



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas

Departamento de Administração

ALEXIA PORTO DE MIRANDA MARQUES

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE TRABALHO: A
percepção de estudantes egressos sobre esta nova
alternativa de formação.**

Brasília – DF

2018

ALEXIA PORTO DE MIRANDA MARQUES

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE TRABALHO: A
percepção de estudantes egressos sobre esta nova
alternativa de formação.**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Dr. José Márcio
Carvalho

Brasília – DF
2018

Marques, Alexia Porto de Miranda.

Intercâmbio Internacional de Trabalho: A percepção de estudantes egressos sobre esta nova alternativa de formação. / Alexia Porto de Miranda Marques - Brasília, 2008.

75 f. : il.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração, 2018.

Orientador: Prof. Dr. José Márcio Carvalho, Departamento de Administração.

1. Intercâmbio Internacional. 2. Lealdade. 3. Intercâmbio Internacional de Trabalho. 4. Internacionalização

ALEXIA PORTO DE MIRANDA MARQUES

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE TRABALHO: A
percepção de estudantes egressos sobre esta nova
alternativa de formação.**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
(a) aluno (a)

Alexia Porto de Miranda Marques

Dr, José Márcio Carvalho
Professor-Orientador

Ma, Olinda Maria Gomes Lesses,
Professor-Examinador

Dra, Vanessa Cabral Gomes,
Professor-Examinador

Brasília, 26 de Junho de 2018

RESUMO

O objetivo deste trabalho é avaliar a percepção de estudantes de graduação que participaram do programa de intercâmbio de trabalho e viagem ou “Work and Travel” quanto ao mesmo. A internacionalização da educação superior deve ser vista como estratégia para o desenvolvimento científico e universitário, e os intercâmbios durante a graduação são temas muito relevantes para as instituições de ensino superior considerando a crescente interligação global. Os empregadores procuram cada vez mais indivíduos com qualificações pessoais diferenciadas e habilidades adquiridas através de experiências de trabalho, que possuam ainda conhecimentos de outras culturas e fluência em outra língua. Universidades de diversos países já possuem estratégias de internacionalização além de políticas para a realização de intercâmbios diversos durante a graduação. A academia brasileira está engatinhando nesse processo, ainda não encontram-se muitas atividades de intercâmbio em universidades do Brasil e há a falta de conhecimento sobre o assunto. Neste trabalho foi realizado um estudo quantitativo, caracterizado como pesquisa de levantamento. Como instrumento, foi aplicado um questionário em 83 egressos do programa de intercâmbio através de um grupo no Facebook. Os resultados indicam que as percepções dos participantes do programa foram muito positivas. Foi possível concluir que os participantes demonstraram orgulho de terem participado da experiência, sendo leais e comprometidos emocionalmente ao programa, apesar de considerarem o trabalho exaustivo.

Palavras-chave: Intercâmbio Internacional. Lealdade. Intercâmbio de trabalho. Internacionalização.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Percepção da lealdade dos estudantes em relação ao intercâmbio de trabalho e viagem.....	46
Tabela 2 - Percepção da confiança por parte dos egressos do intercâmbio.	48
Tabela 3 - Percepção da motivação dos participantes do intercâmbio na escolha do mesmo.	49
Tabela 4 - Percepção da qualidade de serviço por parte dos egressos do programa.	52
Tabela 5 - Percepção dos egressos quanto ao comprometimento das instituições de ensino.....	53
Tabela 6 - Percepção do comprometimento emocional dos egressos do intercâmbio.	55
Tabela 7 - Percepção do comprometimento com atividades extra por parte dos egressos.....	56
Tabela 8 - Percepção das atividades pessoais na Internet por parte dos egressos.	57
Tabela 9 – Percepção acerca dos ganhos obtidos com a experiência de intercâmbio.	58

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idades dos participantes do programa e quantidades de respostas	41
Gráfico 2 - Percentual de egressos do programa para cada região do Brasil	42
Gráfico 3 - Percentual de egressos relativo a cada área de estudo.	44
Gráfico 4 - Renda mensal familiar dos participantes do programa de intercâmbio...	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Contextualização	9
1.2	Formulação do problema.....	10
1.3	Objetivo Geral.....	11
1.4	Objetivos Específicos	12
1.5	Justificativa	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	Mudanças no Mercado de Trabalho	14
2.1.1	Formação Profissional.....	15
2.2	Intercâmbio.....	17
2.2.1	Intercâmbio Acadêmico	17
2.2.2	Intercâmbio de Trabalho.....	20
2.2.3	Atuação das Instituições de Ensino.....	21
2.3	Qualidade de Serviços	22
2.4	Lealdade à Experiência de Intercâmbio	26
2.4.1	Lealdade ao Programa de Intercâmbio	26
2.4.2	Confiança.....	27
2.4.3	Motivação	28
2.4.4	Comprometimento das instituições de Ensino.....	29
2.4.5	Comprometimento emocional.....	29
2.4.6	Comprometimento com Atividades Extras.....	30
2.4.7	Atividades Pessoais na Internet	30
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	33
1.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	33
3.1	Caracterização da organização, setor ou área.....	34
3.2	População e amostra.....	34
3.3	Caracterização do instrumento de pesquisa	34
3.4	Procedimentos de coleta e de análise de dados.....	37
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	38
4.1	Disney Cultural Exchange Program	38
4.2	Dados demográficos.....	41
4.2.1	Sexo e Idade.....	41

4.2.2	Região do Brasil	42
4.2.3	Área de Estudo	43
4.2.4	Participações em Programas Work and Travel	44
4.2.5	Renda Mensal Familiar	45
4.3	Construtos Apresentados	46
4.3.1	Lealdade	46
4.3.2	Confiança.....	47
4.3.3	Motivação	49
4.3.4	Qualidade de Serviço	51
4.3.5	Comprometimento das Instituições de Ensino	53
4.3.6	Comprometimento Emocional	55
4.3.7	Comprometimento com Atividades Extras.....	56
4.3.8	Atividades Pessoais na Internet	57
4.3.9	Percepções Acerca dos Ganhos Obtidos.....	58
4.4	Questões Abertas	59
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	61
	REFERÊNCIAS.....	63
	APÊNDICES.....	69
	Apêndice A – Questionário.....	69

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Em tempos de integração de política, economia e cultura e da troca constante de informações surgem termos como interculturalidade e internacionalização. Para Ferreira et. al. (2016) a interculturalidade é o palco do mundo do trabalho contemporâneo, no qual as mais diversas culturas convivem, agem, reagem, transformam e compõem, bem como as sínteses culturais são realizadas o tempo todo.

Segundo Ramos (2001), essas novas relações implicam o desenvolvimento não só de competências individuais que permitam interações entre indivíduos e culturas, mas o desenvolvimento de competências de cidadão, que tornem possível o funcionamento e constante crescimento do conhecimento da sociedade.

Nesse contexto de ambiente global e culturas diversas estão inseridos os programas de intercâmbio, que segundo Dalmolin et. al. (2013) buscam promover a consolidação, expansão e internacionalização da ciência e da inovação técnico-científica. É uma oportunidade de conhecer novas culturas, sistemas políticos e organizações sociais, aprender, aprimorar e/ou conhecer as variantes linguísticas de um novo idioma. Entre as inúmeras metas destes programas destaca-se a necessidade de investir na formação de pessoal altamente qualificado nas competências e habilidades necessárias para o avanço da sociedade do conhecimento; aumentar a presença de pesquisadores e estudantes de vários níveis em instituições de excelência no exterior e promover a inserção internacional das instituições brasileiras pela abertura de oportunidades semelhantes para cientistas e estudantes estrangeiros. Órgãos de fomento do Ministério da Educação (MEC) e as Instituições de Ensino Superior vêm aumentando os incentivos por meio de convênios acadêmicos e bolsas de estudos no exterior, como o programa Ciências sem Fronteiras.

Binotto e Nakayama (2000) colocam que os tipos de trabalho bem remunerados no futuro exigirão capacidade de adaptação a novos ambientes e novas situações e também mobilidade entre países e culturas. O profissional do futuro precisará comunicar-se com culturas e línguas distintas. Nesse sentido, fica claro que experiências de intercâmbio são extremamente relevantes, já que agregam valores ao crescimento profissional e pessoal, contribuem para o aprendizado de outras línguas e possibilitam a vivência em culturas diferentes.

O turismo de intercâmbio proporciona ainda retornos para diversas áreas do destino receptivo. De acordo com o Ministério do Turismo (2012), os campos das contribuições do intercâmbio para os destinos classificam-se em: econômico (competividade do mercado de trabalho); político (segurança nacional, relações internacionais, promoção da paz); sociocultural (fortalecimento da identidade regional e nacional); e educacional (cooperação intelectual, comércio de serviços educativos, ampliação de horizontes pedagógicos, melhoria da qualidade dos sistemas de ensino).

O intercâmbio de trabalho pode ser visto como uma modalidade de intercâmbio que representa uma ótima ferramenta na transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho, possibilitando a vivência em outro país e agregando ao aluno experiência profissional enquanto viaja e conhece outras culturas.

Esse artigo busca avaliar a lealdade dos estudantes ao programa de intercâmbio de trabalho Work and Travel, suas motivações, a qualidade do serviço prestado pela empresa mediadora e o comprometimento das instituições acadêmicas durante processo. Foram aplicados questionários a estudantes que realizaram intercâmbio de trabalho Summer Work and Travel, nos Estados Unidos.

1.2 Formulação do problema

Os intercâmbios de trabalho durante a graduação são uma forma dos estudantes obterem alguma vivência internacional, além de experiência profissional. Para muitos deles é a primeira oportunidade de serem independentes e viverem

uma cultura diferente, além de que serem uma ótima ferramenta na transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010) quanto maior o número de pessoas internacionalizadas e preparadas para lidar com a diversidade cultural, mais chances estes indivíduos têm de se projetar e se manter competitivos.

Uma alternativa de intercâmbio de trabalho é a modalidade *Work and Travel*, ou trabalho e viagem, foco deste artigo. O Departamento de Estado Americano (2017) define o programa *Work and Travel* como uma oportunidade para os estudantes universitários de vários países irem para os Estados Unidos compartilhar sua cultura e ideias com americanos e residentes do país, através de um emprego temporário e viagens conhecendo as pessoas e o modo de viver nos Estados Unidos.

A autora Giaretta (2003) explica que o programa *Work and Travel* consiste em um programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos durante o período de férias (cerca de três meses), realizado por universitários de todas as áreas, interessados em praticar o inglês além de adquirir experiência profissional.

Uma das exigências do *Work and Travel* é que os participantes sejam alunos de cursos de graduação aprovados pelo Ministério da Educação (MEC), mesmo que o intercâmbio não envolva questões acadêmicas. Por este motivo muitas instituições de ensino desconhecem a modalidade e até mesmo deixam de apoiar e colaborar com seus estudantes antes e durante a experiência, o que faz com que os mesmos encontrem nessa lacuna uma barreira para a realização do intercâmbio.

1.3 Objetivo Geral

O artigo tem como objetivo avaliar a percepção de estudantes de graduação que participaram do programa de intercâmbio de trabalho e viagem ou *Work and Travel* quanto ao mesmo.

1.4 Objetivos Específicos

- Avaliar a lealdade dos estudantes ao programa de intercâmbio de trabalho e viagem;
- Avaliar a confiança dos estudantes nos colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem;
- Identificar quais são as principais motivações dos estudantes para a escolha do intercâmbio de trabalho e viagem;
- Avaliar a qualidade do serviço prestado pelas empresas mediadoras do intercâmbio;
- Determinar o nível de comprometimento das instituições de ensino com o intercâmbio de trabalho e viagem;
- Identificar o comprometimento emocional dos alunos em relação ao intercâmbio de trabalho e viagem;
- Identificar se houve comprometimento com outras atividades durante o intercâmbio;
- Identificar se houve mudanças no padrão de uso da internet e redes sociais no decorrer do intercâmbio.
- Identificar quais foram os pontos negativos do programa de intercâmbio de trabalho e viagem de acordo com a percepção dos participantes.

1.5 Justificativa

Existem estudos acerca da mobilidade estudantil e intercâmbios acadêmicos, porém, são raros os estudos que citam o intercâmbio de trabalho como opção durante a formação acadêmica. O programa de trabalho e viagem pode proporcionar ao estudante de graduação desenvolvimento profissional, contribuição

pessoal e educacional através da vivência em e outro país, tendo contato com os nativos e realizando atividades de lazer e de turismo enquanto trabalha.

Os ganhos obtidos com esse tipo de experiência são muito valorizados no mercado de trabalho. Dominar um novo idioma, ter conhecimento de outras culturas, vivência internacional e saber trabalhar em um ambiente multicultural são alguns dos conhecimentos adquiridos que representam um diferencial para o mercado de trabalho globalizado.

Esse artigo busca enfatizar a importância do intercâmbio de trabalho *Work and Travel* para a vida profissional dos estudantes de graduação e contribuir apontando o nível de comprometimento e conhecimento das instituições acadêmicas em relação ao mesmo. A identificação das motivações dos estudantes e avaliação da sua lealdade em relação ao intercâmbio de trabalho pode ajudar a melhorar o entendimento das instituições de ensino quanto a essa modalidade de intercâmbio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Mudanças no Mercado de Trabalho

Existem variadas definições de globalização. Para López et. al (2012) a globalização é um fenômeno do modelo econômico capitalista que consiste na interligação econômica, política, social e cultural em âmbito mundial. Ferreira et. al. (2016) acrescentam que a globalização pode ser entendida como um fenômeno tecnológico, econômico e político, envolvendo um processo de internacionalização, de expansão da interdependência resultante da queda das fronteiras operacionalizada pela amplificação dos transportes e da comunicação de massa.

Os autores Campos e Canavezes (2007) citam alguns dos aspectos comuns das definições de globalização, tais como a crescente interligação e interdependência entre Estados, organizações e indivíduos do mundo todo.

Nesse sentido de crescente interligação global, Barbosa e Veloso (2007) afirmam que é necessário que as organizações estejam cada vez mais preparadas para lidarem com a diversidade cultural. Para Ferreira et. al. (2016) a interculturalidade é o palco do mundo do trabalho contemporâneo, no qual as mais diversas culturas convivem, agem, reagem, transformam e compõem, bem como as sínteses culturais são realizadas o tempo todo. Fernet-Betancourt (2008) acrescenta que a interculturalidade direciona para a comunicação e para o convívio entre as culturas, procurando uma qualidade interativa das relações das culturas entre si, e não uma mera coexistência fática entre diversas culturas em um mesmo local.

Para Drucker, (1995) há a necessidade de um sistema educacional que promova eficazmente a inserção do indivíduo, ainda estudante, no mercado de trabalho. Binotto e Nakayama (2000) acrescentam que os tipos de trabalho bem remunerados exigirão capacidade de adaptação a novos ambientes e novas situações, mobilidade entre países e culturas e disposição para o aprendizado contínuo.

Echeveste et. al. (1999) em seu estudo sobre o perfil do executivo no mercado globalizado encontrou que dentro dos conhecimentos requeridos para atuação no mercado globalizado encontram-se os conhecimentos de negócios internacionais, conhecimentos de outros idiomas, conhecimento da cultura de outros países e vivência internacional. Ser capaz de tratar com culturas diversas será necessário para o profissional do futuro.

2.1.1 Formação Profissional

No mundo tecnológico, globalizado, dinâmico e competitivo do século XXI a formação profissional aparece como questão central. As rápidas transformações econômicas requerem uma formação tecnicocientífica básica e o acesso a um saber universalizante. O mercado de trabalho não valoriza mais um trabalhador robotizado, mas sim um trabalhador que possa executar atividades de abstração, com capacidade analítica e o domínio de linguagens diversificadas. (Preti, 1998, p.22).

Para a autora Segnini (2000) em seu artigo que estabelece a relação entre educação, trabalho e desenvolvimento, são conferidas a formação profissional funções essencialmente instrumentais, capazes de possibilitar a competitividade e intensificar a concorrência, adaptar trabalhadores às mudanças técnicas e minimizar os efeitos do desemprego.

Os empregadores procuram cada vez mais qualificações pessoais diferenciadas e habilidades adquiridas através de experiências. As competências técnicas deverão estar associadas à capacidade de decisão, de adaptação a novas situações, de comunicação oral e escrita, de trabalho em equipe. O profissional será valorizado na medida da sua habilidade para estabelecer relações e de assumir liderança. (SILVA E CUNHA, 2002 p.77).

Segnini (2005) conceitua qualificação como os conhecimentos adquiridos pelo trabalhador por meio de diferentes processos e instituições sociais – família, escola, empresa – somados às suas habilidades também adquiridas socialmente, acrescidas de suas características pessoais de sua subjetividade, de sua visão de

mundo, constituem um conjunto de saberes e habilidades que significa, para ele, trabalhador, valor de uso.

O termo qualificação vindo sendo substituído por competência, que tem sido usado nos estudos sobre organizações. Sandberg (2000) coloca que o termo e sua utilização referem-se a conhecimento necessário para realizar o trabalho com competência. A expressão “competência humana no trabalho” não refere-se a todo e qualquer conhecimento e habilidades, mas sim especificamente àqueles que são requisitados quando a pessoa trabalha.

Fleury e Fleury (2001) definem competência do indivíduo como um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos e habilidades, que agreguem valor econômico à organização e valor social ao indivíduo.

Norte e Neves (2009) afirmam:

Não se deve entender competência como desempenho final, mas como capacidade – aliada a condições intelectuais e emocionais – para exercer e atingir o desempenho a que se destina. Assim, ter competência significa, em termos gerais, ter capacidade para utilizar conhecimentos adquiridos e mobilizar as emoções para tomar determinadas decisões e solucionar problemas – que tendem a ser inéditos – a cada situação enfrentada.

Nesse contexto está inserida a universidade e seu papel de formar indivíduos competentes para aplicarem seus conhecimentos na tomada de decisões e solução de problemas e agregarem valor a sociedade. Para Binotto e Nakayama (2000) a perspectiva é que a universidade viabilize, para o profissional em formação, formas complementares para melhor preparar-se e condições para a atualização contínua e permanente. Permitir ao futuro profissional descobrir-se e situar-se nas suas relações conhecendo o universo das mesmas, formar cidadãos.

Alguns argumentos tidos como funções da universidade são: a habilitação para o exercício profissional, a formação para o mercado e a formação para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, no entanto, para Barcellos, Dellagnelo e Saliés (2011) tais argumentos se mostram conflitivos em determinados aspectos e a universidade é chamada a fazer opções, seja nas definições de investimentos, nas prioridades de pesquisa, nos projetos de extensão, na alocação

de carga horária docente, na estrutura de currículos e nas definições de conteúdos a serem trabalhados em sala de aula. A instituição universitária está continuamente fazendo opções e definindo a formação de indivíduos com base em valores e alternativas pré-estabelecidas. Essas opções se refletem na orientação para o mercado, que pressiona a formação de estudantes das mais diversas áreas do conhecimento.

Goergen (1998) afirma que a universidade deve ir além de seus deveres no campo da ciência e tecnologia, assumindo também a responsabilidade pela emergência de um comprometimento com a reconstrução de uma sociedade que seja capaz de reinventar uma cultura mais humana. Para o autor, é preciso encontrar um novo equilíbrio entre a formação técnico/profissional e a formação humanista/cultural, acompiando o conceito de formação acadêmica, o que implica uma revisão profunda da prática acadêmica atual.

Silva (2012) afirma que a cooperação internacional pode se tornar uma estratégia efetiva de qualificação de pessoal, educação profissional e desenvolvimento de projetos de pesquisa, aumentando a produção científica nacional em temas de pesquisas emergentes no país e no exterior e de melhorar a qualidade da graduação e pós-graduação brasileira.

2.2 Intercâmbio

2.2.1 Intercâmbio Acadêmico

Dalmolin et. al. (2013) definem, em um sentido amplo, que o intercâmbio pode ser entendido como forma de trocar informações, crenças, culturas, conhecimentos, e é extremamente relevante já que agrega valores ao crescimento profissional e pessoal.

O Ministério do Turismo (2008) define que Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional.

São vários os tipos de intercâmbios ofertados pelas empresas de turismo como os intercâmbios para estudo de idiomas, especialização, graduação, trabalho voluntário, ensino médio, programas de férias para adolescentes, au pair, estágio e trabalho remunerado.

Nesta seção será abordado o intercâmbio acadêmico, que consiste em uma troca mútua de estudantes de um determinado local com outro, geralmente fora do país de origem, com o objetivo de aprender a língua nativa, cultura, tradições ou hábitos praticados no país de destino, para fins educacionais, profissionais ou pessoais.

Para Oliveira e Pagliuca (2012) o intercâmbio acadêmico permite proveito e vantagens que vão além do aprendizado, mas também no desenvolvimento psicológico, autoconfiança, amadurecimento, independência, capacidade de relacionar-se e, sentir-se “um cidadão do mundo”.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010):

Quanto maior o número de pessoas internacionalizadas e preparadas para lidar com a diversidade cultural, mais chances estes indivíduos e, conseqüentemente, os seus países, têm de se projetar e se manter competitivos. Portanto, a mobilidade estudantil e acadêmica desempenha um importante papel, proporcionando aos cidadãos novas experiências e competências interculturais e gerando, aos países, uma forte fonte de geração de receitas.

Silva (2013) conceitua internacionalização como “a relação para além das fronteiras, entre nações ou instituições situadas em diferentes sistemas nacionais”. Já para Bartell (2003), a internacionalização são conexões internacionais relacionadas à educação, e a globalização como uma avançada fase no processo que envolve a internacionalização.

Para Silva (2013), a mobilidade internacional acadêmica é o principal elemento da internacionalização do ensino superior. Ela tem significado político e econômico, além de conseqüências acadêmicas. As forças de mercado

desempenham um papel efetivo no aumento da demanda por um período de estudos no exterior.

Muitos estudantes se dirigem para o exterior com recursos próprios, de forma espontânea, sem a mediação dos acordos entre as universidades ou auxílio do governo, podendo assumir características comerciais. No entanto, no que concerne ao Brasil os números deste tipo de mobilidade não estão disponíveis de forma organizada e concentrada. Por esta razão, torna-se imprescindível lançar um olhar sobre os aspectos práticos que institucionalizam a mobilidade dos estudantes. (SILVA, 2013, p. 50)

O Brasil é reconhecido por muitos países como um dos principais emissores de estudantes para o mundo, e, para Neves e Norte (2009) a internacionalização das universidades é estratégia para o desenvolvimento científico e institucional universitário.

Os interesses particulares de docentes e discentes também convergem para a busca de parcerias de mobilidade internacional: experiência cultural, proficiência em língua estrangeira, melhores chances no mundo produtivo, na carreira, melhores salários, formação de redes científicas e profissionais para o futuro, novos contatos, acesso a recursos e a equipamentos internacionais, a novos olhares, à cooperação na pesquisa, etc. (NEVES E NORTE, 2009)

Em pesquisa realizada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) foi constatado que o processo de internacionalização nas instituições brasileiras não é mais incipiente, porém são necessários ajustes a esse processo para torna-lo mais eficiente. A internacionalização das universidades brasileiras é necessária para tornar a educação superior responsiva aos requerimentos e desafios da sociedade globalizada.

A internacionalização das IES tem o potencial de transformar as vidas de estudantes e tem um papel cada vez maior para ciência através da intensa troca de conhecimento acadêmico, permitindo assim a construção de capacidades sociais e econômicas. (CAPES, 2017)

De acordo com o Ministério do Turismo (2010) os principais diferenciais na hora da escolha do intercâmbio são: a facilidade de obtenção de vistos; a qualidade da educação, o reconhecimento do grau; a facilidade de admissão universitária; as opções de financiamentos disponíveis; o custo de vida, a segurança pessoal, a linguística, fatores culturais e sociais, comunicação e promoção do destino e , por

fim, os meios de comunicação e informação, destacando-se a internet como principal meio de acesso as informações.

2.2.2 Intercâmbio de Trabalho

O intercâmbio de trabalho pode ser considerado uma ótima ferramenta na transição da vida acadêmica para o mercado de trabalho, possibilitando a vivência em outro país e agregando ao aluno experiência profissional. O participante dessa modalidade de intercâmbio desenvolve competências que contribuem para ascensão em sua carreira, além de valorizar o seu currículo com a experiência internacional.

Nessa seção será abordada mais precisamente a modalidade *Work and Travel*, que consiste em um programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos durante o período de férias (cerca de três meses), realizado por universitários de todas as áreas, interessados em praticar o inglês além de adquirir experiência profissional. (GIARETTA, 2003)

O governo dos Estados Unidos define o programa *Work and Travel* como uma oportunidade para os estudantes universitários de vários países irem para os Estados Unidos compartilhar sua cultura e ideias com americanos e residentes do país, através de um emprego temporário e viagens.

O programa *Work and Travel* proporciona a estudantes estrangeiros a oportunidade de viver e trabalhar nos Estados Unidos durante o período de férias, conhecendo as pessoas e o modo de viver nos Estados Unidos. (DEPARTAMENTO DE ESTADO AMERICANO, 2017)

Segundo o Departamento de Estado Americano as regras e pré-requisitos para a concessão do visto necessário (J-1) e admissão no programa são:

- Estar matriculado em uma universidade ou curso superior com pelo menos quatro anos de duração;
- Ter no mínimo 18 anos;
- Ter um nível avançado de inglês, sendo capaz de comunicar-se e interagir;

- Ser independente e maduro;
- Ter atitudes flexíveis e vontade de aprender;
- Estar comprometido em cumprir suas obrigações até o fim do contrato de Trabalho;
- Ter completado pelo menos um semestre na instituição de ensino em que estuda;
- Possuir a oferta de trabalho e o documento DS-2019;
- Quando aprovado, adquirir plano de saúde que contemple as datas de entrada e saída dos Estados Unidos.

Além disso, o candidato passa, em grande parte das vezes, por entrevistas de emprego conduzidas pela empresa em que o estudante deverá trabalhar durante o intercâmbio.

Como vantagens do intercâmbio de trabalho Sebben (2007), em seu livro sobre intercâmbio cultural, destaca a liberdade dos intercambistas de tomarem decisões sozinhos e serem respeitados longe de casa, a nova noção de cidadania e de responsabilidade social, o sentimento de orgulho e de independência, as conquistas de novas amizades e o autoconhecimento. O intercâmbio de trabalho conta, ainda, com a vantagem de ser uma experiência profissional que agrega valor ao currículo.

2.2.3 Atuação das Instituições de Ensino

A atuação das instituições de ensino nos programas de intercâmbio de trabalho é praticamente inexistente. Segundo Gacel-Ávila (2007), alguns dos desafios enfrentados pelos países da América Latina relacionados à internacionalização acadêmica são justamente a falta de planejamento e de conhecimentos sobre o assunto. Muitas faculdades e/ou universidades não tem conhecimento desse tipo de experiência ou não dão importância ao intercâmbio de trabalho durante a graduação.

De acordo com o Departamento de Estado Americano (2017) para participar do programa *Work and Travel* é necessário estar matriculado em uma universidade ou curso superior com pelo menos quatro anos de duração, de acordo com o Departamento de Estado Americano, e a falta de conhecimento desse tipo de intercâmbio por parte das instituições de ensino acaba criando uma barreira para os estudantes interessados em participar do programa de trabalho e viagem, visto que muitas vezes as instituições de ensino dificultam ou até mesmo negam a assinatura de documentos necessários para realizar o intercâmbio.

Outra questão são as provas durante o semestre letivo. Muitas vezes os alunos precisam sair do país antes do término do semestre e acabam encontrando problemas por não terem o apoio da faculdade ou universidade para alterarem suas avaliações. O aluno então percebe-se desamparado ou até impedido de realizar o intercâmbio.

2.3 Qualidade de Serviços

Existem várias definições para o conceito de serviço. Há alguma dificuldade acerca desse conceito e divergências entre os autores. Para Kotler (2000) um serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer à outra, que seja essencialmente intangível e que não resulte em propriedade de coisa alguma. Sua produção pode ou não estar ligada a um produto físico.

Christian Grönroos, professor finlandês de serviços e marketing de relacionamento propõem a seguinte definição:

Serviços são processos que consistem em atividades ou uma série de atividades. Serviços são, no mínimo até certo ponto, produzidos e consumidos simultaneamente. O Cliente participa como co-produtor no processo de produção, pelo menos até certo ponto. (GRÖNROOS, 2009, p. 47)

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) afirmam que a qualidade dos serviços é mais difícil de ser mensurada comparando com a qualidade de bens.

Quando os consumidores adquirem bens tangíveis eles podem medir a qualidade com base no estilo, nas cores, na embalagem, no caimento, na etiqueta e na durabilidade do produto. No entanto, quando adquirem serviços as características tangíveis são poucas, muitas vezes o consumidor conta apenas com o ambiente físico de prestação do serviço e os equipamentos utilizados para avaliar a qualidade. (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1985).

Hoffman e Bateson (2008) colocam que é difícil dar exemplo de um bem que seja puro e de um serviço que também seja extremamente puro. Muitos serviços contêm pelo menos alguns elementos de bens tangíveis, e a maioria dos bens por sua vez, oferece pelo menos um serviço.

O conhecimento acerca da qualidade de bens não é suficiente para entender a qualidade dos serviços. Existem três características de serviços que devem ser consideradas: intangibilidade, heterogeneidade e inseparabilidade. (PARASURAMAN, ZEITHAML e BERRY, 1985).

I. Intangibilidade: a maioria dos serviços é intangível, ou seja, não pode ser contada, medida ou testada, não pode ser percebida pelos sentidos humanos. A perecibilidade é um outra característica atrelada a intangibilidade, que diz que o serviço não pode ser estocado se não for usado.

II. Heterogeneidade: a performance do serviço varia de prestador para prestador, de consumidor para consumidor e também de dia para dia. É difícil assegurar uma consistência de comportamento do pessoal de atendimento, e isso pode fazer com que a performance do serviço varie.

III. Inseparabilidade: a produção e o consumo do serviço acontecem simultaneamente. Como consequência, a qualidade acontece durante a entrega do serviço, na interação do prestador com o consumidor.

Com base nessas três características, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) sugerem que a avaliação da qualidade de serviço acontece não apenas ao final da prestação, mas também no processo de execução do serviço. A qualidade dos serviços envolve então uma comparação de expectativa do consumidor e entrega do serviço propriamente dita.

Parasuraman (1985) propôs um modelo de cinco gaps, ou lacunas, que representam as divergências que ocorrem entre empresa e o cliente. São eles:

- Gap 1: Discrepância entre a expectativa do cliente e o que a empresa entende como desejo do cliente.
- Gap 2: Discrepância entre a percepção gerencial sobre as expectativas dos clientes com as especificações da qualidade dos serviços.
- Gap 3: Discrepância entre a especificação da qualidade do serviço e o serviço efetivamente fornecido.
- Gap 4: Discrepância entre a promessa realizada pelos meios de comunicação e o que realmente é fornecido.
- Gap 5: Discrepância entre a expectativa do cliente e a sua percepção do serviço.

Além dessas lacunas dos serviços, Parasuraman, Zeithaml, e Berry (1985) identificaram que, os consumidores utilizam os mesmos critérios para chegar a um julgamento sobre a qualidade do serviço prestado, independentemente do tipo de serviço. Esses critérios estão dentro de 10 categorias denominadas determinantes da qualidade de serviço, que posteriormente foram denominadas como “dimensões da qualidade”.

A primeira categoria (1) é denominada confiabilidade e abrange a consistência de desempenho e confiabilidade. Significa que a empresa presta o serviço corretamente desde a primeira vez e honra seus compromissos. Especificamente envolve: precisão nas contas, manutenção dos registros de forma correta e realização do serviço no tempo designado.

A categoria presteza (2) refere-se a presteza que os empregados têm em prover os serviços. Envolve a rapidez nos serviços, como exemplo realizar as transações imediatamente.

A categoria competência (3) abarca as habilidades necessárias e conhecimento para realizar o serviço. Envolve o conhecimento e habilidade do pessoal de atendimento, do pessoal de apoio operacional e capacidade de pesquisa da organização.

A categoria denominada acessibilidade (4) trata da proximidade e a facilidade de contato. O serviço ser acessível por telefone ou via internet de modo que o consumidor não fique esperando é um exemplo. O tempo de espera para

receber o serviço justo e não longo e a existência de um horário de funcionamento e localização é convenientes são outros pontos dentro de acessibilidade.

A cortesia (5) é outra categoria e abrange educação, respeito, consideração e cordialidade do pessoal de atendimento.

A categoria comunicação (6) trata da informação passada os clientes, se são informados em linguagem que sejam capazes de compreender, e também se são ouvidos pela empresa. Pode significar que a companhia deve ajustar sua linguagem para diferentes consumidores. Também compreende: proporcionar explicação do serviço, preços, descontos e garantir ao consumidor problemas sejam resolvidos.

A categoria denominada credibilidade (7) considera a honestidade e a fidedignidade e implica em que a empresa esteja comprometida em atender aos interesses e objetivos dos clientes. A reputação, nome da empresa e as características do pessoal de atendimento estão envolvidas na credibilidade.

A categoria segurança (8) refere-se a ausência de perigo no serviço prestados, risco ou dúvidas sobre o mesmo. Abrange também segurança física, financeira e confidencialidade.

A penultima categoria é a compreensão e conhecimento do consumidor (9), e abrange o esforço da empresa para compreender as necessidades dos clientes. Essa categoria envolve o aprendizado sobre os requisitos específicos do cliente, a atenção individualizada e o reconhecimento de clientes constantes.

Por fim, a categoria aspectos tangíveis (10) refere-se a inclusão e demonstração de evidências físicas ao serviço, tais como instalações, aparência do pessoal, ferramentas e equipamentos utilizados no serviço.

2.4 Lealdade à Experiência de Intercâmbio

2.4.1 Lealdade ao Programa de Intercâmbio

O tema lealdade do consumidor é abordado e estudado na área de comportamento do consumidor, e o constructo lealdade pode ser definido como o grau em que o cliente possui uma atitude positiva, apresenta comprometimento (vínculo emocional) e pretende continuar comprando no futuro (Mowen e Minor, 1998) ou seja, como um profundo comprometimento em recomprar ou utilizar novamente um produto ou serviço preferido no futuro Oliver (1999). A lealdade é considerada então um fator para o sucesso de um negócio.

Hennig-Thurau et. al. (2001) realizaram um estudo acerca da lealdade dos estudantes a suas instituições de ensino, no qual foi produzido um modelo de lealdade dos estudantes combinando conhecimentos do marketing de relacionamento no contexto de serviços a pesquisas e teorias tradicionais sobre o tema de educação e marketing de relacionamento. No modelo RQSL proposto no estudo, a lealdade dos estudantes é determinada diretamente por três constructos:

- i. percepção do estudante acerca da qualidade de ensino;
- ii. confiança no pessoal da instituição de ensino e
- iii. comprometimento emocional dos estudantes a instituição de ensino.

O artigo mostrou que duas variáveis em particular são determinantes chaves na lealdade dos estudantes: a qualidade do serviço de ensino (percebida pelos estudantes) e o comprometimento emocional dos estudantes a suas instituições de ensino. O resultado mostrou que o impacto da qualidade de serviço na lealdade é duas vezes maior que o do comprometimento dos estudantes.

Com base nesse estudo pode-se fazer uma relação da lealdade ao programa de intercâmbio com a confiança depositada no pessoal do intercâmbio, com a percepção da qualidade do serviço prestado durante o intercâmbio por

empresas responsáveis e também com o comprometimento emocional do intercambista em relação a experiência.

2.4.2 Confiança

Uma das definições do construto confiança é oriunda da psicologia e foi elaborada por Rotter (1967) como sendo a expectativa generalizada mantida por um indivíduo ou um grupo de que a palavra, promessa, verbal ou escrita, de outro indivíduo ou grupo pode ser confiada. Morgan e Hunt (1994) afirmam que a confiança existe quando uma parte tem fé na integridade e confiabilidade na outra parte.

Garbarino e Johnson (1999) fizeram um estudo acerca da os papéis de satisfação, lealdade e confiança e suas conseqüências em trocas relacionais. A primeira conclusão é de que a satisfação geral determina as intenções futuras de clientes com pouco relacionamento com a empresa, já para os clientes relacionais, os grandes responsáveis pelas intenções futuras são a confiança e comprometimento.

Sirdeshmukh et al. (2002) ratificaram o trabalho de Garbarino e Johnson (1999), testando a relação entre confiança e lealdade em trocas relacionais. Os autores verificaram que a relação entre confiança e lealdade é baseada em argumentos de reciprocidade. Quando um provedor de serviço age de maneira a construir a confiança do consumidor, o risco percebido tende a diminuir e permite que o consumidor faça predições mais confiantes sobre os comportamentos futuros dessa empresa.

No estudo de Hennig-Thurau et. al. (2001) o constructo confiança aparece como um dos três constructos que influenciam na lealdade do estudante a experiência de intercâmbio.

2.4.3 Motivação

A motivação dos indivíduos é um tópico bastante estudado na psicologia. Existem muitas definições de motivação conhecidas, uma delas é a do autor Herzberg (1997) que afirma em sua Teoria dos Dois Fatores, modelo teórico construído pelo psicólogo para abordar a motivação no trabalho, a existência de dois fatores (higiênicos e motivacionais) para a satisfação do indivíduo. Segundo o autor quando a ação tem como origem o potencial propulsor, interno à própria pessoa, aquilo que se observa em termos comportamentais é identificado como motivação.

Enquanto Herzberg tem sua teoria focada no ambiente externo e no trabalho do indivíduo, Maslow (1970) fundamenta sua teoria da motivação nas diferentes necessidades humanas.

A hierarquia das necessidades de Maslow é constituída por cinco tipos de necessidades, sendo elas:

1. Fisiológicas, ou seja, ar, comida e descanso;
2. Segurança ou proteção contra o perigo;
3. Sociais (amizade, inclusão em grupos);
4. Estima (reconhecimento, amor, reputação);
5. Auto-realização ou realização do potencial.

Já para Tadin et. al. (2005) o comportamento humano é fundamentalmente orientado por objetivos, sejam eles conhecidos ou inconscientes, e daí surge a importância de se associar a motivação a esses objetivos. Os fatores motivacionais vão influenciar diretamente o comportamento do indivíduo. Esses motivos podem ser divididos em internos e externos. Os motivos internos são as necessidades, aptidões, interesses e habilidades do indivíduo, que o fazem capaz de realizar certas tarefas e não outras; que o fazem sentir-se atraído por certas coisas e evitar outras; o que o fazem valorizar certos comportamentos e menosprezar outros. Os motivos externos são os estímulos ou incentivos que o ambiente oferece ou objetivos que a

pessoa persegue porque satisfazem a uma necessidade, despertam um sentimento de interesse porque representam a recompensa a ser alcançada.

2.4.4 Comprometimento das instituições de Ensino

Como consequência da crescente globalização e acelerado processo de internacionalização, as universidades passam a buscar o seu espaço diante desse novo panorama. Stallivieri (2002) diz que é necessário internacionalizar para poder competir em níveis de igualdade com as melhores instituições de ensino superior nacionais e estrangeiras.

Segundo Gacel-Ávila (2007), alguns dos desafios enfrentados pelos países da América Latina relacionados à internacionalização acadêmica são justamente a falta de planejamento e de conhecimentos sobre o assunto. Para o autor, as universidades não têm a internacionalização como parte de seus objetivos e estratégias e, além disso, há a escassez de funcionários e profissionais nas instituições de ensino superior que possuam conhecimentos da área.

Stallivieri (2002) em seu artigo sobre o processo de internacionalização nas instituições superiores afirma ainda que a ausência de publicações que abordam com clareza e pontualidade os caminhos pelos quais percorre a cooperação internacional deve ser um fator de estímulo para que as universidades e seus pesquisadores registrem cientificamente as suas experiências, pois elas servirão como aporte para que outras instituições busquem ali o apoio necessário para o direcionamento de sua atuação na gestão da cooperação internacional nas universidades.

2.4.5 Comprometimento emocional

O conceito de comprometimento nesse tópico está relacionado as noções de engajamento. Bastos (1994) liga o conceito à ideia de “adesão” ou “forte vinculação”, acompanhado de uma valoração positiva.

Morgan e Hunt (1994) realizaram uma pesquisa sobre marketing de relacionamento e estabeleceram que um dos elementos chave do relacionamento com cliente é o comprometimento. Segundo eles, o comprometimento e a confiança são os fatores que ajudam a criar e preservar relações de longo prazo com clientes, são os fatores responsáveis por promover eficiência, produtividade e efetividade.

Hennig-Thurau e Klee (1997) realizaram um estudo sobre o impacto da satisfação do consumidor na qualidade do relacionamento e na retenção dos consumidores. Os autores afirmam que um alto nível de qualidade percebida pode levar ao comprometimento cognitivo do consumidor. Um alto nível de qualidade transacional fornece ao cliente um reforço positivo repetido por ter tomado a decisão correta, criando assim laços afetivos.

2.4.6 Comprometimento com Atividades Extras

O termo comprometimento nessa seção está ligado a noções de engajamento, envolvimento, e indicaria o grau de atenção ou esforço para a realização de algo. (BASTOS, 1994)

Durante o intercâmbio Work and Travel, Independentemente dos objetivos e das motivações do intercambista, é possível que sejam realizadas atividades extras as de trabalho, como atividades de turismo cultural e lazer.

Segundo o Ministério do Turismo (2010):

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

2.4.7 Atividades Pessoais na Internet

Jovens e adultos estão cada vez mais conectados às redes sociais *on-line*. Dentre os fatores que levam usuários a se cadastrarem, podem ser citados:

entretenimento, facilidade em se comunicar e acessibilidade à informação. Entre os jovens, a rede social é mais utilizada do que o e-mail. (CIRIBELI E PAIVA, 2011).

Carril (2013) coloca que a sociedade no geral está conectada em redes sociais, sites ou e-mails, seja através do computador, celular, smartphone ou tablet. É notável que a comunicação mediada pelos meios tecnológicos ganharam um espaço enorme cotidiano das pessoas.

Segundo Recuero (2007), as redes sociais na Internet podem ser constituídas de duas maneiras: através da interação social mútua e da interação social reativa. A interação social mútua forma redes sociais onde os laços são constituídos de um pertencimento relacional, que é emergente, caracterizado pelo “sentir-se parte” através das trocas comunicacionais.

Para Carril (2013), pode-se dizer que atividades realizadas por meio da internet, em que também se incluem os sites de rede social e outras plataformas online interativas, podem configurar novas formas de interação entre os indivíduos. Em seu estudo sobre motivações das publicações de fotos de viagens, Carril (2013) encontrou que noventa e dois por cento das pessoas sentem-se estimuladas a conhecerem um lugar após verem as publicações de amigos, pois segundo relatos, trata-se de uma publicidade ao alcance de todos. Assim, as fotos de uma viagem acabam despertando não só a curiosidade em quem vê, como também alimentam novas ideias e desmistificam alguns preconceitos.

Mikal, Yang e Lewis (2015) afirmam que o uso da Internet antes da realização de um intercâmbio ajuda os estudantes na obtenção de informações sobre o país visitado através da interação em redes sociais com outros intercambistas e, durante o intercâmbio, a Internet é utilizada para o ganho de informações logísticas necessárias para viver no local escolhido (MIKAL, YANG e LEWIS, 2015). Segundo os autores, o contato pela Internet pode diminuir o estresse e as incertezas de morar sozinho em um novo país pela primeira vez e criar um suporte emocional e informacional para os estudantes. Além disso, a Internet permite que os alunos mantenham um maior contato com suas famílias e amigos, o que auxilia na diminuição do estresse e da ansiedade causados pela separação.

Segundo Mikal (2011):

Estudantes que participam de intercâmbio utilizam a Internet para obter suporte social e emocional, o que facilita a transição para a nova cultura; para criar oportunidades de interação com a cultura local, o que ajuda na criação de relações de amizade com residentes do país; para estabelecer rotinas de acordo com os costumes do país visitado e para manter a comunicação com família e amigos, além de cumprir obrigações profissionais e sociais que ficaram no país de origem do estudante.

Uma pesquisa de Mikal e Grace (2012) a respeito o uso da Internet durante estudos no exterior mostra que a Internet aumenta a percepção de suporte, promove acesso a informações, auxilia na integração cultural, diminui o estresse e que esses ambientes virtuais constituem importante parte da experiência de intercâmbio.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

1.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, reunindo artigos, livros e autores que tratam dos conceitos e tópicos pesquisados. Após constituído o referencial teórico, foi realizada uma pesquisa de campo descritiva e de abordagem quantitativa, e o instrumento de coleta de dados utilizado foi o survey, ou pesquisa de levantamento.

Segundo Giuffre (1997), a pesquisa de levantamento é uma metodologia que tenta descobrir relações entre variáveis dentro de uma população e existem duas principais categorias para esta metodologia: o censo, em que se pesquisa toda a população, e o levantamento amostral, no qual se investiga apenas uma parcela da população. De acordo com Gil (1994), pesquisas desse tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja conhecer, solicitando informações a um grupo de pessoas acerca do problema a ser estudado para, em seguida, obter conclusões sobre os dados após análise quantitativa.

Segundo Hoss e Caten (2010) o questionário é composto por um número de questões (itens) que tentam traduzir um conceito geral de uma dimensão. Frequentemente, os itens são agrupados em fatores para explicar sub-conceitos (constructos) dentro de uma dimensão. O questionário utilizado na pesquisa foi estruturado na plataforma *Google Forms*, e aplicado de forma livre e informal, disponibilizando o link do mesmo em um grupo do *Facebook* cujos integrantes participaram do programa *Work and Travel*.

3.1 Caracterização da organização, setor ou área

Os dados foram coletados em ambiente virtual. O questionário foi estruturado no Google Forms e o seu link foi disponibilizado em um grupo do programa *Work and travel Disney Cultural Exchange Program* no Facebook.

3.2 População e amostra

A amostra foi escolhida por conveniência, os participantes são egressos de um programa “Work and Travel” e participantes do grupo relacionado ao tema no Facebook. Foram obtidas 82 respostas no total.

3.3 Caracterização do instrumento de pesquisa

Para a realização da pesquisa foram utilizados instrumentos de coleta de dados de origem secundária como documentos, sites, livros e artigos. Além dos dados de origem primária obtidos através da aplicação de um questionário.

O questionário aplicado aos egressos do programa de trabalho e viagem ou Work and Travel foi feito com base no questionário utilizado no estudo de Hennig-Thurau, Langer e Hansen (2001) a respeito da lealdade dos estudantes, publicado no periódico Journal of Service Research. Para a utilização do questionário foram feitas adaptações considerando as características do programa de intercâmbio em questão.

O questionário inicia-se com 33 afirmações que estão divididas em oito construtos denominados:

- I. Lealdade;
- II. Confiança;
- III. Motivação;

- IV. Qualidade do Serviço;
- V. Comprometimento das Instituições de Ensino;
- VI. Comprometimento Emocional;
- VII. Comprometimento com Atividades Extras e
- VIII. Atividades Pessoais na Internet.

Todas as 33 afirmações deveriam ser julgadas de acordo com o grau de concordância do respondente. A escala utilizada foi a de sete pontos, sendo o ponto um “discordo totalmente” e o ponto sete “concordo fortemente” com a afirmação.

O construto lealdade (1) abrange quatro afirmações referentes a lealdade do estudantes em relação ao intercâmbio de trabalho. Recomendar o programa, manter contato com outros participantes, participar novamente e ser membro de uma organização de alunos participantes de intercâmbio relacionados

Também foram elaboradas quatro afirmações para o construto confiança (2), e o foco dessa sessão está nos colaboradores do programa *Work and Travel*. A integridade dos colaboradores, a confiança que os participantes depositam nos mesmos, se agem de acordo com os interesses dos alunos e cumprem suas promessas são os pontos contemplados.

O terceiro e maior construto conta com dez afirmações e foi definido como motivação (3), englobando os interesses e fatores motivacionais que levaram os estudantes a participar do intercâmbio de trabalho e viagem. A experiência profissional, a oportunidade de ser independente, questões culturais, interesse em morar e trabalhar em outro país, oportunidade de viajar e se divertir enquanto adquire experiência profissional, praticar um idioma, conviver com pessoas de outros países, estar melhor preparado para o mercado de trabalho, valorizar o currículo e acessibilidade do intercâmbio de trabalho e viagem são os pontos que fazem parte dessa categoria de afirmações.

O construto quatro (4) visa medir o nível da qualidade do serviço e abrange cinco afirmações quanto a qualidade do serviço prestado pela empresa intermediária no processo seletivo do intercâmbio *Work and Travel*. Uma das afirmações é em relação ao atendimento da expectativa do estudante em relação ao intercâmbio. As

demais são: objetividade nas comunicações, acessibilidade a empresa durante o processo seletivo, competência na prestação do serviço possuindo o conhecimento necessário e honestidade, segurança e cordialidade durante o processo seletivo e foram baseadas nos determinantes da qualidade de serviço de Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985).

O construto cinco (5) abrange três afirmações em relação ao comprometimento das instituições de ensino para com o intercâmbio de trabalho e viagem. São afirmações que contemplam a compreensão e apoio da instituição de ensino no qual o participante cursava graduação durante o processo seletivo do intercâmbio, a percepção da instituição de ensino quanto a importância do intercâmbio *Work and Travel* para a formação acadêmica do aluno e a facilidade com que a instituição de ensino assinou os documentos necessários para que o aluno pudesse realizar o intercâmbio.

O construto comprometimento emocional (6) conta com duas afirmações a respeito da ligação do aluno ao programa de intercâmbio de trabalho e viagem e do orgulho sentido pelo mesmo por ter participado do programa.

O sétimo (7) construto é denominado comprometimento com atividades extras e aborda duas afirmações, a primeira sobre tempo dedicado aos interesses pessoais durante o intercâmbio de trabalho e viagem e a segunda sobre a realização de atividades culturais e de lazer durante o intercâmbio.

O oitavo (8) e último construto é denominado atividades pessoais na internet e contempla três questões a respeito da intensificação das atividades de interação na internet durante o intercâmbio *Work and Travel*. A primeira afirmação é relacionada ao uso do Facebook, a segunda sobre a interação com familiares e a terceira sobre a interação com os amigos.

Em seguida o participante encontra outras cinco afirmações acerca dos ganhos obtidos com a experiência de intercâmbio de trabalho e viagem e deve selecionar as que mais estão de acordo com sua percepção. Essas afirmações englobam a percepção de maiores chances no mercado de trabalho, a contribuição do intercâmbio para a formação profissional, a contribuição do intercâmbio para o desenvolvimento ou aprimoramento do inglês, o acréscimo em cultura após a

realização do intercâmbio e a valorização do currículo após ter participado do programa *Work and Travel*.

Para concluir o questionário o participante responde a questões demográficas e, se desejasse, poderia fornecer sugestões sobre outros temas relacionados a intercâmbio de trabalho e também mencionar os pontos negativos da experiência.

3.4 Procedimentos de coleta e de análise de dados

A aplicação do questionário foi feita, principalmente, por meio do envio do link aos participantes de um grupo do programa *Work and Travel Disney Cultural Exchange Program* no *Facebook*, e também via mensagens privadas enviadas aos participantes do mesmo grupo. Também foi feito contato com pessoas próximas, como amigos e colegas de trabalho, que também participaram do mesmo programa. O período de duração da aplicação da pesquisa foi de 30 dias, entre o mês de março e abril de 2018.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram obtidas 82 respostas ao questionário aplicado através de envio de link aos participantes de um grupo do programa *Work and Travel – Disney Cultural Exchange Program no Facebook*. Os resultados foram divididos em quatro seções, sendo elas: o programa Disney Cultural Exchange Program, dados demográficos, percepções acerca dos conceitos apresentados na metodologia e acerca dos ganhos obtidos com a experiência do intercâmbio e questões abertas.

4.1 Disney Cultural Exchange Program

Segundo a agência de intercâmbios e viagens STB (2018) o programa de intercâmbio de trabalho e viagem *Disney Cultural Exchange Program* acontece durante as férias de verão do Brasil, tem duração entre dois e três meses com datas estabelecidas pela Disney e a experiência permite aos participantes uma completa vivência do lifestyle americano, além do aperfeiçoamento de habilidades pessoais e profissionais.

A agência STB é a responsável oficial pelo recrutamento de estudantes para trabalhar nos parques e hotéis do complexo Walt Disney World® Resort, na Flórida, a seleção acontece em duas etapas, sendo elas:

Primeira Etapa – Organizada e executada pela STB

O candidato teve que fazer um cadastro na área CADASTRE-SE do site do STB e se inscrever para participar presencialmente das palestras informativas que acontecem em alguns estados definidos pela própria STB. A palestra Informativa da STB tem duração de aproximadamente duas horas. Nela, foram informadas as características do programa, os prazos, documentos necessários, estimativa de custos e procedimentos das etapas seguintes. Após isso, os participantes foram informados sobre data e hora da entrevista seletiva, que aconteceu no próprio dia ou nos dias seguintes à palestra.

Devido à grande procura pelo programa Disney Cultural Exchange Program as vagas para as palestras informativas são limitadas.

Segunda Etapa – Organizada e executada pela Disney

O time de recrutamento da Disney vem ao Brasil para entrevistar os candidatos que foram aprovados na primeira etapa.

As entrevistas da 2ª etapa acontecem em agosto, exclusivamente na cidade de São Paulo.

De acordo com o site da STB (2018), por meio de um sistema da Disney, todos os candidatos tiveram a oportunidade de escolher dia e horário para serem entrevistados de acordo com a disponibilidade, facilitando assim a programação para os candidatos que são de outros estados.

Os pré-requisitos para a participação no programa estão estabelecidos no site da agência STB, são eles:

- ✓ O candidato deve ter no mínimo 18 anos até a data de início do processo seletivo;
- ✓ O candidato deve ser fluente em inglês;
- ✓ O candidato deve ser estudante universitário regularmente matriculado em curso de bacharelado presencial reconhecido pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) e com calendário acadêmico regular;
- ✓ O candidato deve estar cursando, até a data de embarque, entre o segundo e o último semestre de um curso universitário de graduação, bacharel com duração mínima de quatro anos e que seja reconhecido pelo MEC;
- ✓ É obrigatório que o candidato tenha disponibilidade para iniciar e completar o programa a partir de meados de novembro até o começo de março do ano seguinte;
- ✓ O candidato deve ter condições financeiras para custear bilhete aéreo de ida e volta, seguro de saúde internacional exigido pela Disney, as primeiras duas semanas de acomodação, taxa *assessment fee* (valor revertido para conservação do condomínio, eventos etc) e despesas de visto;
- ✓ O candidato deve estar apto a morar com participantes do programa vindos de diferentes países e culturas, além de ser extrovertido, alegre e flexível.

De acordo com o site da STB (2018) como regra do governo americano, para todos os estudantes de todos os países, as funções são relacionadas as operações executadas na organização, sendo exercidas em parques e hotéis da Disney.

- *Merchandising* (atendimento em lojas);
- *Quick service* (serviços em lanchonetes);
- *Seater* (serviço em restaurantes);
- *Character performer* (personagem);
- *Character attendant* (assistente do personagem);
- *Custodial* (auxiliar de limpeza);
- *Attractions* (brinquedos e atrações);

De acordo com o site da STB As funções não são necessariamente relacionadas à área de formação do estudante e são estabelecidas pela Disney, sendo que não é possível escolher a posição de trabalho ou o local.

Segundo site da agência STB (2018) a jornada de trabalho é variada, porém são garantidas 30 horas de trabalho por semana, mas é possível ultrapassar isso, podendo incluir finais de semanas e feriados dependendo da demanda. Em alguns casos, existe a possibilidade de horas-extras, mas as condições também dependem da demanda. A remuneração estabelecida é o mínimo de US\$ 10 por hora trabalhada.

Todos os intercambistas do programa moram em um dos quatro condomínios do complexo Disney: Patterson Court, Vista Way, Chatham Square e The Commons. O aluguel varia de US\$ 99 a US\$ 130 por semana, cobrado por pessoa. Os apartamentos podem comportar de 2 a 8 pessoas, sendo que o participante não pode escolher com quantas pessoas, com quem e em qual condomínio irá morar – isso é estabelecido pela Disney. Os custos são de responsabilidade do participante e variam de acordo com o condomínio e com a quantidade de pessoas que moram no apartamento.

De acordo com a STB (2018) as refeições são de responsabilidade do estudante e o custo varia de acordo com seus hábitos e necessidades, e o transporte dentro do complexo (dos condomínios para os hotéis, parques, Disney Springs (antigo Downtown Disney) e supermercados) é providenciado pela Disney.

Após o término do programa o participante tem um prazo de trinta dias ou

Grace period para viajar por todo o território americano se desejar. O *Grace period* é concedido ao visto J-1, e qualquer viagem realizada nesse período deve ser a caráter de lazer e cultura, não permitindo a realização de outros trabalhos.

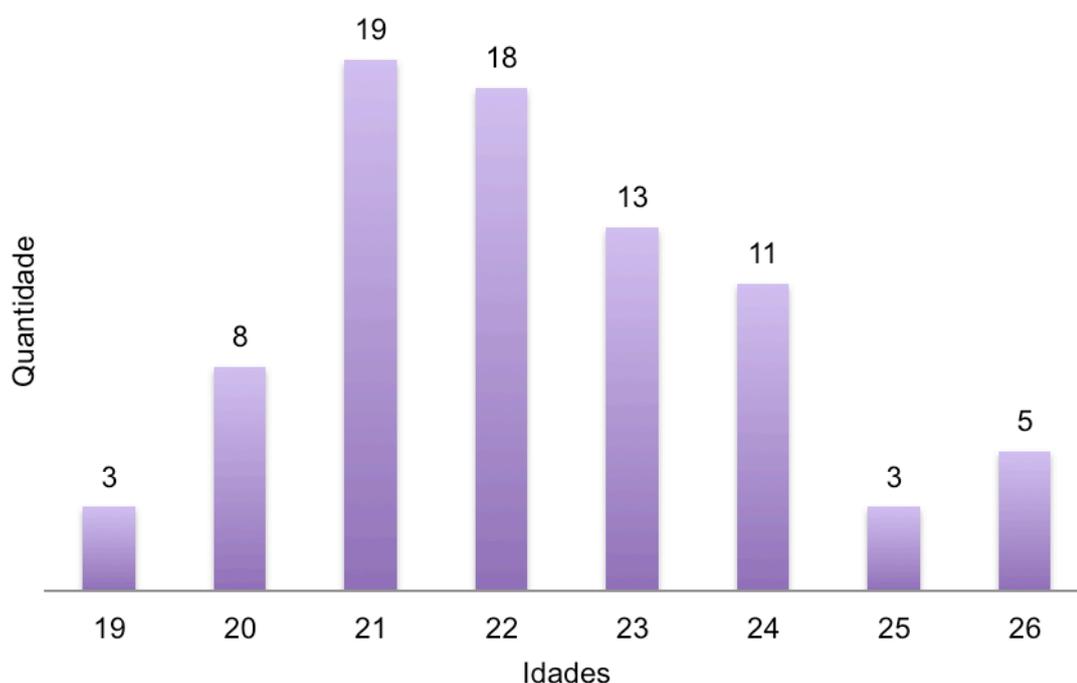
4.2 Dados demográficos

Constitui-se de cinco perguntas sobre o respondente para a definição de seu perfil. As questões abordam o sexo e idade região do Brasil, área de estudo, renda mensal familiar e quantidade de vezes em que participou do programa Work and Travel.

4.2.1 Sexo e Idade

A grande maioria dos respondentes ou 84% percento considera-se do sexo feminino.

Gráfico 1 - Idades dos participantes do programa e quantidades de respostas



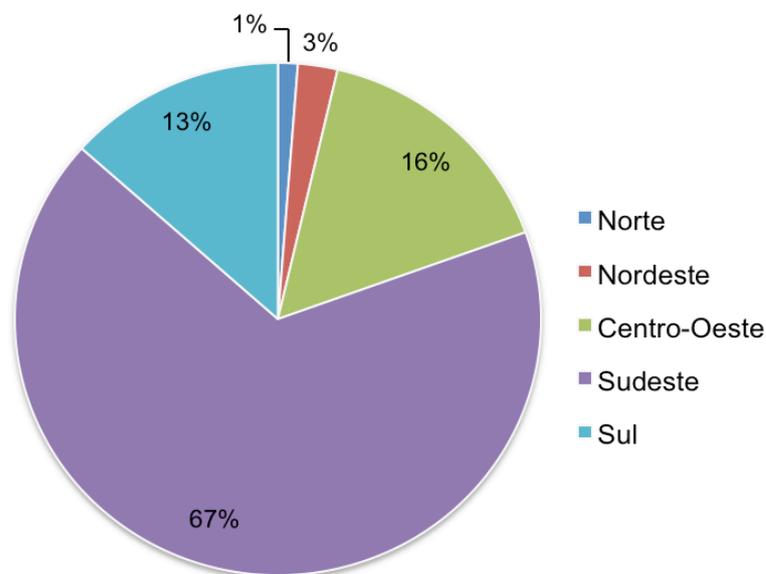
Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

O gráfico 1 apresenta a quantidade de respondentes por idade. Pode-se perceber que a grande maioria ou mais de 46% dos egressos tem entre vinte e um e vinte e dois anos de idade. O Departamento de Estado Americano requer que os estudantes tenham completado pelo menos dezoito anos para a concessão do visto necessário (J-1) e admissão no programa *Work and Travel*.

4.2.2 Região do Brasil

O questionário conta com uma questão a respeito da região de origem dos egressos respondentes. Pode-se observar no gráfico 2 que a grande maioria dos participantes é originária do sudeste do Brasil, com um total de 67% por cento dos respondentes. Apenas quatro por cento dos respondentes reside no norte e nordeste do Brasil.

Gráfico 2 - Percentual de egressos do programa para cada região do Brasil



Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

É importante ressaltar que a maioria proveniente do sudeste pode ser explicada pelo fato de parte do processo seletivo do programa *Work and Travel*

Disney Cultural Exchange ocorrer apenas em São Paulo. O programa pode ter sido disseminado regionalmente pela maior facilidade de acesso a segunda entrevista.

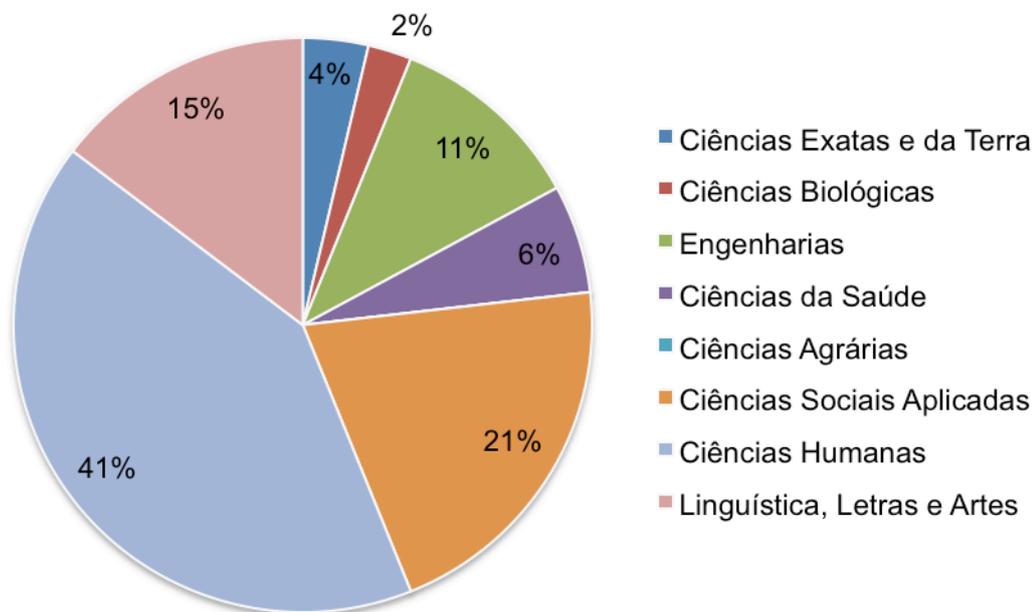
4.2.3 Área de Estudo

Uma das questões do questionário é relativa às áreas de conhecimento dos egressos. O CNPq estipulou oito áreas de conhecimentos, são elas:

- Ciências Exatas e da Terra
- Ciências Biológicas
- Engenharias
- Ciências da Saúde
- Ciências Agrárias
- Ciências Sociais Aplicadas
- Ciências Humanas
- Linguística, Letras e Artes

De acordo com o gráfico 3, pode-se observar que 41% dos egressos cursa bacharelado na área de ciências humanas. Quando somados aos estudantes de ciências sociais aplicadas somam um total de 62%.

Gráfico 3 - Percentual de egressos relativo a cada área de estudo.



Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir que a maioria dos egressos dessa modalidade de intercâmbio são estudantes de ciências humanas, já que mais de 60% dos egressos é graduando de algum curso na área de ciências humanas ou de ciências sociais aplicadas, contra apenas quatro por cento de ciências exatas e da terra e dois por cento de ciências biológicas.

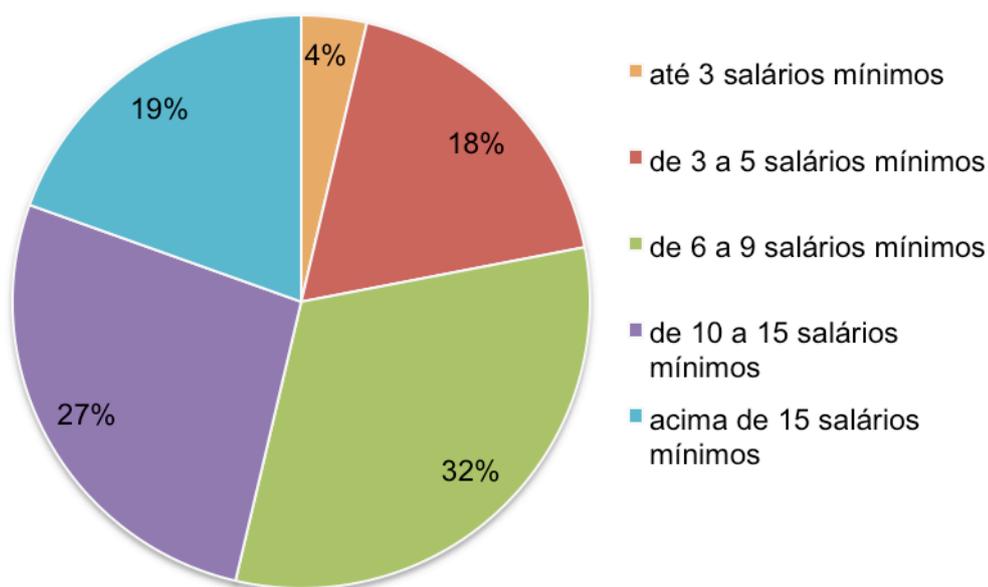
4.2.4 Participações em Programas *Work and Travel*

Os egressos foram questionados quanto a quantidade de vezes em que participaram de algum intercâmbio da modalidade *Work and Travel*. A grande maioria dos egressos respondentes ou oitenta e oito por cento afirmou ter participado apenas uma vez. Onze por cento afirmaram terem participado duas vezes desse tipo de intercâmbio e apenas um por cento afirmou ter participado mais de duas vezes.

4.2.5 Renda Mensal Familiar

Foram definidas cinco faixas de salários mínimos para determinar a renda mensal familiar dos egressos do programa de intercâmbio de trabalho e viagem.

Gráfico 4 - Renda mensal familiar dos participantes do programa de intercâmbio



Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir de acordo com o gráfico 4 que 46% dos egressos tem renda mensal familiar igual ou superior a dez salários mínimos, ou seja, grande parte dos participantes do intercâmbio de trabalho e viagem concentram-se nas duas categorias de salários mais elevadas. 32% estão na categoria de seis a nove salários mínimos e apenas quatro por cento dos egressos encontram-se na categoria até três salários mínimos.

4.3 Construtos Apresentados

Essa seção abordará os resultados das 33 afirmações relativas aos construtos Lealdade, Confiança, Motivação, Qualidade do Serviço, Comprometimento das Instituições de Ensino, Comprometimento Emocional, Comprometimento com Atividades Extras, Atividades Pessoais na Internet e também de outras cinco afirmações de múltipla escolha acerca dos ganhos obtidos com a experiência.

4.3.1 Lealdade

As afirmações um a quatro do questionário são relacionadas a lealdade do estudante ao programa de intercâmbio de viagem e trabalho e estão presentes na tabela 1. Os dados mostram que a maioria (87,8%) dos respondentes recomendaria o intercâmbio de trabalho e viagem e a mesma porcentagem está interessada em manter contato com outros participantes.

Mais de 97% dos respondentes demonstraram concordar em algum grau com a afirmação “Se eu tivesse a oportunidade de participar novamente do programa de intercâmbio de trabalho, eu participaria”.

Tabela 1 - Percepção da lealdade dos estudantes em relação ao intercâmbio de trabalho e viagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
1. Eu recomendaria o programa de intercâmbio de trabalho e viagem para outra pessoa.	0%	0%	1,2%	0%	3,7%	7,3%	87,8%

2. Eu estou muito interessado(a) em manter contato com as pessoas que fazem parte deste programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	0%	1,2%	1,2%	2,4%	12,2%	7,3%	87,8%
3. Se eu tivesse a oportunidade de participar novamente do programa de intercâmbio de trabalho, eu participaria.	0%	0%	2,5%	0%	7,4%	6,2%	84%
4. Eu seria um membro de uma organização de alunos participantes de programas de intercâmbio de trabalho relacionados a este que participei.	4,9%	2,4%	4,9%	12,2%	11%	12,2%	52,4%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir de acordo com os dados da tabela 1 que os egressos do intercâmbio são muitos leais ao programa, recomendando o mesmo para outra pessoa e possuindo interesse em manter contato com outros participantes. De acordo com Henning-Thurau, Langer e Hansen (2001), a lealdade é determinada diretamente pela percepção do estudante acerca da qualidade do serviço e pelo comprometimento emocional do estudante em relação ao mesmo, ou seja, os egressos do programa podem ser considerados leais já que recomendariam o programa e participariam novamente se pudessem.

4.3.2 Confiança

A tabela 2 contém às afirmações cinco a oito do questionário relacionadas ao construto confiança. Os dados mostram que apenas pouco mais de sete por cento dos egressos tiveram certeza que os colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem sempre agem de acordo com os interesses dos alunos. Vinte e cinco por cento dos respondentes demonstraram-se indiferente ou não confiaram nos colaboradores do programa. É importante ressaltar que mais de 75% dos egressos

demonstrou concordar que os colaboradores do intercâmbio buscam cumprir suas promessas.

Tabela 2 - Percepção da confiança por parte dos egressos do intercâmbio.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
5. Eu usaria a palavra integridade para descrever os colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	2,4%	0%	4,9%	17,1%	28%	19,5%	28%
6. Eu tenho certeza que os colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem sempre agem de acordo com os interesses dos alunos.	3,7%	16,1%	19,5%	24,4%	24,4%	14,6%	7,3%
7. Eu confio nos colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	1,2%	3,7%	6,1%	14,6%	28%	29,3%	17,1%
8. Os colaboradores do programa de intercâmbio de trabalho e viagem buscam cumprir suas promessas.	1,2%	1,2%	11%	11%	25,6%	29,3%	20,7%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir de acordo com os dados da tabela 2 que os participantes do programa não depositaram um nível de confiança tão alto nos colaboradores do intercâmbio de trabalho e viagem. No estudo de Hennig-Thurau et. al. (2001) o constructo confiança aparece como um dos três constructos que influenciam na lealdade do estudante a experiência de intercâmbio.

Sirdeshmukh et al. (2002) verificaram que a relação entre confiança e lealdade é baseada em argumentos de reciprocidade. Quando um provedor de serviço age de maneira a construir a confiança do consumidor, o risco percebido tende a diminuir e permite que o consumidor faça predições mais confiantes sobre os comportamentos futuros dessa empresa. Logo, Deve-se ressaltar que uma

quantidade significativa de participantes não teve certeza que os colaboradores do intercâmbio sempre agem de acordo com os interesses dos alunos. Esse dado pode indicar a necessidade de melhorar a comunicação entre os colaboradores e os participantes do programa de modo a construir maior confiança.

4.3.3 Motivação

A tabela 3 apresenta as afirmações de 9 a 18 do questionário relacionadas ao construto motivação. Dentre as dez afirmações, a que obteve o maior percentual de concordância de acordo com os dados foi “Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque posso me divertir viajando enquanto adquire experiência profissional”, com mais de 87% dos respondentes concordando fortemente. É importante ressaltar que não houve nenhuma discordância em nenhum grau.

A afirmação nove relativa ao fator motivador “experiência internacional” também obteve alto percentual de concordância, com mais de 94% concordando em algum grau.

A afirmação que obteve menor percentual de concordância foi “Eu escolhi esse programa de trabalho e viagem porque é o mais acessível dentre os intercâmbios disponíveis”, com 34% dos respondentes demonstrando concordar fortemente e vinte e dois por cento discordando em algum nível.

Tabela 3 - Percepção da motivação dos participantes do intercâmbio na escolha do mesmo.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
9. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque quero ter experiência internacional.	1,2%	0%	0%	3,7%	4,9%	7,3%	82,9%

10. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque é uma oportunidade de ser independente.	1,2%	2,4%	3,7%	6,1%	6,1%	7,3%	73,2%
11. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque trata de questões culturais.	0%	2,4%	3,7%	4,9%	13,4%	13,4%	62,2%
12. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque tenho interesse em morar e trabalhar no exterior.	2,4%	3,7%	0%	2,4%	7,3%	15,9%	68,3%
13. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque posso me divertir viajando enquanto adquiero experiência profissional.	0%	0%	0%	1,2%	3,7%	7,3%	87,8%
14. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque tenho interesse em praticar outro idioma.	2,4%	0%	0%	4,9%	6,1%	12,2%	74,4%
15. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque quero ter a experiência de conviver com pessoas de outros países.	0%	0%	0%	3,7%	8,6%	13,6%	74,1%
16. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque quero estar melhor preparado(a) para o mercado de trabalho.	0%	2,4%	2,4%	8,5%	17,1%	12,2%	57,3%
17. Eu escolhi esse programa de intercâmbio de trabalho e viagem porque quero valorizar meu currículo.	1,2%	1,2%	2,4%	4,9%	8,5%	13,4%	68,3%

18. Eu escolhi esse programa de trabalho e viagem porque é o mais acessível dentre os intercâmbios disponíveis.	15,9%	2,4%	3,7%	18,3%	15,9%	9,8%	34,1%
---	-------	------	------	-------	-------	------	-------

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Segundo Tadin et. al. (2005) os fatores motivacionais vão influenciar diretamente no comportamento do indivíduo, sendo esse orientado por objetivos. Daí surge a importância de se associar a motivação a esses objetivos. Nesse sentido, pode-se concluir de acordo com os dados que os participantes estavam interessados em se divertir viajando enquanto adquiriam experiência profissional e também experiência internacional. Esses são os dois fatores motivacionais que influenciaram mais fortemente os participantes na escolha do programa de intercâmbio de viagem e trabalho.

É importante ressaltar também que “praticar outro idioma” e “ter a experiência de conviver com pessoas de outros países” são fatores motivadores que também influenciaram fortemente os participantes ao escolherem o intercâmbio.

O fator motivador que menos influenciou os egressos foi quanto a acessibilidade do programa quando comparado a outros. Os dados mostram que o programa é considerado acessível pelos participantes, mas não foi esse o fator que levou a escolha da maioria. Isso pode ser explicado pelo grande percentual de egressos estar nas classes sociais A e B.

4.3.4 Qualidade de Serviço

As afirmações 19 à 23 do questionário estão relacionadas ao construto qualidade de serviço. De acordo com os dados da tabela 4, mais de 90% dos egressos concordou em algum grau que suas expectativas quanto ao intercâmbio de trabalho e viagem foram atendidas.

A afirmação que obteve maior percentual de discordância foi “Eu considero que a empresa brasileira intermediária em parte do processo seletivo do intercâmbio manteve-se acessível por e-mail e telefone durante todo o processo seletivo”, com 22%.

Tabela 4 - Percepção da qualidade de serviço por parte dos egressos do programa.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
19. Minhas expectativas quanto ao intercâmbio de trabalho foram atendidas.	0%	1,2%	4,9%	1,2%	15,9%	22%	54,9%
20. Eu considero que a empresa brasileira intermediária em parte do processo seletivo de intercâmbio foi clara e objetiva em suas comunicações.	3,7%	7,4%	4,9%	19,8%	21%	24,7%	19,5%
21. Eu considero que a empresa brasileira intermediária em parte do processo seletivo do intercâmbio manteve-se acessível por e-mail e telefone durante todo o processo seletivo.	2,4%	3,7%	15,9%	15,9%	23,2%	9,8%	29,3%
22. Eu considero que a empresa brasileira intermediária em parte do processo seletivo do intercâmbio foi competente na prestação do serviço, possuindo o conhecimento necessário.	2,4%	7,3%	8,5%	17,1%	17,1%	28%	19,5%
23. Eu considero que a empresa brasileira intermediária em parte do processo seletivo do intercâmbio foi honesta, cortez e segura na prestação do serviço.	1,2%	3,7%	8,5%	15,9%	18,3%	25,6%	26,8%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

A qualidade dos serviços envolve, segundo Parasuraman, Zeithaml, e Berry (1985), uma comparação de expectativa do consumidor e entrega do serviço propriamente dita. Pode-se afirmar então que a qualidade percebida quanto ao

serviço prestado foi boa já que a grande maioria dos egressos considerou em algum grau que suas expectativas quanto ao intercâmbio de trabalho e viagem foram atendidas.

Parasuraman, Zeithaml, e Berry (1985) definiram ainda que uma das categorias que determinam a qualidade do serviço é denominada acessibilidade, e trata da proximidade e a facilidade de contato com o prestador do serviço. De acordo com os dados da tabela 4 pode-se extrair que os egressos consideraram que a empresa intermediária no processo seletivo poderia ter mantido-se mais acessível por e-mail e/ou telefone durante o processo.

4.3.5 Comprometimento das Instituições de Ensino

As afirmações 24 a 26 do questionário estão relacionadas ao construto comprometimento das instituições de ensino. De acordo com os resultados exibidos na tabela 5, apenas 26% dos egressos concordou fortemente que a instituição de ensino na qual estuda considera que o intercâmbio de trabalho e viagem é importante na sua formação acadêmica. A maioria dos respondentes discordou ou foi indiferente a essa afirmação. No entanto, mais de 69% considerou que a sua instituição de ensino assinou com facilidade os documentos necessários para que pudesse realizar o intercâmbio de trabalho e viagem.

Tabela 5 - Percepção dos egressos quanto ao comprometimento das instituições de ensino.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
24. A instituição de ensino na qual sou aluno compreende o intercâmbio de trabalho e viagem e me apoiou durante todo o processo.	8,5%	12,2%	14,6%	12,2%	17,1%	7,3%	28%

25. A instituição de ensino na qual sou aluno considera que o intercâmbio de trabalho e viagem é importante na minha formação acadêmica.	11%	13,4%	17,1%	9,8%	11%	11%	26,8%
26. A instituição de ensino na qual sou aluno assinou com facilidade os documentos necessários para que eu pudesse realizar meu intercâmbio de trabalho e viagem.	4,9%	6,1%	11%	8,5%	7,3%	14,6%	47,6%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

De acordo com os dados obtidos e análise da tabela 5, pode-se concluir que grande parte dos participantes considerou que a sua instituição de ensino não compreende o intercâmbio de trabalho e viagem e não os apoiou durante o processo. Segundo Gacel-Ávila (2007), alguns dos desafios enfrentados pelos países da América Latina estão justamente relacionados à internacionalização acadêmica como a falta de planejamento e de conhecimentos sobre o assunto.

Mais de 40% discordou que a instituição de ensino na qual estuda considera que o intercâmbio de trabalho e viagem é importante na sua formação acadêmica. Esses resultados sugerem que há um caminho a ser percorrido quanto ao entendimento e importância desse tipo de intercâmbio na formação acadêmica. Stallivieri (2002) afirma que é necessário internacionalizar para poder competir em níveis de igualdade com as melhores instituições de ensino superior nacionais e estrangeiras e, para Gacel-Ávila (2007), as universidades não têm a internacionalização como parte de seus objetivos e estratégias e há a escassez de funcionários e profissionais nas instituições de ensino superior que possuam conhecimentos da área, o que dificulta o processo.

4.3.6 Comprometimento Emocional

As afirmações 27 e 28 do questionário estão relacionadas ao construto comprometimento emocional. A tabela 6 mostra que mais de 98% dos egressos demonstraram ter orgulho de ter participado do programa de trabalho e viagem.

Tabela 6 - Percepção do comprometimento emocional dos egressos do intercâmbio.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
27. Eu me sinto muito ligado(a) ao programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	0%	0%	0%	1,2%	8,5%	13,4%	76,8%
28. Eu tenho orgulho de ter participado do programa de intercâmbio de trabalho.	0%	1,2%	0%	0%	0%	1,2%	97,6%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir de acordo com os dados que os egressos estão comprometidos emocionalmente com o programa de intercâmbio de trabalho e viagem. Além de demonstrarem orgulho de terem participado, sentem-se ligados ao programa.

Hennig-Thurau e Klee (1997) afirmam que um alto nível de qualidade fornece ao cliente um reforço positivo repetido por ter tomado a decisão correta, criando assim laços afetivos. O alto comprometimento dos egressos ao programa de intercâmbio pode ser explicado por um bom nível de qualidade percebida pelos mesmos. Os egressos tiveram suas expectativas atendidas, o que contribui para uma percepção positiva da qualidade do serviço. É importante destacar que no modelo proposto por Hennig-Thurau et. al. (2001) a qualidade percebida e comprometimento emocional dos estudantes influenciam diretamente na sua lealdade.

4.3.7 Comprometimento com Atividades Extras

As afirmações 29 e 30 do questionário referem-se ao construto comprometimento com atividades extras. De acordo com os dados da tabela 7 a grande maioria dos egressos ou noventa e dois por cento deles concordou em algum grau que teve a oportunidade de realizar atividades culturais e de lazer durante o programa de intercâmbio de trabalho e viagem.

Tabela 7 - Percepção do comprometimento com atividades extra por parte dos egressos.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
29. Eu pude dedicar tempo para meus interesses pessoais durante o programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	1,2%	3,7%	4,9%	7,3%	17,1%	18,3%	47,6%
30. Eu tive a oportunidade de realizar atividades culturais e de lazer durante o programa de intercâmbio de trabalho e viagem.	0%	2,4%	2,4%	2,4%	9,8%	18,3%	64,6%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir que a maioria dos egressos realizou atividades culturais e de lazer durante o intercâmbio de trabalho e viagem, porém, quase dezessete por cento não concordou ou foi indiferente sobre a dedicação a interesses pessoais durante o programa.

Uma das vantagens do programa *Work and Travel* é justamente a oportunidade de trabalho estando imerso em uma nova cultura. O programa fornece ainda a oportunidade de viajar mesmo após o seu término, já que o visto J-1 concede ao indivíduo um período de trinta dias para viagens de lazer e cultura dentro do país.

4.3.8 Atividades Pessoais na Internet

As afirmações 31 a 33 do questionário referem-se ao construto atividades pessoais na Internet. De acordo com a tabela 8, mais de 60% dos egressos concordou em algum grau que intensificou suas atividades de interação na Internet com a família durante o intercâmbio.

Tabela 8 - Percepção das atividades pessoais na Internet por parte dos egressos.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Fortemente		
	1	2	3	4	5	6	7
31. Eu intensifiquei minhas atividades de interação na Internet com o Facebook durante as atividades do intercâmbio de trabalho e viagem.	9,8%	8,5%	11%	14,6%	17,1%	13,4%	25,6%
32. Eu intensifiquei minhas atividades de interação na Internet com a minha família durante as atividades do intercâmbio de trabalho e viagem.	6,2%	8,6%	7,4%	17,3%	12,3%	13,6%	34,6%
33. Eu intensifiquei minhas atividades de interação na Internet com meus amigos durante as atividades do intercâmbio de trabalho e viagem.	7,3%	12,2%	14,6%	14,6%	12,2%	13,4%	25,6%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Pode-se concluir de acordo com os dados da tabela 8 que os egressos intensificaram suas atividades de interação na Internet com suas famílias durante o intercâmbio. Mikal, Yang e Lewis (2015) afirmam que o contato pela Internet pode diminuir o estresse e as incertezas de morar sozinho em um novo país pela primeira vez e criar um suporte emocional e informacional para os estudantes. A Internet permite que os alunos mantenham um maior contato com suas famílias e amigos, o que auxilia na diminuição do estresse e da ansiedade causados pela separação.

No entanto, é importante ressaltar que quase quarenta e nove por cento foi indiferente ou discordou que intensificou suas atividades de interação na Internet com amigos durante o intercâmbio. Esse fato pode indicar que os intercambistas estavam imersos na experiência vivendo a realidade do país de destino e interagindo com novos indivíduos.

4.3.9 Percepções Acerca dos Ganhos Obtidos

Essa seção aborda os resultados da questão de múltipla escolha relativa a percepção dos egressos acerca dos ganhos obtidos com a experiência de intercâmbio de trabalho e viagem.

Pode-se observar na tabela 9 que a contribuição do intercâmbio de trabalho e viagem para o desenvolvimento da fluência em inglês e o intercâmbio como fonte de cultura foram as afirmações com o maior percentual de escolha, ambas com noventa e um por cento.

Tabela 9 – Percepção acerca dos ganhos obtidos com a experiência de intercâmbio.

Afirmação	Percentual de escolha
1. Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter concluído o intercâmbio de trabalho e viagem.	59,80%
2. O intercâmbio de trabalho e viagem contribuiu para a minha formação profissional.	76,80%
3. O intercâmbio de trabalho e viagem contribuiu para o desenvolvimento da minha fluência em inglês.	91,50%
4. O intercâmbio de trabalho e viagem acrescentou cultura em minha vida.	91,50%
5. Sinto que o meu currículo é mais valorizado após ter realizado o intercâmbio de trabalho e viagem.	76,80%

Fonte: Dados coletados em abril de 2018.

Para Neves e Norte (2009) os interesses particulares dos estudantes com os intercâmbio convergem justamente para experiência cultural, proficiência em língua estrangeira e melhores chances no mundo produtivo. Pode-se concluir de acordo com a tabela 9 que a experiência cultural e o desenvolvimento da fluência em inglês foram os maiores ganhos obtidos com a experiência para os egressos do programa *Work and Travel*.

No entanto, é importante ressaltar que, de acordo com os dados da tabela 9, a afirmação “Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter concluído o intercâmbio de trabalho e viagem” foi a que obteve o menor percentual de escolha, com mais de cinquenta e nove por cento. Pode-se concluir que embora a maioria tenha considerado que o mercado possa valorizar esse tipo de experiência, eles perceberam que ter participado do intercâmbio não seria um fator determinante para que as chances no mercado de trabalho sejam melhores

4.4 Questões Abertas

As duas últimas questões do questionário são questões abertas referentes as pontos negativos em relação ao programa percebidos pelo participantes e sugestões sobre outros temas relevantes relacionados a intercâmbio de trabalho.

Quanto aos pontos negativos do programa percebidos pelos egressos, as respostas mais frequentes foram:

- Carga de trabalho alta levando a exaustão do intercambista;
- Remuneração baixa;
- Curta duração do programa.

Mais de vinte por cento dos participantes responderam que consideram o programa exaustivo, com leis trabalhistas muito diferentes das leis brasileiras levando a cargas altas de trabalho e muitas horas consecutivas sem folga.

As sugestões mais marcantes quanto a temas relacionados a intercâmbio de trabalho foram:

- Dinâmica de trabalho para imigrantes;

- Diferenças de salários entre nativos e imigrantes com o mesmo cargo e função.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar as percepções de egressos de um intercâmbio internacional de trabalho e viagem durante a graduação com base em oito construtos apresentados. Os resultados obtidos através do questionário sugerem que as percepções dos egressos em relação aos construtos são majoritariamente positivas, o que levou a conclusão de que os participantes desse tipo de intercâmbio são leais e sentem-se orgulhosos de terem participado do mesmo, recomendando para outras pessoas e mantendo contato com outros participantes.

Apesar de grande parte dos egressos não demonstrar alto grau de confiança nos colaboradores do intercâmbio, as suas expectativas em relação ao programa foram atendidas. Os egressos demonstram lealdade e comprometimento emocional em relação ao programa.

Os resultados mostraram que os construtos Lealdade, Comprometimento Emocional e Motivação foram os que obtiveram maior grau de concordância. Os construtos Atividades Pessoais na Internet, Comprometimento das Instituições de Ensino e Qualidade de Serviço obtiveram discordâncias e percepções mais variadas.

As respostas obtidas sugerem que os egressos consideram o programa de intercâmbio Work and Travel “Disney Cultural Exchange Program” exaustivo, com remuneração baixa e alta carga de trabalho. No entanto, muitos dos participantes afirmam que gostariam que o programa fosse mais longo e que se tivesse a oportunidade fariam o programa de intercâmbio trabalho e viagem novamente.

A agregação de cultura na vida dos participantes através da experiência cultural de morar em outro país, trabalhar e conviver com nativos e outros estrangeiros e o desenvolvimento da fluência em inglês foram os maiores ganhos obtidos com a experiência de acordo com a percepção dos egressos do programa Work and Travel.

As principais limitações do estudo consistem na falta de artigos científicos brasileiros contendo informações sobre a internacionalização da academia no Brasil; a falta de artigos científicos sobre intercâmbios de trabalho e sobre intercâmbios de

trabalho durante a graduação. Outro fator limitante foi a falta de artigos científicos brasileiros e internacionais com informações sobre o papel das instituições de ensino nos intercâmbios e sobre as políticas existentes nas universidades e faculdades do país. Essa escassez de literatura dificultou a busca de informações relevantes para a pesquisa.

Como sugestões de pesquisas futuras, podem ser feitos estudos sobre outros intercâmbios semelhantes a este e também sobre modalidades distintas, tais como *Au Pair*, estágios profissionais no exterior e intercâmbio acadêmico entre universidades. Também podem ser realizadas pesquisas sobre outros intercâmbios durante a graduação e sobre a falta de entendimento por parte das universidades em relação aos mesmos.

Além disso, estudos sobre dinâmicas de trabalho para imigrantes e diferenças salariais entre nativos e estrangeiros seriam interessantes.

Como sugestão para a academia brasileira e para a UnB, podem ser feitos investimentos em programas de intercâmbio internacional no futuro, além de criadas políticas para que o intercambista sinta-se apoiado pela universidade antes e durante o programa de intercâmbio. Outra sugestão seria a concessão de créditos para os estudantes que participaram do intercâmbio de trabalho e viagem.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, L.; VELOSO, L. **Gerência Intercultural, Diferença e Mediação nas Empresas**. Civitas – Revista de Ciências Sociais, v. 7, n. 1, p. 59-85, 2007.

BARCELLOS, R. M. R.; DELLAGNELO, E. H. L.; SALIÉS, G. P. **Universidade, sociedade e formação do do administrador: uma reflexão necessária**. Rio de Janeiro, Administração: Ensino e Pesquisa. V. 12 , n. 4, p. 671-696, 2011

BARTELL, M. **Internationalization of universities: A university culture-based framework**. Higher Education. Manitoba, Winnipeg, 2003, p. 37-52.

BASTOS, A. V. B. **O conceito de comprometimento – Sua natureza e papel nas explicações do comportamento humano no trabalho**. Organizações & Sociedade, v. 1, n. 2, 1994.

BINOTTO, E.; NAKAYAMA, M. K. **Os Reflexos das Mudanças no Mercado de Trabalho**. Rio Grande do Sul, *REAd, Ed. 14, Vol. 6, No 2. Mar-Abr. 2000*.

BRASIL, Ministério da Educação. **A Internacionalização na Universidade Brasileira: resultados do questionário aplicado pela CAPES**. Brasília, 31 Out. 2017. Disponível em: <http://www.capes.gov.br>. Acesso em: 5 Nov. 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Estudo de Inteligência de Mercado para o Segmento de Estudos e Intercâmbio**. Brasília: Embratur; São Paulo: Belta, 2009. Disponível em <http://www.turismo.gov.br>

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo de Intercâmbio: Orientações básicas**. 2ª edição. Brasília, 2010. Disponível em <
http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudos_e_Intercxmbio_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>
Acesso em 30 Set. 2017.

CARRIL, B. P. R. **Motivações das publicações de fotos de viagens: facebook e instagram como instrumentos influenciadores no turismo**. Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2013.

CIRIBELI, J. P.; PAIVA, V. H. P. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. Mediação, Belo Horizonte, v. 13, n. 12, jan./jun. de 2011

DA SILVA, E. L.; DA CUNHA, .M. V. **A formação profissional no século XXI: desafios e dilemas**. Brasília, *Ciência da informação* 31.3, v. 31, n. 3, p. 77-82, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n3/a08v31n3>> Acesso em: 24 Set. 2017.

DUCKER, P. F. **Administração em Tempos de Grandes Mudanças**. São Paulo, Pioneira, 1995.

ECHEVESTE, S.; VIEIRA, B.; VIANA, D.; PANOSSO, P. **Perfil do executivo no Mercado Globalizado**. RAC, v. 3, n. 2, Mai./Ago. 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v3n2/v3n2a09.pdf>. Acesso em: 4 Nov. 2017

ESTADOS UNIDOS. Departamento de Estado Americano. **J-1 Visa**. Disponível em: <https://j1visa.state.gov/programs/summer-work-travel/> . Acesso em: 31 Maio 2018.

FERREIRA, R. A.; OLIVEIRA, M. M.; OLIVEIRA, L. M.; FERREIRA, M. C.; SILVA, F. D. **Cultura, interculturalidade e globalização nas grades curriculares da administração: um olhar baseado nos cursos com nota máxima do ENADE 2012, no estado de Minas Gerais**. Administração: ensino e pesquisa. Rio de Janeiro. v. 17 n. 3 p. 475–507. Dez 2016.

FLEURY, M. T. L.; A. FLEURY. **Construindo o conceito de competência**. RAC Edição Especial, p.183-196, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v5nspe/v5nspea10.pdf>> Acesso em 27 Set. 2017

FORNET-BETANCOURT, R. **La interculturalidad como alternativa a la violencia**. Disponível em: <<http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/601.pdf>>. Acesso em 26. Nov. 2017

GACEL-ÁVILA, J. **The internationalisation of higher education: A paradigm for global citizenry**. Journal of Studies in International Education, v. 9(2), p. 121–136, 2005.

GARBARINO, E.; JOHNSON, M. S. **The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in customer Relationships**. Journal of marketing. Abr. 1999. Disponível em www.jstor.org. Acesso em 22. de Nov. 2017

GIARETTA, Maria José. **Turismo da juventude**. Barueri: Manole, 2003

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em 30 Nov. 2017.

GIUFFRE, M. **Designing research survey design part two**. Journal of PeriAnesthesia Nursing, v.12, n.5, p.358-362, 1997.

GOERGEN, P. **Ciência, Sociedade e Universidade**. Educação e sociedade, v. 19, n. 63, 1998.

GRÖNROOS, Cristian. **Marketing, Gerenciamento e Serviços: A competição por serviços na hora da verdade**; tradução de Cristina Bazán. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

HENNIG-THURAU, T. ; KLEE, A. **The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: a critical reassessment and model development**. Psychology & Marketing, 14(8), p. 737-764, 1997.

HENNIG-THURAU, T.; LANGER, M. F. ; HANSEN, U. **Modeling and managing student loyalty: an approach based on the concept of relationship quality**. Journal of Service Research, 3(4), p. 331-344, 2001

HERZBERG, F. **Mais uma vez: como motivar seus funcionários**. Gestão de pessoas, não de pessoal. Rio de Janeiro: Campus, 1997

HOFFMAN, D. K. BATESON, J. E. G. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HOSS, M.; CATEN, C. A. **Processo de Validação Interna de um Questionário em uma survey Research sobre ISO 9001:2000**. Produto & Produção, vol. 11, n. 2, p. 104 - 119, jun. 2010. Disponível em: <<https://www.researchgate.net>>. Acesso em 25 nov. 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12a ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LÓPEZ, A. M. M.; DA CUNHA, J. R.; DE ARRUDA, R. A. **O Multiculturalismo e a Globalização**. Revista Eventos Pedagógicos, v.3, n.2, p. 301 - 307, Maio - Jul. 2012

MASLOW, A. H. **Motivation and personality**. New York: Harper and Row, 1970. 2ª ed.

MIKAL, J. P. **When Social Support Fits into Your Luggage: Online Support Seeking and Its Effects on the Traditionally Study Abroad Experience.** *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, v. 21, p. 17-40, 2011.

MIKAL, J. P.; GRACE, K. **Against Abstinence-Only Education Abroad: Viewing Internet Use During Study Abroad as a Possible Experience Enhancement.** *Journal of Studies in International Education*, v. 16(3), p. 287-306, 2012.

MIKAL, J. P.; YANG, J.; LEWIS, A. **Surfing USA: How Internet Use Prior to and during Study Abroad Affects Chinese Students' Stress, Integration, and Cultural Learning While in the United States.** *Journal of Studies in International Education*, v. 19(3), p. 203-224, 2015.

MOROSINI, M. C. **Estado do conhecimento sobre internacionalização da educação superior – Conceitos e práticas.** Curitiba, n. 28, p. 107-124, 2006. Editora UFPR.

MORGAN, R.; HUNT, S. **The commitment-trust theory of relationship marketing.** *Journal of Marketing*, Chicago, n. 3, v. 58, p. 20-38, julho 1994.

MOWEN, J. C.; MINOR, M. **Consumer behavior.** Upper Saddle River: Prentice-Hall, 5 ed. 1998.

NORTE, A. L.; DAS NEVES, A. M. C. **Internacionalização e mobilidade acadêmica: princípios e ações para o sucesso de uma parceria de intercâmbio acadêmico.** *IX Colóquio Internacional sobre gestão Universitária da América do Sul.* Florianópolis, p. 2-11, 2009.

OLIVEIRA, M. G.; PAGLIUCA, L. M. F. **Programa de mobilidade acadêmica internacional em enfermagem: relato de experiência.** *Rev Gaúch Enferm* 2012.

OLIVER, R. L. **Whence consumer loyalty?** *Journal of Marketing. Fundamental Issues and Directions for Marketing.* Vol. 63, Fundamental Issues and Directions for Marketing p. 33-44. 1999. Disponível em: <https://www.jstor.org/> . Acesso em 27 Nov. 2017.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. **A conceptual model of service quality and implications for future research.** *Journal of Marketing, Vol. 49, Fall, p. 41-50.* 1985. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/1251430?seq=2#page_scan_tab_contents Acesso em: 26 Set. 2017.

PRETI, O. **Educação a distância e globalização: desafios e tendências.** R. bras. Est. pedag., Brasília, v.79, n.191, p.19-30, Jan./abr. 1998.

RAMOS, N. **Comunicação, cultura e interculturalidade: para uma comunicação intercultural.** Revista Portuguesa de Pedagogia. Universidade aberta, Lisboa n. 2, p. 155-178. 2001.

RECUERO, R. **Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul – Passo Fundo – RS. 2007.

ROTTER, J. **A new scale for the measurement of interpersonal trust.** Journal of Personality, United Kingdom, n. 4, v. 35, p. 651-665, Dez. 1967.

SANDBERG, J. **Understanding Human Competence at Work: An Interpretative Approach.** Academy of Management Journal, v. 43, n. 1, p. 9-25, 2000.

SEBBEN, A. **Intercâmbio cultural: Para entender e se apaixonar.** Porto Alegre: Artes e Ofícios: 2007.

SEGININI, L. R. P. **Educação e Trabalho: uma relação tão necessária quanto insuficiente.** São Paulo Perspec. vol.14, n.2. São Paulo Abr/Jun 2000.

SEGININI, L. R. P. **Relações de gênero no trabalho Bancário informatizado.** Cadernos Pagu, no 10, Campinas (SP), 1998 p.147-168. Disponível em <www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=51178>. Acesso em 23 Set. 2017.

SILVA, C. C. S. **Mobilidade corpórea de estudantes internacionais: as motivações dos estudantes internacionais acolhidos por instituições de educação superior localizadas em São Paulo e Belo Horizonte.** Escola superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/dissertacao_de_mestrado_-_claudia_silva_1.pdf>. Acesso em 24 Set. 2017.

SILVA, S. M. W. **Cooperação acadêmica internacional da Capes na perspectiva do programa Ciência sem Fronteiras.** Porto Alegre, RS, 2012.

SIRDESHMUKH, D. SINGH, J.; SABOL, B. **Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges.** Journal of Marketing. n 66, p.15-37, 2002.

SOUZA, K. V. **Intercâmbio educacional internacional na modalidade doutorado sanduíche em enfermagem: relato de experiência.** Esc Anna Nery Rev Enferm 2008 ;12(2):358-63.

STALLIVIERI, L. **O processo de internacionalização nas instituições de ensino superior.** Educação Brasileira: Revista do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras, Brasília, v. 24, n. 48, p. 35-57, 2002. Disponível em: <https://fundacao.ucs.br/site/midia/arquivos/processo_internacionalizacao.pdf> Acesso em 20 Maio 2018.

STUDENT TRAVEL BUREAU. **Disney Program.** Disponível em <<https://www.stb.com.br/trabalhar-no-exterior/disney-cultural-exchange-program>>

TADIN, A. P.; RODRIGUES, J. A. E.; DALSOQUIO, P.; GUABIRABA, Z. R.; MIRANDA, I. T. F. **O Conceito de Motivação na Teoria das Relações Humanas.** Maringa Management: Revista de Ciências Empresariais, v. 2, n.1, p. 40-47, jan./jun. 2005. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/>. Acesso em 4 Nov. 2017

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa como foco no cliente.** Tradução Martin Albert Haag e Carlos Alberto Silveira Netto Soaers. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário



Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

Alexia Porto de Miranda Marques

QUESTIONÁRIO – INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE TRABALHO: A percepção de estudantes egressos sobre esta nova alternativa de formação.

A pesquisa a seguir tem como objetivo identificar as motivações dos estudantes na escolha do intercâmbio “Work and Travel”, apontar o nível de comprometimento das instituições de ensino para com essa modalidade de intercâmbio e mostrar a importância dessa experiência para a vida profissional e pessoal dos graduandos.

Os resultados serão utilizados como parte do TCC – requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade de Brasília.

Suas contribuições são muito valiosas. Sinta-se à vontade para dar suas opiniões e comentários com sinceridade, e não se preocupe pois os entrevistados não serão identificados.

Agradeço desde já pela sua participação.

Instruções

A seguir você encontrará um conjunto de afirmações relacionadas a percepções sobre o intercâmbio de trabalho. A numeração para resposta varia de **1 (Discordo totalmente)** e **7 (Concordo Fortemente)**. Escolha um número de 1 a 7 de acordo com o seu grau de concordância com a afirmação. Com base nessas instruções, por favor, responda de forma mais sincera possível.

viagem.

32. Eu intensifiquei minhas atividades de interação na Internet com a minha família durante as atividades do intercâmbio de trabalho e viagem.
33. Eu intensifiquei minhas atividades de interação na Internet com meus amigos durante as atividades do intercâmbio de trabalho e viagem.

Marque as alternativas que estão mais de acordo com sua percepção acerca dos ganhos obtidos com a experiência de intercâmbio de trabalho e viagem:

- Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter concluído o intercâmbio de trabalho e viagem.
- O intercâmbio de trabalho e viagem contribuiu para a minha formação profissional.
- O intercâmbio de trabalho e viagem contribuiu para o desenvolvimento da minha fluência em inglês.
- O intercâmbio de trabalho e viagem acrescentou cultura em minha vida.
- Sinto que o meu currículo é mais valorizado após ter realizado o intercâmbio de trabalho e viagem.

Para concluir a pesquisa, por favor, responda as questões a seguir:

Sexo:		
<input type="radio"/> feminino	<input type="radio"/> masculino	Idade: anos
Região do Brasil:		
<input type="radio"/> Norte	<input type="radio"/> Centro-Oeste	<input type="radio"/> Sul
<input type="radio"/> Nordeste	<input type="radio"/> Sudeste	
Qual sua área de estudo?		
<input type="radio"/> Ciências Exatas e da Terra	<input type="radio"/> Ciências da Saúde	<input type="radio"/> Ciências Humanas
<input type="radio"/> Ciências Biológicas	<input type="radio"/> Ciências Agrárias	<input type="radio"/> Linguística, Letras e Artes
<input type="radio"/> Engenharias	<input type="radio"/> Ciências Sociais Aplicadas	<input type="radio"/> Outros
Qual sua renda mensal familiar?		
<input type="radio"/> até 3 salários mínimos	<input type="radio"/> de 6 a 9 salários mínimos	<input type="radio"/> acima de 15 salários mínimos
<input type="radio"/> de 3 a 5 salários mínimos	<input type="radio"/> de 10 a 15 salários mínimos	
Quantas vezes participou de um programa de intercâmbio de trabalho?		
<input type="radio"/> uma vez	<input type="radio"/> duas vezes	<input type="radio"/> mais de duas vezes

Por favor, indique os pontos negativos que você percebeu em relação a esse programa:

Por favor, se possível, dê sugestões sobre outros temas relacionados a intercâmbio de trabalho que você ache relevantes: