants ont pensé à devenir leur propre patron ayant au moins une entreprise.

Figure 7 – Force de l'intention d'entreprendre (en %)



La figure 7, qui traite de l'intention de créer ou du fait d'avoir déjà créé une entreprise, montre que les résultats pour le Brésil sont supérieurs ou au moins égaux à ceux de l'étude internationale pour tous les items. Exception faite pour les deux derniers de la base de la figure, qui ont un moindre poids pour ce qui est de montrer l'importance de l'intérêt d'entreprendre. Le pourcentage plus bas pour le Brésil concernant l'item « Je n'ai jamais pensé entreprendre » indique qu'un pourcentage plus important d'étudiants brésiliens est déjà passé à l'étape de réflexion ou d'action quant à la création d'entreprises. Cet histogramme caractérise une plus grande force de l'intention d'entreprendre de la part des étudiants brésiliens que dans le cas de l'échantillon international.

6.3- Demande des étudiants

Interrogés sur les cours et activités en entrepreneuriat qu'ils n'avaient pas faits ou ne savaient pas s'ils étaient offerts dans leur IES, les étudiants manifestèrent leur intérêt pour les suivants, selon le tableau 1.

Tableau 1 – Demande par cours et activités en entrepreneuriat dans les IESs

Type d'offre	Item	Brésil				International			
		n valide	% du n total	J'aime-rai le/a faire (%)	Je n'en ai pas besoin (%)	n valide	% du n total	J'aime-rai le/a faire (%)	Je n'en ai pas besoin (%)
Cours	Entrepreneuriat en général	8 948	34,6	75,4	24,6	36 338	39,0	64,0	36,0
	Plan d'affaires	9 749	37,7	81,4	18,6	43 107	46,2	65,6	34,4
	Marketing entrepreneurial	11 909	46,0	73,4	26,6	54 666	58,6	52,7	47,3
	Innovation et génération d'idées	10 623	41,1	85,4	14,6	48 753	52,3	69,5	30,5
	Financement pour la création d'entreprise	19 870	76,8	75,8	24,2	63 257	67,8	65,3	34,7
	Entrepreneuriat social	10 623	41,1	85,4	14,6	61 146	65,6	54,3	45,7
	Entrepreneuriat technologique	14 957	57,8	71,5	28,5	64 525	69,2	49,5	50,5
	Entreprises familiales	20 067	77,6	60,7	39,3	79 353	85,1	42,4	57,6
Activités	Ateliers/networking avec des entrepreneurs expérimentés	15 500	59,9	75,9	24,1	50 654	54,3	70,7	29,3
	Programme de mentorat et de coaching en entrepreneuriat	20 797	80,4	70,9	29,1	69 487	74,5	64,2	35,8
	Concours ou atelier de plan d'affaires	17 947	69,4	73,8	26,2	56 834	60,9	59,5	40,5
	Service pour répondre à des doutes et de soutien en entrepreneuriat	15 975	61,8	80,8	19,2	63 416	68,0	67,1	32,9
	Base de contact avec des investisseurs potentiels	20 788	80,4	76,1	23,9	72 064	77,3	66,1	33,9

Les étudiants brésiliens sont sensiblement plus motivés que les étrangers pour suivre les cours et activités du tableau 1. Ceci peut être remarqué à la lecture de la colonne en bleu, dont tous les taux sont supérieurs à ceux de leurs homologues de l'enquête internationale. Ce résultat est indicatif d'un besoin d'élargissement et de perfectionnement de toutes les offres du tableau.

La colonne « % du n total » représente le pourcentage, en rapport avec l'échantillon total, des étudiants qui n'ont pas suivi ou ne savaient pas si étaient offerts ces cours et activités dans leur IES. Les cinq résultats en jaune sont plus élevés que les pourcentages internationaux. Ainsi, un éventuel effort d'amélioration quant aux offres dans les IESs brésiliennes pourrait se faire concernant principalement les cours et activités liés à ces résultats. Un raisonnement similaire s'applique au cours Entrepreneuriat social, dont la demande est une des plus élevées (85,4%) et présente la plus grande différence par rapport aux résultats internationaux (31,1 points). Le niveau de demande et d'attention particulièrement remarquable pour ce cours concorde avec l'engouement vécu par le Brésil dans les dernières décennies pour le troisième secteur. L'entrepreneuriat social est un besoin qui se montre évident face à l'insuffisance des activités gouvernementales pour offrir les services nécessaires à toute la population dans ce pays en développement.

Les taux brésiliens d'étudiants qui estiment ne pas avoir besoin des cours et activités du tableau 1 pour se préparer à une éventuelle carrière d'entrepreneur sont bas. Il se dessine donc un environnement particulièrement propice au perfectionnement de l'EE dans les IESs brésiliennes.

7- Discussion et conclusions

Ce travail cherche à développer, à partir d'une étude empirique, des bases qui permettent de contribuer à l'élaboration d'un guide pour l'amélioration de l'éducation supérieure en entrepreneuriat au Brésil, incluant un certain nombre de recommandations pour la pratique et pour la recherche. Pour ce faire, nous avons concentré notre attention sur l'intention entrepreneuriale des étudiants brésiliens de nombreuses IESs et régions différentes, ainsi que sur leur demande quant aux cours et activités de préparation en entrepreneuriat. Les comparaisons avec l'échantillon international étaient éclairantes pour offrir des paramètres d'identification des points forts (à continuer à développer) et des faiblesses (à surmonter) de l'EE brésilienne.

Comme on le voit, tant l'intention entrepreneuriale que la demande furent intermédiaires pour atteindre l'objectif de la recherche, d'intérêt plutôt pratique pour appuyer une éventuelle intervention sur le contexte de l'éducation universitaire du Brésil. Dans ce sens, notre étude peut être complétée par d'autres études un peu plus conceptuelles, mais qui présentent aussi des implications pratiques, traitant de l'intention entrepreneuriale d'étudiants brésiliens et français (Barbosa et al., 2010 ; Boissin et al., 2009) ou même d'étudiants d'autres pays (Harbi et Mansour, 2008 ; Tran, 2011). Ces quatre travaux emploient comme base le modèle du comportement planifié d'Ajzen pour étudier l'intention entrepreneuriale – ce qui renforce l'utilité et la grande acceptation du modèle dans le milieu académique.

Reprenons les deux premiers un peu plus dans le détail, puisqu'ils traitent du Brésil. Barbosa et al. (2010) cherchaient à comprendre les effets d'éléments de culture sur l'intention entrepreneuriale des étudiants sur base d'une recherche quantitative. Ils ont reçu 234 réponses du Brésil et 419 de la France et conclurent des résultats une absence relative d'effets directs. Leur étude constatait, toutefois, deux exceptions pour le Brésil : l'effet statistiquement positif de la perception de la capacité d'entreprendre et de la peur d'entreprendre – l'effet positif étant contre-intuitif pour cette dernière. Les effets de ces deux éléments sur les besoins d'amélioration de l'EE brésilienne pourraient faire l'objet d'une étude plus détaillée. De plus,

ils constataient une intention entrepreneuriale plus élevée chez les étudiants brésiliens que chez les Français. Ce résultat converge avec les rapports du GEM, selon les auteurs, mais diverge par rapport à celui de l'étude GUESSS internationale, qui présente un indice de 14,3 pour la France et de 13,3 pour le Brésil (Sieger, Fueglistaller et Zellweger, 2011).

Une telle divergence mériterait d'être analysée de près, d'autant plus qu'elle se retrouve également vis-à-vis de la recherche de Boissin et al. (2009). Ces derniers ont obtenu 931 réponses d'étudiants français et 326 d'étudiants brésiliens – tous inscrits en « Économie, Gestion, Commerce ou Management ». Pour tenter d'expliquer la grande supériorité de la mesure d'intention entrepreneuriale des étudiants brésiliens par rapport aux étudiants français, ils proposent trois facteurs explicatifs : type de vision de l'entrepreneuriat, prise de position (ou proximité des activités entrepreneuriales) et implication dans la vie professionnelle. Ce sont des facteurs dont l'investigation plus détaillée pourrait aussi affiner l'identification des pas à suivre pour améliorer l'EE au Brésil.

Comme la base théorique de ce travail l'a mis en évidence, l'intention d'entreprendre dépend du développement d'attitudes et de normes subjectives favorables, de même que du contrôle comportemental perçu. Ces facteurs sont affectés par les antécédents personnels et familiaux, par les motivations personnelles, mais aussi par l'éducation (voir le modèle de la figure 1). En ce sens, on comprend que les intentions d'entreprendre des étudiants brésiliens sont également affectées par les activités, par l'enseignement et par les expériences proposés par les IESs en entrepreneuriat. L'EE influence tant le comportement actuel que les intentions futures, parmi d'autres raisons, parce que les étudiants développent une image positive des entrepreneurs, des attitudes favorables à l'option de l'entreprise et la perception d'un contrôle plus important du comportement (Fayolle, Benoit et Lassas-Clerc, 2006). En outre, les IESs offrent fréquemment un environnement avec des ressources et soutien pour le développement de ces intentions et des actions entrepreneuriales.

Selon notre recherche, les étudiants brésiliens révèlent une intention entrepreneuriale plus élevée que la moyenne internationale, laquelle s'accroît quand ils manifestent leur intérêt pour la période cinq ans après la fin de leur formation. Ce résultat est semblable à celui de l'étude comparative entre les étudiants de sept pays faite par Gasse et Tremblay (2011). Ils constatent que les intentions entrepreneuriales s'accroissent à moyen terme chez les mêmes personnes, passant de 15% à 31%. La croissance de l'intérêt pour l'entrepreneuriat pour la période cinq ans après la fin des études suggère l'utilité de l'EE et de ses améliorations pour un public beaucoup plus nombreux que celui qui veut entreprendre à l'issue des études. Elle rend claire que le fait qu'un certain nombre d'étudiants veuvenir employé juste après leurs études n'invalide pas forcément les contributions de l'EE pour la création d'entreprises faite par au moins une partie de ces étudiants dans le futur.

Selon une synthèse des résultats sous forme d'indice d'entrepreneuriat (voir l'annexe 2), parmi les différents domaines d'étude, les étudiants brésiliens de Management et Économie, ainsi que ceux de Sciences Naturelles sont, en général, les plus enthousiastes à la création d'entreprise. Les moins intéressés sont ceux des Sciences Sociales. Dans ces différents domaines et quant à différents aspects, l'intention des étudiants brésiliens d'avoir une entreprise est légèrement supérieure aux résultats internationaux. L'indice d'entrepreneuriat brésilien est 13,3, tandis que la moyenne internationale est 12,8 – l'indice le plus élevé est 17,2, du Royaume-Uni (Sieger, Fueglistaller et Zellweger, 2011). Rappelons que cet indice n'est pas un pourcentage, comme l'explique l'annexe 2.

Cela est complémentaire et convergent par rapport à la moyenne brésilienne de 13,38% pour le taux d'activité entrepreneuriale (TEA – mesuré par le *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM) de 2002 à 2010 ; c'est une moyenne supérieure à la moyenne internationale pour la

même période (Greco et al., 2010). La complémentarité tient du fait que le TEA est un pourcentage de personnes de la population qui créent une nouvelle entreprise, tandis que notre étude et l'indice d'entrepreneuriat concernent l'intention entrepreneuriale.

Les résultats de l'étude GEM brésilien pourraient être mieux compris et les possibilités d'augmentation et de perfectionnement qualitatif du TEA pourraient se développer par l'observation du GEM combinée à celle d'autres études de grande étendue sur l'intention entrepreneuriale, comme la nôtre. Même des particularités régionales pourraient être analysées à partir de notre échantillon de base si l'on en utilise seulement les données de régions spécifiques.

Un des atouts de l'effort collaboratif entrepris pour réaliser notre étude est l'indépendance des professeurs partenaires de chaque IES pour se servir des données collectées par eux dans des études régionales. Cette indépendance favorise les études régionales.

Les résultats présentés ici montrent que l'intention entrepreneuriale est plus présente dans les domaines d'étude de Management et Économie et de Sciences Naturelles, ce qui converge avec les résultats de Gasse et al. (2006). Ceci indique une tendance plus grande des étudiants de ces domaines à transformer l'EE en actions entrepreneuriales dans la création effective d'entreprises. Il s'agit également des domaines où généralement l'on retrouve la plus grande offre de cours et d'activités d'EE, ce qui pourrait expliquer partiellement les intentions moindres des étudiants des domaines de Sciences Sociales et d'autres domaines. Il semble recommandable donc de disséminer davantage l'offre de cours et d'activités d'EE dans ces domaines d'étude.

Les étudiants brésiliens sont plus nombreux à révéler avoir pensé ou fait quelque chose pour entreprendre que leurs pairs internationaux. Les IESs peuvent encore faire beaucoup afin de favoriser la réalisation (avec qualité) des intentions entrepreneuriales de ces étudiants. Le même effort pourrait être produit dans les IESs des autres étudiants brésiliens, comme dans celles des 22% qui pensent régulièrement à l'idée d'entreprendre, des 36,8% qui n'y ont pensé qu'en termes d'idées générales et des 14,7% qui ont déjà un plan relativement concret pour entreprendre. Offrir la possibilité d'expérimenter l'idée d'entreprendre à ces étudiants en contexte approprié et avec le soutien de professeurs, praticiens et d'autres collaborateurs bien préparés semble être l'idéal. La demande élevée des étudiants pour les activités de préparation en entrepreneuriat comprenant des activités pratiques et l'appui de personnes expérimentées pointe dans ce sens. Les 66,5% des étudiants brésiliens qui ont déjà réfléchi à leurs premières idées entrepreneuriales, un peu plus que leurs pairs internationaux, pourraient également bénéficier de ce type d'offre.

En outre, de façon plus générale, comme l'indiquent les données sur la demande des étudiants, il est souhaitable d'augmenter et de perfectionner toutes les offres en entrepreneuriat identifiées dans le tableau 1. Et ce, d'autant plus que l'EE au Brésil se limite essentiellement au développement d'un plan d'affaires (Degen, 2009 ; Guerra et Grazziotin, 2010), ce qui signifie un sérieux manque de diversification des offres en entrepreneuriat. Dans un contexte propice à l'apprentissage pratique, les offres favoriseraient la discussion et le rapprochement des étudiants avec des professionnels et des entrepreneurs capables de les orienter.

Cette recommandation est en affinité avec la perspective pratique et relationnelle de l'EE soulignée par différents travaux, comme ceux de McCoshan et al. (2010) et de l'European Commission (2008b), et mise en avant dans l'approche pédagogique détaillé par Surlemont et Kearney (2009). Cette approche aurait beaucoup à offrir pour le perfectionnement de l'EE au Brésil. Selon les résultats, il semble aussi que les IESs brésiliennes pourraient exercer un rôle plus actif également dans l'apprentissage des différentes formes de captation d'investissement

et de capital, dans l'ouverture de canaux de contacts et dans le test d'idées d'affaires auprès de clients potentiels et investisseurs potentiels.

En faisant écho aux recommandations de Harbi et Mansour (2008), mais en les adaptant un peu, il serait souhaitable de créer un observatoire de l'intention entrepreneuriale et des initiatives entrepreneuriales des étudiants, ainsi que des changements et des progrès de l'EE. C'est une idée qui pourrait s'appliquer à chaque IES. Le but serait d'évaluer continuellement ces éléments et les effets des offres des IESs sur la préparation des étudiants pour entreprendre.

En parallèle à l'implémentation de ces différentes recommandations, une attention spéciale devrait être accordée à la création et au perfectionnement de cours et activités tournés vers le management de PME. Au-delà du fait que la grande majorité des nouvelles entreprises générées par l'initiative entrepreneuriale est de portée modeste, les PME représentent également plus de 90% de l'ensemble des entreprises brésiliennes. Et dans le monde, en général, ce n'est pas différent.

Bien entendu, notre effort de recherche présente quelques limites. La première réside dans le fait que l'échantillon reste concentré dans des grands centres urbains et grandes universités, notamment de l'État de São Paulo. Une éventuelle nouvelle édition de l'étude devrait chercher un nombre plus équilibré de réponses avec une participation plus importante de centres urbains plus petits et même des régions rurales dans des endroits plus variés du pays. Cela renforcerait la représentativité de tout le Brésil. Une autre limite a trait à la considération restreinte de l'intention entrepreneuriale et de la demande des étudiants sans interroger systématiquement des entrepreneurs en activité comme moyen d'aller chercher auprès d'eux un diagnostic des besoins d'amélioration de l'EE. Des études complémentaires axées sur la question seraient désirables, ainsi que des études longitudinales pour expliquer le passage de l'intention entrepreneuriale à la création d'entreprises par les étudiants – comme suggéré aussi par Harbi et Mansour (2008). C'est aussi une limite le besoin qui perdure dans notre étude de vérifier l'effet que les différences des caractéristiques des échantillons brésilien et international sur les comparaisons faites. Par exemple, l'impact des différences d'âge reste à explorer. Barbosa et al. (2010) ont aussi utilisé un échantillon brésilien dont la moyenne d'âge était plus élevée (que l'échantillon français, dans leur cas). À la fin de leur étude, ils signalent que la différence d'âge « peut expliquer certaines différences importantes au niveau des dimensions de la culture entrepreneuriale » (p. 14) des étudiants de chaque pays.

Malgré ses limites, notre travail offre de nouvelles connaissances utiles et suggère de nouvelles voies d'action et de recherche. Il présente parmi ses atouts la comparaison avec des résultats internationaux – comparaison qui offre des paramètres de considération des résultats brésiliens en rapport avec des points de référence de la même nature –, l'ampleur de l'échantillon obtenu dans de nombreuses IESs et dans le pays en général, en plus du nombre et de la variété d'IESs, de régions et de cours considérés. Ces facteurs favorisent la consistance et les détails des analyses et donnent de la force à la représentativité de l'échantillon, ce qui, conséquemment, offre une sécurité supplémentaire quant à l'utilité de ses résultats. Entre autres, ils peuvent contribuer à la construction d'un guide d'initiatives en vue de l'amélioration de l'EE brésilienne. De manière complémentaire, dans des études additionnelles, les données de chaque IES pourraient également être analysées séparément et comparées aux résultats nationaux, internationaux et d'autres IESs spécifiques, afin d'obtenir plus de connaissances et de proposer des solutions locales et plus adaptées à chaque IES.

Références

- Ajzen, I. (1991) *Organization Behavioral and human decision process*. Chicago: Dorsey Press,
- Ajzen, I. (2002) Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 32, n. 1, p. 1-20.
- Alvarez, S. A., Busenitz, L. W. (2004). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, v. 27, p. 755-775.
- Babbie, E. (1990). *Survey Research Methods*. 2 ed. Bervely: Wadsworth Publishing.
- Barbosa, S. D., Oliveira, W. M., Fayolle, A., Barbosa, F. V. (2010). Perceptions culturelles et intention d'entreprendre : une comparaison entre des étudiants brésiliens et français. *Revue Internationale PME*, v. 23, n. 2, p. 6-45.
- Boissin, J.-P., Branchet, B., Almeida, F., Bittar, S., Freitas, H., Martens, C. D. P. (2009). Intentions entrepreneuriales des étudiants : une comparaison Brésil – France. Colloque de l'IFBAE – Grenoble. Disponible sur http://www.ea.ufrgs.br/professores/hfreitas/files/artigos/2009/2009_ifbea_jpb_bb_fa_sb_hf_cdpm_intentions_entrepreneuriales.pdf. Site visité le 10 juin 2012. (Cahier de recherche sur http://cerag.org/cahiers_recherche/cr%202009%2031%20E4.pdf.)
- Degen, R. J. (2009). *Empreendedor*. São Paulo: Pearson.
- Emin, S. (2003). L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français. Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Université Grenoble II, Grenoble.
- European Commission (2008a). Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies. European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Disponible sur : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf. Site internet visité le 10 décembre 2011.
- European Commission (2008b). Survey of Entrepreneurship in Higher Education in Europe: Main Report. Directorate-General for Enterprise and Industry. Disponible sur : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf. Site internet visité le 10 décembre 2011.
- Fayolle, A., Benoit, G., Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and Counter-effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions. *Estudios de Economía Aplicada*, v. 24, n. 2, p. 509-523.
- Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programs: A new technology. *Journal of European Industrial Training*, v. 30, n. 9, p. 701-720.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior. *An Introduction to Theory and Research*. New York: Addison-Wesley.
- Flores, D. C., Hoeltgebaum, M., Silveira, A. (2008). O ensino do empreendedorismo nos cursos de pós-graduação em administração no Brasil. *Revista de Negócios*, v. 13, n. 2, p. 93-104.
- Galloway, L., Anderson, M., Brown, W., Wilson, L. (2005). Enterprise skills for economy. *Education and Training*, v. 47, n. 1, p. 7-17.
- Gasse, Y., Tremblay, M. (2011). Entrepreneurial Beliefs and Intentions: A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International Journal of Business*, v. 16, n. 4, p. 303-314.
- Gasse, Y., Tremblay, M. (2006). Entrepreneurship among Canadian Students: Empirical Study in Relation to the Entrepreneurial Potential, In: A. Fayolle, Klandt, H. (Eds.) *International and Entrepreneurship Education, Issues and Newness*. MA, USA: Edward Elgar, p. 241-262.
- Gelderen, M. V., Brand, M., Praag, M.V., Bodewes, W., Poutsma, E. Gils, A.V. (2006). Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of Theory of Planned Behaviour. *Research Working Paper Series Massey University*, Auckland, n. 2 p. 3 -31.
- Gibb, A. (2006). *Towards the Entrepreneurial Universities*. NCGE, NCGE.org.uk
- Gorman, G., Hanlon, D., King, W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: a ten-year literature review. *International Small Business Journal*, v. 15, n. 3, p. 56-77.

- Greco, S. M. S. S., Friedlaender Jr., R. H., Duarte, E. C. V. G., Rissete, C. R., Felix, J. C., Macedo, M. M., Paladino, G. (2010). *Empreendedorismo no Brasil* (GEM 2010). IBQP: Curitiba.
- Guerra, M. J., Graziotin, Z. J. (2010). Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In: Lopes, R. M. A. (org.). *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 67-91.
- Guerrero, M., Rialp, J., Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 4, n. 1, p. 35-50.
- Harbi, S., Mansour, N. (2008). La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) : Application empirique au cas tunisien. Actes du CIFEPME. Disponible sur <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2008/C20.pdf>. Site visité le 10 juin 2012.
- Heinonen, J., Kovalainen, A., Pukkinen, T. (2006). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report Finland. *Turku school of economics and business administration, series B2/2006*. Turku.
- Kirby, D. A. (2005). *A case for teaching entrepreneurship in higher education*. Disponible sur : http://www.heacademy.ac.uk/employability/EMP035_AcaseforTeachmgEntrepreneurship.rtf. Site internet visité le 10 décembre 2011.
- Kolvereid L., Isaksen, E. (2006) New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, v. 21, n. 6, p. 866–885
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 21, n. 1, p. 47-57.
- Kourislsky, M. L., Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of Business Venturing*, v. 13, n. 1, p. 77-88.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., Carsrud, A. L., (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, v. 15, n. 5/6, p. 411-432.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, v. 29, n. 5, p. 577-598.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., García, M. P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Non-Profit Marketing*, v. 8, n. 2, p. 111.
- Lee, H., Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, v. 19, n. 1, p. 7-28.
- Levy, P. S. Lemeshow, S. (1999). *Sampling of Populations: Methods and Applications*. New York: John Wiley & Sons.
- Lima, E., Rodrigues, L. C. (2008). Comment évolue l'entrepreneuriat dans l'éducation universitaire Brésilienne ? Dans : SCHMITT, C (org.). *Université et entrepreneuriat*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy. 2008, v. 2, p. 107-122.
- Liñán, F., (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa Small Business*, n°3, 11-35.
- Liñán, F., Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 33, n. 3, p. 593-617.
- Liñán, F., Urbano, D., Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 23, n. 3-4.
- Lopes, R. M. A. (org.). (2010). *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae.
- Lopes, R. M. A., Mello, A. (2005). Referenciais para Refletir sobre a Educação Empreendedora nas IES Brasileiras. In: Congresso de Administração da ESPM, II, 2005, Rio de Janeiro. *Anais do II Congresso de Administração da ESPM*. Amatucci, M et al. (Org.). Publitt: Rio de Janeiro, p.433-460.
- McCoshan, A. et. Al. (2010). Towards greater cooperation and coherence in entrepreneurship education. European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry. Disponible sur : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/education-training-entrepreneurship/reflection-panels/files/entr_education_panel_en.pdf. Site internet visité le 10 décembre 2011.

- Miller B, Bell J, Palmer M, Gonzalez A, Petroleum P (2009) Predictors of entrepreneurial intentions: a quasi-experiment comparing students enrolled in introductory management and entrepreneurship classes. *Journal of Business & Entrepreneurship*, v. 21, n. 2, p. 39-62.
- Moreau, R., Raveleau, B. (2006). Les trajectoires de l'intention entrepreneuriale. *Revue Internationale PME*, v. 19, n. 2, p. 102-131.
- Oliveira, A. H., Taffo, M. L., Andrade, M. F. (2010). Os fatores influenciadores na intenção de empreender dos jovens universitários de administração de São Paulo. Trabalho de Conclusão de Curso (bacharelado) – *Escola Superior de Propaganda e Marketing*, São Paulo, SP.
- Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., Dinis, A. (2011). Behaviors and entrepreneurial intention: empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, p. 20-38.
- Peterman, N. E., Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 28, n. 2, p. 129-144.
- Rasheed, H. S. (2003). *Developing entrepreneurial potential in youth: The effects of entrepreneurial education and venture creation*. Disponible sur : <http://www.coba.usf.edu/departments/management/facultu/rasheed/youthentrepreneurship.pdf>. Site internet visité le 10 décembre 2011.
- Rausch, A., Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. Chichester, p. 101-142.
- Shapero, A., Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. In : The encyclopedia of entrepreneurship. In *Encyclopedia of entrepreneurship*, Kent, C. A., D. L. Sexton, K. H. Vesper (Eds.), Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall, p. 72-90.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial intentions and activities of students across the world. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). Disponible sur : http://guesssurvey.org/e_publication_int.html http://guesssurvey.org/e_publication_int.html. Site internet visité le 10 décembre 2011.
- Singh, J. B. (1990). Entrepreneurship education as a catalyst of development in the third world, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, v. 7, n. 4, p. 56-63.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (2007), 566–591.
- Sousa, E.C. B. M. (1998). A importância da avaliação de docente para seu próprio crescimento profissional e para a melhoria da qualidade do ensino. *Caderno Complementar de Avaliação de Docentes e do Ensino*: p. 289. Brasília: Universidade de Brasília.
- Souza, E. C. L., Souza, C. C. L, Assis, S. A. G., Zerbini, T. (2004). Métodos e Técnicas de Ensino e Recursos Didáticos para o Ensino do Empreendedorismo em IES Brasileiras. Proceeding of the ENANPAD 2004. Brésil.
- Surlemont, B., Kearney, P. (2009). *Pédagogie et esprit d'entreprendre*. Bruxelles : De Boeck.
- Tran, V.-T. (2011). La perception de la carrière entrepreneuriale des étudiants vietnamiens. *Hội thảo quốc tế, Đóng góp của khoa học xã hội – nhân văn trong phát triển kinh tế - xã hội*. Disponible sur <http://tainguyenso.vnu.edu.vn/xmlui/handle/123456789/3954>. Site visité le 10 juin 2012.
- UNCTAD Secretariat (2011). Entrepreneurship education, innovation and capacity-building in developing countries. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Genève.
- Vij, V. (2004). Perception of undergraduate entrepreneurship in 21st century. *Conference presentation/paper, 4th Science Conference*. University of Slovakia, Slovakia.
- Vyakarnam, S. (2005). Embedding entrepreneurship education at the university level. Center for Entrepreneurial Learning. *Judge Business School*, University of Cambridge.

ANNEXES

Annexe 1

Tableau A1 – Nombre de réponses par IES

IES	Nombre de réponses	Taux de réponse % ⁽¹⁾	% du total
CEUT – Centro de Ensino Unificado de Teresina – Piauí	454	15,1	1,8
ESADE – <i>Laureate International Universities</i> – Porto Alegre – RS	480	15,9	1,9
ESPM – SP – Escola Superior de Propaganda e Marketing – São Paulo – SP	766	17,7	3,0
Faculdade Dom Pedro II – Salvador – BA	77	25,7	0,3
FACCAMP – Faculdade Campo Limpo Paulista – SP	523	10,5	2,0
Facesm – Fac. De Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas – Itajubá – MG	213	34,5	0,8
FAE – Centro Universitário – Curitiba – PR	260	43,3	1,0
Fatec – Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba – SP	10	10,0	0,0
Fatec – Faculdade de Tecnologia de São Sebastião – SP	62	20,7	0,2
FGV - Fundação Getúlio Vargas – São Paulo – SP	22	22,0	0,1
Faculdade R Sá – Picos – PI	76	7,6	0,3
FURB – Universidade Regional de Blumenau – SC	121	4,8	0,5
Grupo Uniasselvi – Blumenau e região – SC	117	7,8	0,5
IFPI - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí	196	14,6	0,8
IFSP – Inst. Fed. De Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Caraguatatuba	10	3,3	0,0
Insper – Instituto de Ensino e Pesquisa – São Paulo – SP	106	3,0	0,4
UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina – Florianópolis – SC	141	2,4	0,5
UEL – Universidade Estadual de Londrina – PR	255	2,4	1,0
UFBA – Universidade Federal da Bahia – Salvador – BA	132	3,3	0,5
UFGD – Universidade Federal da Grande Dourados – MS	125	17,9	0,5
Unifei – Universidade Federal de Itajubá – MG	212	6,1	0,8
UFMA – Universidade Federal do Maranhão – São Luís – MA	5	12,5	0,0
UFMS – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – Paranaíba – MS	34	3,4	0,1
UFMT – Universidade Federal do Mato Grosso – Cuiabá – MT	108	5,4	0,4
UFPR – Universidade Federal do Paraná – Curitiba – PR	70	23,3	0,3
UFS – Universidade Federal de Sergipe – Aracaju – SE	167	27,8	0,6
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina – Florianópolis – SC	73	0,7	0,3
UFSJ – Universidade Federal de São João del-Rei – MG	176	58,7	0,7
UFV – Universidade Federal de Viçosa – MG	562	4,3	2,2
UNIFACS – Universidade Salvador – Salvador – BA	420	12,0	1,6
UNIME – União Metropolitana de Educação e Cultura – Salvador – BA	43	6,6	0,2
UNINOVE – Universidade Nove de Julho – São Paulo – SP	15794	13,2	61,1
Univás – Universidade do Vale do Sapucaí – Pouso Alegre – MG	43	14,3	0,2
Univates – Lajeado – RS	627	7,4	2,4
UPM – Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo – SP	1553	5,8	6,0
Universidade São Francisco – várias cidades – SP	1247	14,6	4,8
USP – Universidade de São Paulo – SP	52	14,9	0,2
Outras	535	5,4	2,1
Sous-total	25 867	10,3	100
Réponses considérées non-valides	3 319	1,3	--
TOTAL POUR LE BRÉSIL	29 186	11,7	100
Répondants étrangers inscrits dans des IESs brésiliennes	116	0,4	--
TOTAL INTERNATIONAL	93 265	6,3	--

⁽¹⁾ Sur base d'une estimation du nombre d'étudiants qui ont reçu le questionnaire.

Tableau A2 – Structure du questionnaire utilisé

Section 1	Données personnelles (sans l'identification du nom, avec année de naissance, sexe, nationalité et autres).
Section 2	Le contexte de l'institution d'enseignement supérieur (IES) – nom de l'IES où le répondant étudie ; son niveau d'étude ; domaine d'étude ; quelles sont les offres et demandes concernant les cours et activités en entrepreneuriat dans l'institution (items du tableau 1, « demande par cours et activités en entrepreneuriat dans les IESs ») ; le niveau de contribution de différents aspects du contexte universitaire.
Section 3	Les intentions de carrière.
Section 4	Le sens de la carrière et le niveau de détermination pour la suivre.
Section 5	Le niveau d'importance de plusieurs motifs possibles du choix de carrière.
Section 6	Historique familial en affaires.
Section 7	Le niveau de proximité et de collaboration entre les membres de la famille.
Section 8	La force de l'intention d'entreprendre – items d'échelle couvrant les éléments du tableau A3 des annexes, utilisés comme base pour la figure 7 du travail ; avoir ou ne pas avoir été entrepreneur ; raisons pour avoir négligé ou abandonné la carrière d'entrepreneur.
Section 9	Attrait des activités entrepreneuriales.
Section 10	Les réactions de l'entourage (famille, amis...) si le répondant choisit la carrière d'entrepreneur.
Section 11	Le niveau d'importance de l'opinion des personnes de l'entourage.
Section 12	Locus de contrôle et niveau de contrôle sur sa vie, ses activités et la réalisation de ses projets.
Section 13	Niveau de certitude quant à différents rôles à jouer (générer de nouvelles idées, faire des analyses financières, créer sa propre entreprise, entre autres) ; pour les fondateurs potentiels seulement : niveau de développement de l'intention entrepreneuriale (choix multiples non exclusifs couvrant les items de la figure 6), secteur d'activité envisagé pour entreprendre, origine de l'idée d'affaires, appui de la famille pour entreprendre, expériences de travail et utilisation du temps, avoir ou non des partenaires (copropriétaires), milieu d'origine des partenaires et parts de la propriété, les fonds et sources de financement pour entreprendre, obstacles pour entreprendre.
Section 14	Questions pour les fondateurs actifs seulement – informations sur les affaires (premières dépenses, combien d'employés compte avoir dans 5 ans, quantité de copropriétaires à la fondation, entre autres) ; milieu d'origine des partenaires ; secteur d'activité des affaires ; origine de l'idée d'affaires ; appui de la famille pour entreprendre ; expériences de travail et utilisation du temps ; sources de financement pour la fondation de l'entreprise ; performance des affaires comparée aux concurrents ; et la façon dont les affaires ont été imaginées et structurées.
Section 15	Pour les étudiants dont la famille est en affaires seulement – niveau d'intérêt et de progression pour prendre la relève ; le sens, compréhension et objectifs des affaires familiales ; barrières pour prendre la relève ; informations variées sur les affaires familiales ; secteur d'activité des affaires familiales ; performance des affaires familiales ; processus de succession ; progression vers la participation dans les affaires familiales.
Section 16	Pour les successeurs actifs seulement – pourcentage de la propriété qui continuera à appartenir à la famille ; combien le répondant a payé pour les parts de la famille comparativement à un prix de \$ 100 si l'achat était fait par quelqu'un en dehors de la famille.

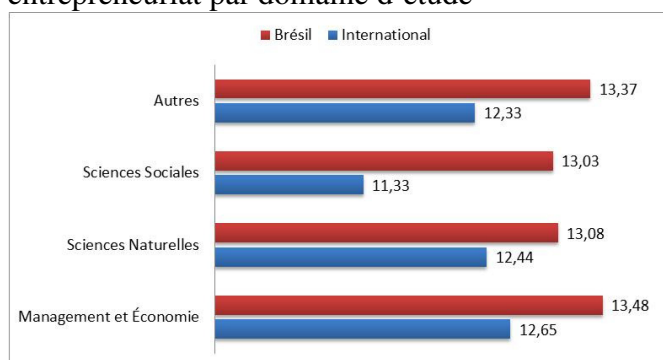
Annexe 2 L'indice d'entrepreneuriat

À partir des résultats présentés ici, il est possible de produire la présentation de l'indice d'entrepreneuriat des différents domaines d'étude, une fois encore en comparant ces résultats avec ceux de l'échantillon international. On peut considérer cet indice comme le résultat d'une synthèse qui reflète l'effet conjoint de différents résultats de l'étude. Pour ce motif, il permettra de comparer de manière générale et large les différents pays quant au niveau d'intérêt et de pratique en entrepreneuriat des étudiants ayant participé à la recherche.

Le calcul de cet indice se base également sur les pondérations présentées dans les tableaux A3 et A4, dont la consultation est nécessaire pour la compréhension de l'exemple à suivre. Il est important de remarquer qu'il ne s'agit pas d'un pourcentage. Comme l'expliquent Sieger, Fueglistaller et Zellweger (2011, p. 37),

dans l'étude, un indice a été calculé pour chaque étudiant. L'indice pour un pays est une moyenne de l'indice de tous les participants de ce pays. Considérons un exemple : un étudiant qui répond « relativement concrètement » quant à son intérêt dans l'entreprise et coche les options 3 et 5 dans la question sur son niveau de préparation pour entreprendre a un indice personnel de 13 (3+5+5) [selon les pondérations présentées dans les tableaux A3 et A4].

Figure A1 - Indice d'entrepreneuriat par domaine d'étude*



* Différences significatives entre les moyennes ($p < 0,05$).

Considérant chaque domaine d'étude, le Brésil présente des moyennes plus élevées que l'échantillon international. Dans le domaine Management et Économie, le pays a son indice le plus élevé (13,48) et, en Sciences Sociales, le plus modeste (13,03). La différence la plus grande de l'indice en relation aux résultats internationaux a également lieu dans le domaine des Sciences Sociales (différence de 1,7 point). L'item « autres » se rapporte à d'autres domaines d'étude, c'est-à-dire qu'il regroupe les réponses de ceux qui n'ont pas identifié leur cours comme un de ceux répertoriés dans le questionnaire. Cet item apparaît dans la figure avec le deuxième indice le plus élevé au Brésil.

Selon le rapport international du GUESSS 2011, l'indice général d'entrepreneuriat brésilien est de 13,3 et l'indice moyen pour tous les pays est un peu inférieur : 12,8 ; l'indice le plus élevé est celui du Royaume-Uni (17,2) ; le Portugal se trouve en troisième position (16,4) et le Mexique en sixième (14,4) ; le Brésil se trouve en 13^e position, à égalité avec les Pays-Bas, juste au-dessus de la moyenne internationale (Sieger, Fueglistaller et Zellweger, 2011).

Tableau A3 – Avoir pensé entreprendre et pondérations pour définir l'indice d'entrepreneuriat

N ^o	Possibilité de réponse	Pondération	Catégorie
1	Jamais	1	Non fondateur
2	Cela m'a traversé l'esprit	1	Non fondateur
3	À plusieurs reprises	3	Fondateur pot.
4	Relativement concrètement	3	Fondateur pot.
5	J'ai explicitement pris la décision de créer une entreprise	5	Fondateur pot.
6	J'ai établi un agenda concret pour la réalisation des différentes étapes de la création d'une entreprise	7	Fondateur pot.
7	J'ai déjà commencé la création de l'entreprise	7	Fondateur pot.
8	Je suis déjà à mon propre compte dans l'entreprise que j'ai créée	8	Fondateur actif
9	J'ai déjà créé plus d'une entreprise et je suis actif/ve dans une d'entre elles	10	Fondateur actif

Source : Sieger, Fueglistaller e Zellweger (2011).

Le tableau précédent, mettant en évidence la distribution des pondérations, montre quels items de réponse, relatifs à un comportement plus ou moins entreprenant, contribuent plus ou moins à l'élévation de l'indice d'entrepreneuriat. Et donc, en fonction du nombre de répondants fondateurs actifs dans un pays, tend à s'élever plus ou moins l'indice du pays.

Les fondateurs potentiels ont répondu à un ensemble exclusif de questions afin de déterminer leur niveau de préparation pour entreprendre. Ce niveau a également influencé la détermination de l'indice d'entrepreneuriat en fonction des pondérations du tableau suivant.

Tableau A4 - Préparation pour entreprendre et pondérations pour définir l'indice d'entrepreneuriat

N ^o	Ce qui a déjà été fait	Pondération
1	Rien n'est fait	1
2	J'ai pensé aux premières idées d'affaires	3
3	J'ai fait un plan d'affaires	5
4	J'ai identifié des opportunités de marché	5
5	J'ai cherché des partenaires (par ex. des collègues étudiants)	5
6	J'ai acheté des équipements	7
7	J'ai travaillé dans le développement du produit	7
8	J'ai parlé à des clients potentiels	7
9	J'ai demandé un prêt à une institution financière	8
10	J'ai décidé la date de la fondation de l'entreprise	10

Source : Sieger, Fueglistaller e Zellweger (2011).