

Universidade de Brasília

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

LUCIANA BATISTA DA CUNHA

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE GRADUAÇÃO:
Avaliação da Percepção dos Participantes em Relação aos
Serviços Prestados pela Assessoria de Assuntos
Internacionais (INT)**

Brasília – DF

2019

LUCIANA BATISTA DA CUNHA

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE GRADUAÇÃO: AVALIAÇÃO DA
PERCEPÇÃO DOS PARTICIPANTES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS
PRESTADOS PELA ASSESSORIA DE ASSUNTOS INTERNACIONAIS (INT)**

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

2019

LUCIANA BATISTA DA CUNHA

**INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE GRADUAÇÃO: Avaliação Da
Percepção Dos Participantes Em Relação Aos Serviços Prestados Pela
Assessoria De Assuntos Internacionais (INT)**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

Luciana Batista da Cunha

Dr., José Márcio Carvalho
Professor-Orientador

Dra. Siegrid Guillaumon Dechandt
Professor-Examinador

Msc., Leonardo Freitas de Souza
Martins
Professor-Examinador

Brasília, 09 de julho de 2019

Resumo

O objetivo desse trabalho é avaliar a percepção dos estudantes de graduação que participaram do programa de intercâmbio internacional de graduação pela Assessoria de Assuntos Internacionais (INT). A internacionalização em instituições de ensino vem sendo debatido e discutido cada vez mais, devido à demanda do mercado de trabalho e à globalização da área da educação. Diversas universidades de diferentes países possuem estratégias, políticas e diretrizes bem definidas de internacionalização para o melhor preparo de seus profissionais e, dentre elas está a Universidade de Brasília (UnB), com o seu Plano de Internacionalização (2018-2022). Assim, a Assessoria de Assuntos Internacionais está sendo cada vez explorada por alunos no ambiente universitário que possuem interesse de fazer programas de mobilidade acadêmica, dentre eles o programa internacional de graduação. Para este trabalho foi realizado um estudo de carácter quantitativo, que teve como instrumento um questionário aplicado para 98 estudantes de graduação da UnB que fizeram o programa de intercâmbio de graduação. Os resultados indicam que as percepções dos alunos com relação ao serviço prestado pela INT foram positivas. Foi possível concluir que os participantes demonstraram ter tido uma experiência boa com a INT por meio da elevada satisfação com o intercâmbio e seu elevado nível de lealdade, apesar de terem demonstrado a necessidade de aprimoramento em relação a preocupação com a melhora contínua de seus serviços e alinhamento de expectativas nas etapas iniciais.

Palavras-chave: Internacionalização. Intercâmbio de Graduação. Qualidade do Serviço. Intercâmbio Acadêmico. Assessoria de Assuntos Internacionais.

Abstract

The objective of this work is to evaluate the perception of undergraduate students who participated in the undergraduate international exchange program by the International Affairs Office (INT). Internationalization in educational institutions have been increasingly debated and discussed, due to the demand of the labor market and the globalization of education. Several universities from different countries have well-defined internationalization strategies, policies and guidelines for the better preparation of their professionals, and among them is the University of Brasília (UnB), with its Internationalization Plan (2018-2022). Thus, the International Affairs Office is being targeted in the university environment and explored by students who are interested in participating in academic mobility programs, among them the international undergraduate program. For this work, a quantitative study was carried out, which had a questionnaire applied to 98 undergraduate students from UnB who took part in the undergraduate exchange program. The results indicate that the students' perceptions regarding the service provided by INT were positive. It was possible to conclude that the participants demonstrated that they had a good experience with INT considering the high satisfaction levels with the exchange and their high level of loyalty, although they demonstrated a need for improvement with regard to concern about the continuous improvement of their services and alignment of expectations in the stages initials

Keywords: Internationalization. Undergraduate Exchange. Service quality. Academic exchange. International Affairs Office.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Percepção da visão compartilhada dos estudantes em relação à INT em porcentagem.....	42
Tabela 2 - Percepção da preocupação da melhoria contínua dos estudantes em relação ao serviço prestado pela INT em porcentagem.....	43
Tabela 3 - Percepção dos estudantes em relação a qualidade do serviço prestado pela INT em porcentagem.....	43
Tabela 4 - Percepção dos estudantes em relação ao envolvimento entre a instituição de ensino e o participante do intercâmbio em porcentagem. ...	44
Tabela 5 - Percepção da liderança dos estudantes após a realização do intercâmbio de graduação em porcentagem.....	46
Tabela 6 - Percepção dos alunos em relação à sua participação no intercâmbio de graduação fora do âmbito acadêmico em porcentagem.	47
Tabela 7 - Percepção da satisfação com o intercâmbio por parte dos alunos participantes em porcentagem.	48
Tabela 8 - Percepção da lealdade dos estudantes em relação ao intercâmbio de graduação em porcentagem.	49

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero dos participantes do intercâmbio de graduação.	37
Gráfico 2 - Idade dos participantes do intercâmbio de graduação.	38
Gráfico 3 - Percentual de egressos do intercâmbio de graduação relativo a cada área de estudo.	39
Gráfico 4 - Percentual da renda dos participantes do intercâmbio de graduação.	40
Gráfico 5 - Percentual de vezes que o estudante participou do programa de intercâmbio de graduação.....	41

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1. Contextualização.....	11
1.2. Formulação do Problema	12
1.3. Objetivo Geral	13
1.4. Objetivos Específicos	13
1.5. Justificativa.....	13
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	15
2.1. Internacionalização	15
2.1.1 Internacionalização em Instituições de Ensino Superior	16
2.2. Serviços de apoio ao intercâmbio acadêmico	17
2.3. Qualidade de serviço.....	18
2.4. Visão Compartilhada	21
2.5. Comprometimento.....	22
2.6. Lealdade	22
2.7. Liderança	23
3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	25
3.1. Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa.....	25
3.2. Caracterização da organização, setor ou área.....	25
3.3. Participantes da pesquisa	26
3.4. Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa	26
3.5. Procedimento de coleta e análise de dados.....	28
4. RESULTADO E DISCUSSÃO.....	30
4.1. Universidade de Brasília (UnB).....	30
4.1.1 Dados Gerais	30
4.1.2 Internacionalização da Universidade de Brasília.....	30
4.1.3 Assessoria de Assuntos Internacionais – INT	31
4.1.4 Intercâmbio Acadêmico.....	32
4.1.4.1. Diferentes tipos de Intercâmbio.....	34
4.2. Programa de intercâmbio acadêmico de graduação	35
4.3. Dados demográficos	37
4.2.1 Gênero e Idade	37
4.2.2 Área de Estudo	38
4.2.3 Renda Mensal Familiar	39
4.2.3 Quantidade de vezes de participação no programa.....	40
4.4. Avaliação de serviços prestados	41

4.3.1 Visão Compartilhada	41
4.3.2 Preocupação com a Melhoria Contínua	42
4.3.3 Qualidade do Serviço	43
4.3.4 Envolvimento entre a Instituição de Ensino e o Aluno.....	44
4.3.5 Liderança	46
4.3.6 Participação Fora do Âmbito Acadêmico	47
4.3.7 Satisfação com o Intercâmbio	48
4.3.8 Lealdade	49
5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	51
REFERÊNCIAS	54
APÊNDICES.....	60

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

De acordo com Altbach & Knight (2007), o processo de internacionalização vem crescendo de forma acelerada, principalmente no âmbito científico e tecnológico, juntamente com a globalização e a internacionalização da universidade, que é cada vez mais demandada, visto que é preciso que se tenha um nível mínimo de competitividade para fazer frente não só às instituições de ensino nacionais, mas também as internacionais. Além disso, os países da América do Norte (Estados Unidos e Canadá), Europa e Austrália são os mais avançados no quesito internacionalização, pois universidades possuem serviços de ensino que preparam seus alunos para a realidade de um mundo globalizado, enquanto que muitos países da África, da Ásia e da América Latina estão ainda nos estágios iniciais da internacionalização devido à falta de investimento para o desenvolvimento internacional de seus serviços de ensino (Altbach & Knight, 2007).

A Universidade de Brasília (UnB), fundada em 1962, é a oitava universidade no quesito desempenho acadêmico no Brasil e a 19ª na América Latina, segundo o *QS World Rankings* (2018). E, de acordo com a importância da internacionalização no âmbito acadêmico, a Universidade de Brasília estabeleceu o PLANO DE INTERNACIONALIZAÇÃO (2018 – 2022), que tem como objetivo preparar estudantes e pesquisadores para participar da sociedade multicultural e ajudá-los a se tornarem cidadãos globais no futuro. Além disso, a UnB possui a Assessoria de Assuntos Internacionais (INT, 2018).

De acordo com o site da INT, a Assessoria de Assuntos Internacionais (INT) é o órgão oficial responsável pela formalização de acordos de cooperação internacional educacional, científica, tecnológica e/ou cultural, conforme as normas jurídicas do Brasil. Além de ser responsável por administrar cerca de dez programas de intercâmbio interinstitucionais, dentre eles: Programa de Estudante-Convênio de Graduação (PEC-G); CAPES Mobilidade Acadêmica Regional em Cursos Acreditados (MARCA); Programa CAPES Brasil *France Ingénieur Technologie* (BRAFINITEC); Programa de

Alianças para a Educação e a Capacitação, do Grupo Coimbra de Universidades Brasileiras e da Organização dos Estados Americanos (PAEC GCUB-OEA); Programa de Formação de Professores de Educação Superior de Países Africanos (ProAfri); Programa de Intercâmbio do Beijing *Institute of Technology* – China; Programa de Mestrado ou Doutorado do Instituto de Tecnologia *Shibaura* – Japão; Projeto Paulo Freire de Mobilidade Acadêmica; Fundação Carolina e Grupo Tordesilhas; Programa Bolsas Ibero-Americanas Santander (INT, 2018).

Dentre os diversos programas citados acima, essa pesquisa busca avaliar apenas os intercâmbios relacionados à graduação, tendo como objetivo a percepção dos estudantes com relação aos serviços prestados pela INT.

1.2. Formulação do Problema

A globalização traz consigo a competitividade no mercado de trabalho, impactando a internacionalização das instituições de ensino superior. Não se trata mais de formar estudantes para o mercado nacional, e sim formar estudantes capazes de se inserirem no mercado mundial (Altbach & Knight, 2007).

De acordo com pesquisa do Ministério do Turismo (2010), quanto maior o número de pessoas ricas em experiências internacionais e preparadas para lidar com a diversidade cultural, maiores serão as chances para que estes indivíduos tenham a capacidade de conseguir se manter competitivos no mercado de trabalho. Assim, percebe-se a importância e, portanto, a existência de uma maior procura por experiências acadêmicas internacionais. Dentro do âmbito acadêmico a melhor alternativa de intercâmbio internacional é a graduação ou pós-graduação “sanduíche”, em que o estudante tem a oportunidade de fazer parte do seu curso em uma universidade estrangeira, segundo pesquisa do Ministério do Turismo (2010).

Dentre esses dois tipos de intercâmbio acadêmico, o esforço deste estudo é no intercâmbio internacional de graduação, onde os alunos estudam um semestre do seu período de graduação em uma universidade estrangeira que seja parceira da Universidade de Brasília. Apesar dessa modalidade ser conhecida dentro do campus, o intercâmbio internacional de graduação possui poucas vagas para os estudantes e apenas cobre os custos da universidade,

fazendo com que apenas uma parcela tenha condições financeiras de participar, conforme site do Ministério da Educação (2018).

1.3. Objetivo Geral

Este trabalho tem como objetivo avaliar a percepção dos estudantes de graduação que participaram do programa de intercâmbio internacional de graduação, bem como o apoio dado pela Assessoria de Assuntos Internacionais (INT), considerando o atual contexto de globalização e a implementação do Plano de Internacionalização da Universidade de Brasília.

1.4. Objetivos Específicos

Com a finalidade de atingir o objetivo geral, serão explorados nesse estudo os seguintes objetivos específicos:

- Identificar o nível da qualidade do serviço prestado pela INT no intercâmbio de graduação de acordo com a percepção dos alunos;
- Avaliar o senso de liderança dos alunos após a realização do intercâmbio internacional de graduação;
- Avaliar o envolvimento da Universidade de Brasília com os estudantes que realizaram o intercâmbio internacional;
- Avaliar o impacto do programa de intercâmbio com relação ao desenvolvimento do aluno no âmbito acadêmico e profissional.

1.5. Justificativa

A internacionalização em organizações de ensino superior está se tornando uma prioridade, principalmente devido à demanda por experiências internacionais no mercado de trabalho, segundo Lilley, Barker & Harris (2015). Ainda de acordo com os autores citados acima, a internacionalização da educação já é considerada uma prioridade para as universidades.

Evidencia-se também o crescimento da importância desta temática na Universidade de Brasília – UnB. Foi publicado em 2018 o Plano de Internacionalização (2018-2022) da UnB, que tem como objetivo aumentar o número de participantes em intercâmbios internacionais promovidos pela

Assessoria de Assuntos Internacionais (INT) e aumentar a quantidade de alunos e do número de nacionalidades estrangeiras que escolhem a UnB como destino. Este mesmo plano também contempla outros esforços para incrementar o processo de internacionalização (UnB, 2018).

Apesar de se conhecer na Universidade de Brasília as demandas do mundo globalizado, a academia Brasileira é pouco internacionalizada e tem dificuldades em avançar com o processo de internacionalização (Laus, 2004). Sendo assim, esta pesquisa busca contribuir para melhor entender as ações da Universidade de Brasília em seus esforços para preparar seus alunos da graduação para o mercado de trabalho em um mundo mais globalizado.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Internacionalização

Segundo Yang (2002), a internacionalização tem o objetivo atingir a compreensão mútua além das fronteiras por meio da interação entre culturas através do ensino, investigação e serviços. Knight & De Wit (1999) segue a mesma linha de pensamento, afirmando que internacionalização por meio de competências interculturais, linguísticas, ou outras no ensino, investigação e serviços tem como consequência a integração de uma dimensão internacional. Isto posto, a internacionalização não é apenas um objetivo em si, ela é uma forma de estratégia para a globalização e o crescimento intelectual, que possui como motivações: a vantagem comercial e competitiva, aquisição de novos conhecimentos, aprimoramento do currículo com experiências internacionais, aumento do lucro, desenvolvimento de pesquisas e aumento da consciência sobre novas culturas (Altbach & Knight, 2007). Portanto, a internacionalização é extremamente importante para o desenvolvimento econômico de um país.

Além do desenvolvimento econômico, a internacionalização, segundo o autor De Wit (2002), abrange a política, a cultura, a sociedade e a academia, sendo que a política abrange as fronteiras e a comercialização entre países, englobando políticas estrangeiras e nacionais, acordos de paz e identidade nacional e regional, a cultura e a sociedade abrangem a compreensão e a competência intercultural, como o conhecimento da nova cultura e a tolerância. E, por fim, a academia busca o desenvolvimento internacional na área de pesquisa, no ensino e nos serviços, principalmente devido ao acompanhamento da demanda do mercado de trabalho (De Wit, 2002).

Verifica-se que em escolas e universidades, a internacionalização é possível graças a parcerias entre as mesmas, acordos bilaterais e programas institucionais que podem ser divididos em internacionalização em casa e em internacionalização no exterior (Knight, 2008). Nesse contexto, começam as trocas de conhecimento cultural, comercial, intelectual, criando a necessidade de integração de pesquisas e conhecimento, o interesse pelo conhecimento das tecnologias de informação e a importância do conhecimento da língua inglesa (Altbach & Knight, 2007).

2.1.1 Internacionalização em Instituições de Ensino Superior

Considerando as razões de De Wit (2002), em que a política, a economia, a cultura, a sociedade e a acadêmica são motivos para a busca pela internacionalização e focando na razão acadêmica, que, de acordo com o autor Teichler (2004), os meios de disseminação de conhecimento (livros, filmes, cartas, e-mails, redes sociais), a mobilidade de docentes e de discentes, as pesquisas colaborativas e a educação transnacional são as quatro maneiras mais frequentemente utilizadas para a transferência de conhecimento entre países, percebe-se a importância da internacionalização das Instituições de Ensino Superior no mundo atual.

A instituição de ensino superior foi e é importante para a sociedade como parte fundamental da promoção de conhecimento, principalmente, por meio do incentivo de pesquisas como forma de universalizar o conhecimento e a inovação de diversos setores de mercado e de estimular a interculturalidade das nações (Altbach & Teichler, 2001). Além disso, as universidades são consideradas umas das instituições mais internacionalizadas da sociedade, pelo fato de serem fonte de informações do mundo todo e a geração de inovação em escala mundial (Teichler, 2004).

Visto a importância da internacionalização em Instituições de Ensino Superior e com a intenção de avaliar o real impacto das estratégias de internacionalização nas universidades, uma das várias iniciativas para criar ferramentas de medição de grau de internacionalização está sendo desenvolvida em diversos países (De Wit, 2011). O programa de benchmarking da *Association of Commonwealth Universities* (ACU) é um exemplo dessas iniciativas, bem como o projeto “Internacionalizando o Campus” organizado pelo Conselho de Educação Americano e o projeto “Acessando Melhores Práticas na Internacionalização” da Associação de Educadores Internacionais.

Para Knight (2008) as instituições precisam de uma maneira de monitorar a internacionalização e coletar informações para a criação de uma base de dados. É preciso que se tenha um grau de mensuração da internacionalização nas universidades de cada país. Dessa forma, a medição ajuda na execução de *benchmarking* de universidades de maior grau para universidades de menor grau internacional. Além disso, o banco de dados

ajuda com que cada universidade saiba seu ponto forte e fraco nesse quesito, podendo melhorar cada vez mais (Knight, 2008).

2.2. Serviços de apoio ao intercâmbio acadêmico

Beerkens, Altbach e Teichler (2001) argumentam que os países com maior número de programas de intercâmbio proporcionam experiências interculturais mais frequentes e mais intensivas. As universidades podem se internacionalizar de diversas maneiras e em intensidades diferentes, como as alternativas: a) por meio da realização de intercâmbios internacionais de longa e de curta duração para alunos, professores e funcionários; b) oferta de aulas ministradas em outros idiomas para tornar seus alunos mais qualificados para o mercado de trabalho internacional; c) composição dos quadros docente e discente estrangeiros para melhorar a qualidade do ensino através de novas informações culturais e conhecimentos diversos; d) utilização de educação à distância para intensificar o uso de meios de comunicação como a Internet, e) utilização de novas tecnologias, promoção do conhecimento de outras culturas e desenvolvimento de perspectivas e de habilidades internacionais dos alunos (Altbach & Knight, 2007, 2001).

Como Knight (2011) afirmou, o suporte de apoio das universidades deve se preocupar com as iniciativas de mobilidade acadêmica, as quais são compostas por três gerações: o intercâmbio de professores e de estudantes pelo mundo (internacionalização no exterior), a disseminação de programas e de provedores de ensino internacional à distância (internacionalização em casa) e, por último, a criação de hubs educacionais.

Ainda de acordo com Knight (2008), os serviços de apoio a internacionalização no ambiente acadêmico devem monitorar a internacionalização, coletar informações, estabelecer medidas, objetivos e metas precisos para a análise de pontos fortes e fracos e de áreas a serem melhoradas, e não apenas consumir recursos e tempo promovendo de forma desordenada e vaga o status do processo de internacionalização.

De Wit (2011) recomendou a criação de um sistema de certificação de internacionalização capaz de distinguir programas e ações a partir da qualidade e efetividade do resultado do processo de internacionalização. Ele afirmou que certas características devem ser levadas

em consideração para o desenvolvimento desse certificado, como por exemplo, usar diferentes avaliações que indiquem o grau de internacionalização, fazer uso de indicadores de qualidade e focar em como a internacionalização contribui para a qualidade, utilizar profissionais experientes da área na realização das avaliações e abordar temas como competências interculturais e competências internacionais durante essas avaliações são algumas dessas características. Assim, teria um fator a mais para medir a qualidade do serviço prestado no quesito de internacionalização em universidades (Wit, 2011).

No caso da Universidade de Brasília, há a INT, Assessoria de Assuntos Internacionais, o qual tem a finalidade de dar suporte a internacionalização da mesma por meio da promoção de intercâmbios acadêmicos feitos por acordos bilaterais. (UnB, 2018)

2.3. Qualidade de serviço

A dificuldade de segregar a qualidade de bens e serviços é dada por apresentarem características intangíveis e de difícil mensuração, pois está sempre ligado à entrega de algo material (Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1985). Hoffman e Bateson (2008) expõem a dificuldade de exemplificar um bem e um serviço puro, pois grande parte dos bens estão ligados a um serviço prestado. Apesar dos empecilhos na mensuração, se tem a definição de que serviços são processos que consistem em atividades ou uma série de atividades e serviços são, no mínimo até certo ponto, produzidos e consumidos simultaneamente (Grönroos, 2009).

Outro conceito muito utilizado é o de Kotler (2000), em que um serviço é qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer à outra, que seja essencialmente intangível e que não resulte à propriedade de algo, podendo estar ligado ou não a um produto físico. É possível demonstrar a prestação de um serviço por meio da venda de um intercâmbio, em que se vende o serviço prestado pela empresa, apesar de poder haver, também, a venda do bem físico, por meio de passagem, por exemplo (Kotler, 2000)

Segundo Dias & Santos (2009) a venda do serviço está diretamente ligada à qualidade com que o serviço é prestado, sendo dependente e influenciada pelo relacionamento interpessoal entre o prestador do serviço e o seu cliente. Deste modo, essa interação é extremamente importante, visto que

os serviços possuem, diferentemente dos bens físicos, características como intangibilidade, heterogeneidade e o processo simultâneo de produção e consumo (Dias & Santos, 2009).

Ainda, baseando-se em Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), para o estudo de qualidade de serviço os autores descreveram bem as três características para que se tenha a prestação de um serviço, conforme citado anteriormente: a intangibilidade, o que torna o serviço difícil de ser mensurado; a heterogeneidade, a qual a prestação do serviço irá variar de acordo com o prestador do mesmo devido ao comportamento humano diverso; a inseparabilidade, principalmente da produção do bem com o momento da venda.

De acordo com essas três características, percebe-se que a qualidade do serviço não está ligada apenas ao produto final/venda final, e sim a todo o processo de venda, desde a sua contratação até o momento final do serviço prestado. Além de que a venda é feita por um ser humano, e partindo do conceito de heterogeneidade, um prestador pode vender mais de um produto do que de outro, mas não porque o produto é melhor que o outro, e sim porque o prestador conhece mais daquele produto e por isso sabe vender melhor (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985).

Pelo fato da intangibilidade, pode-se considerar que a qualidade do serviço é subjetiva, pois ela depende da ocasião, do cliente, do momento, dentre outros fatores, e para que se tenha um mínimo de padrão. Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) identificaram dimensões de qualidades em que os clientes julgam no momento de compra de um bem ou serviço, que são: a confiabilidade; a presteza; a competência; a acessibilidade; a cortesia; a comunicação, a credibilidade; a segurança; o conhecimento do consumidor e os aspectos tangíveis. De acordo com essas dimensões, é visto os critérios de compra para a mensuração da qualidade de serviço Parasuraman et al. (1985).

Outro fator importante para uma prestação de serviço de qualidade é a necessidade de que as expectativas estejam de acordo com o serviço entregue, como mostra Parasuraman et al. (1985), baseado no modelo de satisfação de Oliver (1980), ao propor um modelo de cinco gaps:

- A discrepância entre a expectativa do cliente e o que a empresa entende como desejo do cliente;
- A discrepância entre a percepção gerencial sobre as expectativas dos clientes com as especificações da qualidade dos serviços;
- A discrepância entre a especificação da qualidade do serviço e o serviço efetivamente fornecido;
- A discrepância entre a promessa realizada pelos meios de comunicação e o que realmente é fornecido;
- A discrepância entre a expectativa do cliente e a sua percepção do serviço.

O modelo GAP é a diferença entre expectativa e percepção de desempenho. Apesar de inicialmente ter sido uma medida de satisfação do cliente, também pode ser utilizado como uma medida de qualidade do serviço. Isso, porque é vista a diferença entre a percepção da prestadora de serviço e do cliente, assim pode ser vista a percepção do cliente em relação ao serviço prestado, sendo considerada uma forma de mensuração Parasuraman et al. (1985).

Posteriormente, Brown e Swartz (1989) propuseram também um modelo de qualidade em serviços também baseado no modelo de satisfação de Oliver (1980), assim, diferentemente de Parasuraman et al. (1985), esse modelo considera a qualidade como a diferença entre expectativa e a percepção de desempenho. E, ao invés de cinco GAPS, foram considerados três gaps:

- A percepção de desempenho do profissional julgado pelo cliente;
- A percepção do profissional em relação à expectativa do cliente;
- A percepção do profissional em relação ao desempenho julgado pelo cliente.

A partir desse modelo, o foco passa a ser no desempenho da organização e não mais na qualidade do serviço prestado. Apesar de estarem relacionados, o desempenho é um conceito mais tangível e mensurável, também dependendo da percepção do cliente e medir a qualidade dos serviços através da percepção dos clientes, de acordo com os serviços que eles

recebem, gera informações e benefícios para as empresas, segundo Stefano et al. (2008).

A preocupação com o cliente exige grande esforço e investimento financeiro, segundo Las Casas (2008). As organizações e empresas prestadoras de serviços devem buscar excelência nos serviços, focando principalmente, na satisfação e superação das expectativas dos clientes.

2.4. Visão Compartilhada

De acordo com o pensamento de Senge (1990), os objetivos mais recorrentes surgem normalmente dos objetivos pessoais. Assim, sua energia é tirada e seu comprometimento é alavancado. Deste modo, entende-se que visão compartilhada é o objetivo pessoal de ambos os lados se transformarem em um objetivo comum. Por exemplo, quando o cliente visa um objetivo pessoal na compra de um intercâmbio acadêmico e o funcionário possui o mesmo objetivo na entrega desse serviço, pode-se dizer que ambos têm o mesmo objetivo, assim surge o conceito de visão compartilhada (Senge, 1990).

O objetivo comum em uma organização leva o funcionário a ver a empresa como “a nossa empresa” e não como a “empresa deles”, gerando o mesmo conceito do funcionário com relação ao cliente. É importante que as expectativas do serviço prestado sejam alinhadas entre o consumidor e o prestador para que se atinja a satisfação do cliente e boa qualidade do serviço prestado (Senge, 1990).

Diante das informações acima, pode-se considerar que o conceito de visão compartilhada é fundamental dentro de uma organização, principalmente, como a INT, que será analisada nesse estudo, pois ela está exposta tanto para os alunos da Universidade de Brasília quanto para alunos estrangeiros. Assim, a organização deve ter suas expectativas alinhadas com o cliente e estar em busca de melhora contínua para alcançar os seus resultados desejados. Quando se consegue alinhar os objetivos organizacionais com os objetivos dos estudantes, a experiência internacional será igual ou melhor do que o esperado, gerando confiança em relação ao cliente. Deste modo, a visão compartilhada é base para que se tenha confiança, lealdade e comprometimento por parte do cliente.

2.5. Comprometimento

O comprometimento está intimamente relacionado com as intenções e o comportamento dos clientes, incluindo a satisfação (Shukla, Banerjee & Singh, 2016). Enquanto que para Wu, Chen e Chung (2009) o comprometimento está relacionado à associação do desejo do consumidor em criar e continuar uma relação com a empresa prestadora de serviço e em resistir às ofertas da concorrência.

Neste sentido, comprometimento é a crença de que um relacionamento é tão importante que vale o máximo de esforço para mantê-lo. Assim, as partes comprometidas acreditam que o trabalho de manutenção de um relacionamento duradouro é gratificante (Morgan & Hunt, 1994). De acordo com esse conceito, percebe-se sua importância na prestação de serviço, em que o prestador deve fazer um esforço para fidelizar o cliente, mantendo o relacionamento mais duradouro em benefício de ambos.

A pesquisa de Morgan & Hunt (1994) enfatizou o que foi dito, pois estabelece que um dos elementos chave do relacionamento com cliente é o comprometimento. Segundo eles, o comprometimento e a confiança são os fatores essenciais para a criação e preservação de relações de longo prazo com clientes, promovendo a eficiência, produtividade e efetividade. Relacionamentos com altos níveis de confiança e de comprometimento tendem a ser mais estáveis e levam a uma maior retenção de clientes (Hennig-Thurau & Klee, 1997).

Seguindo a mesma linha de pensamento, Rehman, Shareef e Ishaque (2012) relataram que comprometimento é um fator importante na criação e manutenção do relacionamento com o consumidor e para provarem isso, mostram o resultado de sua pesquisa em que 17% do relacionamento com o consumidor depende do comprometimento. Além disso, a qualidade com que o serviço é prestado pode conquistar o comprometimento de seu cliente, gerando então a lealdade (Odekerkenschroder, 2001).

2.6. Lealdade

Lealdade é o grau em que o cliente possui uma atitude positiva, apresentando comprometimento (vínculo emocional) e intenciona continuar

comprando no futuro (Mowen & Minor, 1998). A intensidade ou vontade que o cliente tem de utilizar novamente o serviço prestado no futuro, também é uma medida de lealdade, segundo Oliver (1999). Esse comprometimento com relação ao serviço prestado poder ser um fator essencial para o sucesso de um negócio, isso porque o cliente terá uma preferência devido, principalmente a qualidade do serviço prestado.

A lealdade é definida, ainda, em termos da ação de compra repetidas vezes, atitude positiva, comprometimento de longo prazo, intenção de continuar o relacionamento com cliente-empresa e a probabilidade de não mudar estes fatores (Davis, 2006). Para Hur, Park & Kim (2010) a lealdade representa a recompra dos consumidores de algum produto ou serviço, independentemente dos esforços dos concorrentes para atraí-los, ou seja, o serviço prestado ou produto vendido deve ter atingido o que era esperado ou acima do esperado por parte do cliente.

Dessa forma, a lealdade leva ao comprometimento contínuo do cliente com o fornecedor resulta em lucro mais alto, vantagem competitiva e crescimento acelerado (Farquahar, 2004; Singh e Khan, 2012).

Além disto, vantagens podem ser obtidas por meio da lealdade dos clientes, como o perdão de contratempos de atendimento ao cliente e insensibilidade de preço (Yang & Peterson, 2004).

2.7. Liderança

Liderança é a habilidade de influenciar e motivar pessoas em um determinado processo, para conquistar um objetivo comum, conforme citam Hemphill & Coons (1957), Jacobs (1970), Rouch & Behling (1984) & Tannenbaum, Weschler & Massarik (1961). Consoante ao exposto anteriormente, Bowditch & Buono (2016, p. 118) acreditam que a liderança seja um processo de influência, onde uma pessoa exerce esse poder orientando um indivíduo ou grupo, estabelecendo e atingindo metas. Ambos os autores, direcionam o conceito de liderança apenas para o indivíduo em si, não sendo importante o meio em que ele está inserido. Outro conceito de liderança, segundo Kury (2002, p. 468 e 521), “é a função de líder, direção e comando, e motivação, entre várias definições, é o ato ou efeito de motivar, interesse espontâneo ou estimulado por determinado assunto...”.

Conforme Robbins, Judge & Sobral (2011), a liderança pode ser adquirida ou apenas desenvolvida, ou seja, o ato de liderar pode ser instinto de algumas pessoas, em que nascem com ele e desenvolvem no decorrer da vida. Assim, percebe-se que a liderança não está relacionada apenas a pessoa em si, mas também ao meio em que ela está. Uma pessoa adquire liderança, principalmente, com a necessidade do alcance de um objetivo em comum de acordo com o desenvolvimento pessoal da mesma, podendo concluir que em um ambiente internacional há a intensificação da liderança, devido à imersão de nova cultura, ambiente e conseqüentemente, desafios (AIESEC, 2018).

Líderes conscientes se esforçam para exercer um impacto no mundo por meio das empresas em que atuam. De maneira legítima, incorporam um sentido do objetivo comum, permitindo que as demais pessoas se identifiquem e se envolvam com o trabalho que realizam, conforme Willingham (2001). Isso faz com que todos desenvolvam as próprias habilidades de liderança, mantendo sempre a clareza e a coerência na hora de fazer escolhas morais difíceis (Mackey & Sisodia, 2013).

De acordo com Silva & Cunha (2002), funcionários e estudantes procuram cada vez mais qualificações pessoais diferenciadas e habilidades adquiridas através de experiências. Dessa forma, as competências técnicas deverão estar associadas à capacidade de tomada de decisão, de adaptação a novas situações, de comunicação oral e escrita e de trabalho em equipe. O profissional será valorizado na medida da sua habilidade para estabelecer relações e de assumir liderança (Silva & Cunha, 2002 p.77).

3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1. Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa

Para a obtenção de dados foi realizada a pesquisa bibliográfica e a investigação preliminar foi feita por meio da pesquisa documental de origem secundária (artigos, livros e sites) para a construção do referencial teórico e posteriormente, foi realizada a pesquisa de campo descritiva e de abordagem quantitativa para a coleta de dados de origem primária (questionário aplicado). Gil (1994) afirmou que a pesquisa quantitativa se caracteriza pela resposta direta de um determinado grupo de pessoas com o objetivo de adquirir informações acerca do problema a ser estudado. E, em seguida obter conclusões sobre os dados.

Ressalta-se que a pesquisa qualitativa não visa enumerar ou medir os eventos estudados, mas sim obter dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato do pesquisador com o evento (Godoy, 1995a).

O procedimento escolhido para a coleta de dados foi o questionário por meio do instrumento *survey*, o qual é considerado como uma abordagem quantitativa e é muito usado para coletas de dados em pesquisas na área de estudos organizacionais (César, 2005).

Segundo Hoss & Caten (2010), o questionário é composto por um certo número de questões que tem o objetivo de traduzir um conceito geral de uma dimensão, sendo um método eficaz para essa pesquisa. O questionário foi construído com perguntas de estimacão ou avaliação, ou seja, as respostas serão quantitativas e serão feitas por meio de um julgamento através de uma escala feita com diversos graus de intensidade. Ele foi estruturado na plataforma *Google Forms* e foi aplicado de forma livre e informal via e-mail.

3.2. Caracterização da organização, setor ou área

Os intercâmbios internacionais de graduação da INT contam com a participação de alunos da graduação da Universidade de Brasília que estejam matriculados regularmente na Universidade. Após o primeiro contato com os funcionários da INT, eles enviam o link do formulário por e-mail os alunos que

já participaram no 1º semestre de 2017, 2º semestre de 2017, 1º semestre de 2018 e 2º semestre de 2018 do programa de intercâmbio de graduação por meio da Universidade de Brasília em parceria com uma Universidade estrangeira. Dentre essas parceiras estão os programas: Programa de Intercâmbio do Beijing *Institute of Technology* – China; Programa Bolsas Ibero-Americanas Santander.

3.3. Participantes da pesquisa

A pesquisa foi realizada com os resultados dos questionários aplicados aos alunos brasileiros que participaram do programa de intercâmbio internacional de graduação oferecidos pela INT. A população teve um total de 200 alunos, porém apenas 98 alunos responderam o questionário.

3.4. Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa

O questionário aplicado (Apêndice A) aos egressos do programa de intercâmbio internacional de graduação oferecidos pela INT foi feito com base nos questionários utilizados: no estudo de Hennig-Thurau, Langer & Hansen (2001) a respeito da lealdade dos estudantes; no estudo de Pannirselvam, Sue P. Siferd, William A. Ruch (1998) a respeito da liderança e qualidade do serviço; no estudo de James R. Detert, Roger G. Schroeder, Robert Cudeck (2003) a respeito da visão compartilhada. Todos foram publicados no periódico *Journal of Service Research*. Para a utilização do questionário foram feitas adaptações considerando as características do programa de intercâmbio em questão. Além disso, o questionário já foi utilizado em pesquisas anteriores na UnB no trabalho de conclusão de curso da Alexia Marques (2018) e da Isadora Guedes (2017).

O questionário possui 32 afirmações que estão divididas em oito construtos denominados:

- I. Visão Compartilhada;
- II. Preocupação com a Melhoria Contínua;
- III. Qualidade do Serviço;
- IV. Envolvimento entre a Instituição de Ensino e o Aluno;
- V. Liderança;

- VI. Participação fora do Âmbito Acadêmico;
- VII. Satisfação com o Intercâmbio; e
- VIII. Lealdade.

Todas as 32 afirmações deveriam ser julgadas de acordo com o grau de concordância do questionado. 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 visão compartilhada (1) abrange quatro afirmações referentes ao alinhamento de expectativas entre os estudantes e a prestação de serviço da INT. Alinhamento da missão e valores da INT, a visão da INT da promoção da Universidade de Brasília no ambiente internacional, alinhamento das expectativas e metas do programa de intercâmbio de graduação e o objetivo do programa e o objetivo da Assessoria de Assuntos Internacionais.

O construto preocupação com a melhoria contínua (2), está constituído por três afirmações e tem como foco o serviço prestado pela INT. A gestão dos *feedbacks* fornecidos por alunos, a melhoria constante dos serviços e os esforços feitos a curto prazo pela INT.

O terceiro construto visa medir a qualidade do serviço (3), que engloba a qualidade do serviço da INT de acordo com a percepção dos estudantes. As expectativas dos estudantes foram atendidas em relação ao programa durante e após, se a INT foi clara e objetiva em relação aos serviços prestados, se a INT foi acessível durante todo o processo seletivo e se a INT foi honesta e segura na prestação do serviço.

O construto quatro é definido pelo envolvimento entre a Instituição de Ensino e o aluno (4), contendo quatro afirmações sobre o engajamento da Universidade de Brasília com o programa de intercâmbio de graduação. As afirmações são: eu acredito que a instituição de ensino na qual sou aluno me deu suporte ao programa e me apoiou durante o processo, a instituição de ensino na qual sou aluno me concedeu créditos pelas matérias cursadas na universidade em que fiz no programa, eu me sinto responsável por representar a instituição de ensino que estudo na universidade estrangeira e eu me sinto responsável por trazer o conteúdo no aprendido no exterior para dentro da instituição de ensino que estudo.

O construto cinco (5) abrange três afirmações em relação à liderança dos alunos participantes do programa de intercâmbio de graduação. As afirmações contemplam a liderança em fazer trabalhos em grupos, a maior capacidade para a inserção no mercado de trabalho e a maior confiança para lidar com situações desafiadoras no ambiente acadêmico e profissional após o intercâmbio.

O construto participação fora do âmbito acadêmico (6) conta com três afirmações a respeito das atividades de realização pessoal, a imersão na cultura de outro país e atividades de lazer e no conhecimento de pessoas estrangeiras.

O sétimo construto (7), satisfação com o intercâmbio é o maior e contempla seis afirmações. A maior chance de inserção no mercado de trabalho após o intercâmbio, a contribuição do programa para a formação acadêmica, a contribuição do programa para o aprendizado de uma nova língua, ganhos culturais, currículo mais valorizado, e valorização do estudante no âmbito acadêmico.

O oitavo (8) e último construto é denominado lealdade e possui quatro afirmações. A primeira afirmação é a recomendação do intercâmbio para outros alunos, a participação no intercâmbio novamente devido à qualidade do serviço prestado pela INT, a participação no intercâmbio novamente devido à experiência que teve durante o mesmo e a preservação do contato de pessoas que participaram do intercâmbio e do processo do mesmo.

Para concluir o questionário o participante responde a questões demográficas, como gênero, área de estudo, renda mensal familiar e a quantidade de vezes que participou de um programa de intercâmbio de graduação.

3.5. Procedimento de coleta e análise de dados

A aplicação do questionário foi feita por meio do envio de e-mail, conforme mencionado anteriormente. Também foi feito contato com as pessoas próximas, como amigos e colegas de trabalho, que também participaram do mesmo programa. A análise do questionário foi feita por meio do programa Excel em que foram calculadas as porcentagens das respostas dadas para

cada questão. O período de duração da aplicação da pesquisa foi de 30 dias, entre o mês de abril e maio de 2018.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

Foram obtidas 98 respostas ao questionário aplicado através de envio de link por e-mail aos participantes do Programa de Intercâmbio Acadêmico de Graduação oferecido pela INT. Os resultados foram divididos em três seções, sendo elas: Programa de Intercâmbio Acadêmico de Graduação, dados demográficos e percepções acerca dos constructos apresentados no questionário e os ganhos obtidos com a experiência do intercâmbio de graduação.

4.1. Universidade de Brasília (UnB)

4.1.1 Dados Gerais

A Universidade de Brasília foi fundada em 1962 e hoje possui 38.400 alunos de graduação e 8.325 alunos de pós-graduação. É considerada a 8ª universidade com melhor desempenho acadêmico no Brasil e a 19ª da América Latina, segundo o QS World Rankings. A UNB oferece 161 cursos de graduação e 156 de pós-graduação, dentre eles mestrado profissional, mestrado acadêmico, e doutorado, segundo o Plano de Internacionalização da UNB (INT, 2018).

A Universidade de Brasília é a maior universidade do Centro-Oeste, possuindo 4 campos no Distrito Federal. Sua localização privilegiada, próxima do poder nacional, favorece a internacionalização desta. Assim, são cerca de 600 estudantes internacionais, principalmente da América Latina e da África, recebidos pela Universidade (INT, 2018).

4.1.2 Internacionalização da Universidade de Brasília

A UNB sempre foi um exemplo de instituição de ensino no ramo da internacionalização e para continuar com essa reputação e ampliar seus horizontes de atuação no mundo, a Universidade criou um Plano de Internacionalização (2018-2022) com base no seu Planejamento Institucional (2018-2022) e sua missão (ser uma universidade inovadora e inclusiva, comprometida com as finalidades essenciais de ensino, pesquisa e extensão, integradas para a formação de cidadãos e cidadãs éticos, qualificados para o exercício profissional e empenhados na busca de soluções democráticas para

questões nacionais e internacionais, por meio da atuação de excelência) e visão (ser referência nacional em ensino, pesquisa e extensão, com inserção local, regional e internacional, inovadora, inclusiva, transparente e democrática, com gestão eficaz e qualidade de vida), de acordo com a INT (2018).

Seu Plano consiste em continuar com a sua política de internacionalização, *bottom-up*, com relação à atuação de seus discentes e docentes e *top-down*, para o estabelecimento de objetivos e prioridades. Dentre as diversas atuações da Universidade, a internacionalização na graduação se expande por meio do ensino de idiomas, mobilidade, participação em eventos internacionais, presença de docentes internacionais ministrando os cursos, opção de dupla titulação em três cursos de graduação, graduação presencial e educação à distância ministrada em inglês (INT, 2018).

4.1.3 Assessoria de Assuntos Internacionais – INT

O Centro de Apoio a Programas Internacionais e de Intercâmbio (CIP) criado em 1987, tem finalidade de possibilitar e facilitar programas de mobilidade à comunidade acadêmica e a troca de experiências culturais. Além de melhorar a aprendizagem de línguas estrangeiras no âmbito da Universidade (UNB, 2018).

Segundo o site da UNB (2018), após dez anos, o Centro foi substituído pela Assessoria de Assuntos Internacionais (INT), que atualmente, é o órgão oficial competente e responsável pela celebração, acompanhamento e operacionalização dos acordos. O objetivo da INT é dar maior visibilidade na comunidade acadêmica (interna e externa) e ampliar suas atividades, principalmente na área de intercâmbio, administrando cerca de dez programas de intercâmbio interinstitucionais, dentre eles:

- Programa de Estudante-Convênio de Graduação (PEC-G);
- CAPES Mobilidade Acadêmica Regional em Cursos Acreditados (MARCA);
- Programa CAPES Brasil France *Ingénieur Technologie* (BRAFITEC);
- Programa de Alianças para a Educação e a Capacitação, do Grupo Coimbra de Universidades Brasileiras e da Organização dos Estados Americanos (PAEC GCUB-OEA);

- Programa de Formação de Professores de Educação Superior de Países Africanos (ProAfri);
- Programa de Intercâmbio do Beijing *Institute of Technology* – China;
- Programa de Mestrado ou Doutorado do Instituto de Tecnologia *Shibaura* – Japão;
- Projeto Paulo Freire de Mobilidade Acadêmica;
- Fundação Carolina e Grupo Tordesilhas;
- Programa Bolsas Ibero-Americanas Santander.

4.1.4 Intercâmbio Acadêmico

O intercâmbio acadêmico, em específico, para Oliveira & Pagliuca (2012) permite proveito e vantagens que vão além do aprendizado. Abrangem o desenvolvimento psicológico, autoconfiança, amadurecimento, independência, capacidade de relacionar-se e, sentir-se “um cidadão do mundo”.

Para Silva (2013) a mobilidade internacional acadêmica é o principal elemento da internacionalização do ensino superior, pois abrange tanto o poder político quanto o econômico, além de consequências acadêmicas. Silva (2013) conceitua a internacionalização como a relação entre as nações e instituições que vão além das fronteiras. Enquanto para Bartell (2003), a internacionalização é o conjunto de conexões internacionais relacionadas à educação, sendo a globalização uma avançada fase no processo que envolve a internacionalização. Assim, diferentemente do pensamento de Silva (2013), Bartell (2003) acreditava que a internacionalização está ligada à educação e Silva defendia que a educação é uma consequência de forças políticas e econômicas no processo de internacionalização.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) realizou uma pesquisa em que 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 (INT, 2018). A internacionalização das universidades brasileiras é necessária para tornar a educação superior responsiva aos requerimentos e desafios da sociedade globalizada como foi citado por Bartell (2003).

Os programas de intercâmbio internacional são considerados uma estratégia para desenvolver a internacionalização do ensino superior (Egron-Polak & Hudson, 2014). Em 2016 mais de quatro milhões de universitários estudaram no exterior, enquanto em 2001, esse número foi de aproximadamente dois milhões. Este dado demonstra que a busca e realização pelo intercâmbio internacional está aumentando. Tendo em vista que isso impacta direta e indiretamente no desenvolvimento pessoal e profissional, principalmente, dentro do mercado de trabalho. Para evidenciar essa necessidade de uma experiência internacional, Potts (2015) realizou uma pesquisa que identificou diversos fatores relacionados à carreira de alunos que são afetadas pela experiência de fazer um intercâmbio acadêmico internacional. Dentre eles estão: desenvolvimento pessoal e maturidade, aquisição de habilidades interpessoais e desenvolvimento na comunicação, aprendizado com relação a trabalho em equipe, resolução de problemas e desafios e obtenção do primeiro emprego Potts (2015).

Ainda segundo Potts (2015), dentre os alunos que responderam à pesquisa, 66% afirmaram que a experiência de estudar no exterior teve um impacto positivo com relação ao enriquecimento de seus currículos e sobre suas participações em processos de recrutamento, ou seja, eles se sentiram mais preparados para o mercado de trabalho por meio de habilidades adquiridas durante o intercâmbio, assim tornando-os mais competitivos e eficientes.

Além dos benefícios profissionais, foram apontados os pontos positivos pessoais, como a oportunidade de conhecer pessoas novas e de diferentes nacionalidades, de vivenciar experiências de cooperação, de aprender a ser adaptável, lidar com situações desafiadoras e conhecer e aperfeiçoar um novo idioma diferente do seu nativo (Norviliene, 2012).

Apesar de todos os benefícios citados e da crescente procura por intercâmbios, não são todos que tem a oportunidade de fazer um intercâmbio acadêmico internacional como relatou Lee (2014), é preciso entender os fatores determinantes considerados pelos estudantes durante a decisão de fazer um intercâmbio e a escolha do país destino, como custos, ambiente de aprendizagem de interesse, qualidade da educação do país hospedeiro e reconhecimento das qualificações do mesmo. O principal fator dentre os

listados são os custos envolvidos, como mostra o estudo de Otero & McCoshan (2006) sobre o programa ERASMUS (*European Region Action Scheme for the Mobility of University Students*), em que a situação financeira é a principal causa que leva os alunos a desistirem de estudar no exterior, fato também relatado na pesquisa de Lee (2014).

Apesar de benefícios e dificuldades, a escolha do tipo de intercâmbio é um fator determinante. Atualmente, há um leque extenso de diferentes tipos de intercâmbio para o aluno escolher seja de longa ou curta duração, a trabalho ou estudo, aperfeiçoamento de idiomas dentre outros, facilitando cada vez mais a globalização.

4.1.4.1. Diferentes tipos de Intercâmbio

A cada dia a procura por intercâmbios está sendo maior e para isso é necessário que o mercado se adeque com relação à demanda. Dentro os vários tipos de intercâmbios existentes temos: o intercâmbio acadêmico e de trabalho e o intercâmbio de curta e longa duração (AIESEC, 2018).

Os programas de intercâmbio são muito procurados por estudantes de graduação, principalmente pelos chineses e pelos indianos (*Institute of International Education*, 2016). Nos últimos anos as universidades têm criado programas de intercâmbio internacional de curta duração, para beneficiar alunos que demandam menos dinheiro e menos tempo. (Carley, Stuart & Dailey, 2011).

De acordo com Sachau, Brasher & Fee (2010), os programas internacionais de curta duração são classificados em: um semestre de verão no exterior, uma visita de estudo e serviço de viagem de aprendizado. Em que, o semestre de verão no exterior consiste em um intercâmbio com duração de seis a doze semanas e, durante esse tempo, os estudantes vivem no campus da universidade e fazem diversas matérias, como consequência tornam-se mais confiantes, criando a vontade de morar no exterior.

O intercâmbio acadêmico de longa duração permite uma maior imersão na cultura e um maior aprendizado, porém em contrapartida envolve um maior custo. (AIESEC, 2018). Dwyer (2004) declarou que quanto maior o tempo de duração de um programa de intercâmbio, maior o crescimento acadêmico, cultural e pessoal dos egressos. Assim, programas de intercâmbio de maior

duração proporcionam maior interação com pessoas do país visitado, facilitando o desenvolvimento de características como confiança, facilidade em cultivar amizades e habilidade linguística. Dwyer (2004), concluiu que os intercâmbios de longa duração são mais significantes e duradouros sobre os estudantes participantes seja ele acadêmico ou de trabalho.

O intercâmbio de trabalho é uma modalidade para quem busca menos custo e uma maior vivência no mercado de trabalho e na vida cotidiana do país escolhido. (AIESEC, 2018). Isso, porque pode-se conciliar o trabalho com os estudos.

Segundo Sebben (2007) o intercâmbio de trabalho oferece maior liberdade aos participantes de tomarem decisões, aprender a viver com a própria companhia, ter responsabilidade social e desenvolver o autoconhecimento. Além disso, essa modalidade de intercâmbio agrega maior valor ao currículo e a inserção no mercado de trabalho. Ao contrário do intercâmbio acadêmico que foca nos estudos e na experiência de uma vivência em uma instituição de ensino internacional.

4.2. Programa de intercâmbio acadêmico de graduação

De acordo com o site da Assessoria de Assuntos Internacionais (2019), o intercâmbio acadêmico de graduação é promovido a partir de convênios firmados com universidades estrangeiras. Dessa forma, os estudantes que têm interesse em participar do intercâmbio não devem pagar nenhuma taxa para estudarem na instituição anfitriã. Apesar desse benefício concedido pela parceria, o estudante deve arcar com os custos de acomodação, passagem, alimentação, transporte e qualquer custo adicional que tenha.

A INT é responsável pela abertura das vagas e seleção dos participantes. As vagas de intercâmbio são oferecidas em edital semestral por meio da abertura de convocação e o processo de candidatura é dividido em quatro etapas: a inscrição, seleção, nomeação e candidatura.

Primeira Etapa – Inscrição

No início de cada semestre, a convocação é aberta no site da Assessoria de Assuntos Internacionais e divulgada na página do *Facebook* da INT. Qualquer estudante da Universidade de Brasília pode se inscrever no programa de intercâmbio de acordo com os requisitos solicitados:

- Ser aluno regular de graduação e não possuir processo administrativo contra sua pessoa;
- Ter entre 40% e 90% dos créditos exigidos do curso;
- Ter IRA igual ou maior que 3,5;
- Não ser provável formando;
- Ter bom domínio do idioma oficial do país da instituição anfitriã.

De acordo com o site da UnB (2019), o IRA é o Índice de Rendimento do Aluno, que é o índice usado pela UnB para restringir o acesso de alunos em projetos ou como critério de seleções internas. O IRA é calculado de acordo com o semestre em que o aluno está. Assim, as matérias de cada semestre possuem pesos diferentes.

Segunda Etapa – Seleção

De acordo com o site da INT (2019), após a etapa de inscrição, os alunos são classificados de acordo com a nota final (NF). Para se obter a nota final é feita a seguinte fórmula: $NF = I.R.A. + \text{Avaliação de atividades extracurriculares comprovadas}$, em que:

- Índice de Rendimento do Aluno possui valor máximo de 5,0 pontos;
- Avaliação das atividades extracurriculares comprovadas possuem valor máximo de 30,0 pontos.

Os alunos com as maiores notas finais são selecionados de acordo com o número de vagas e classificados para as opções de universidades anfitriãs do idioma escolhido. Os estudantes escolhem até dez opções de universidades de destino por meio de formulário enviado por e-mail.

Terceira Etapa – Nomeação

A etapa de nomeação ocorre depois que são definidas as universidades de destino de cada estudante. Assim, a Assessoria Internacional indica a cada universidade estrangeira os alunos selecionados para que seja iniciado o processo de candidatura.

Quarta Etapa - Candidatura

Nessa quarta etapa, ocorre a formalização do pedido para realizar a matrícula de intercâmbio na universidade anfitriã. A Assessoria Internacional auxilia os estudantes selecionados a preparar a documentação e enviar sua candidatura. Após a aceitação do estudante na universidade anfitriã, é enviada

uma Carta de Aceitação para a INT, comprovando a aceitação formal do estudante.

Com a Carta de Aceitação, o aluno deve fazer o contrato de estudos, o qual formaliza o plano de estudos de intercâmbio, com o coordenador do seu curso. O contrato deve conter as disciplinas que o aluno pretende estudar durante o intercâmbio e as equivalências com as matérias da Universidade de Brasília. Assim, ao regressar do intercâmbio as disciplinas realizadas no exterior podem ser integralmente aproveitadas.

4.3. Dados demográficos

Os dados demográficos são constituídos por perguntas sobre o respondente para a definição de seu perfil. As questões abordam o gênero e idade, área de estudo, renda mensal familiar e quantidade de vez em que participou do programa de intercâmbio acadêmico de graduação.

4.2.1 Gênero e Idade

De acordo com o gráfico 1 abaixo, verifica-se que 67% dos respondentes são do gênero feminino, ou seja, a maioria.

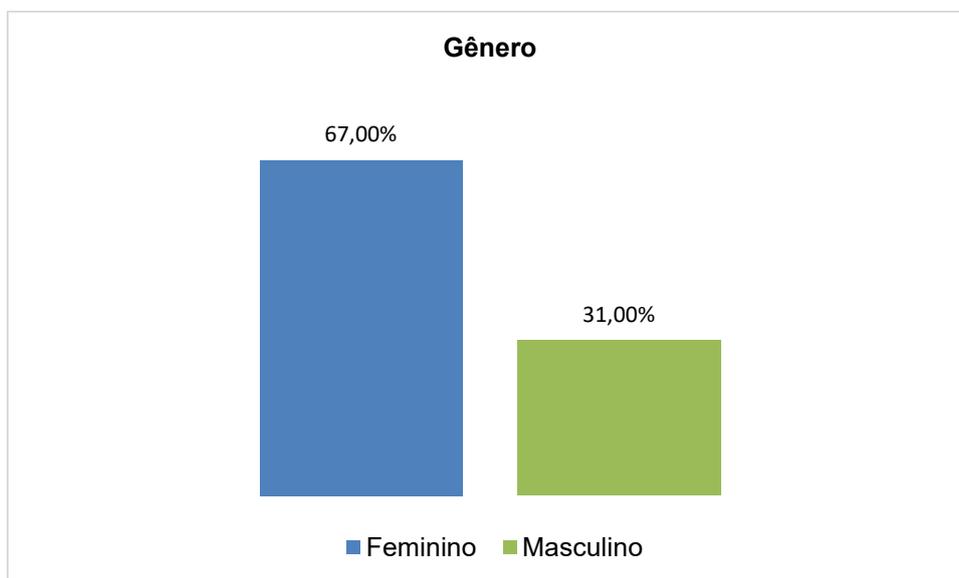


Gráfico 1 - Gênero dos participantes do intercâmbio de graduação.
Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

No gráfico 2, percebe-se a porcentagem dos respondentes de acordo com a idade. Nota-se que 30% dos participantes do programa de intercâmbio acadêmico tem 22 anos, 27% tem 23 anos e 22% tem 24 anos, totalizando 75%. A predominância do público mais jovem é esperada dado que um dos requisitos da aplicação para o intercâmbio é ter entre 40% e 90% dos créditos exigidos do curso.

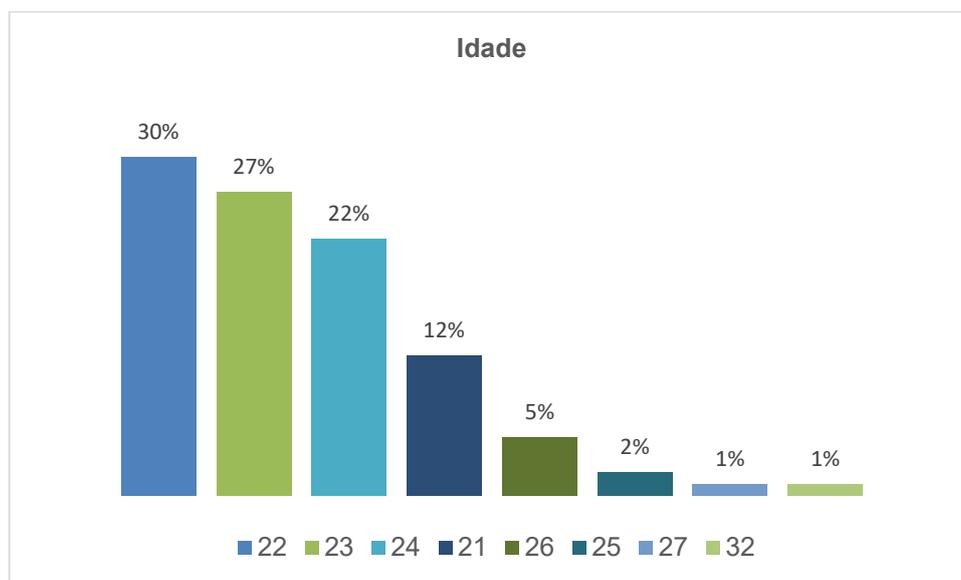


Gráfico 2 - Idade dos participantes do intercâmbio de graduação.
Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

4.2.2 Área de Estudo

Com relação às áreas de conhecimento dos egressos, foi feita uma questão com doze áreas de conhecimentos, são elas:

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

A partir das respostas com relação à essas áreas, verifica-se no gráfico 3 que mais de 60% dos participantes realizam curso de bacharelado na área de ciências humanas e ciências sociais aplicadas, sendo 31% ciências humanas e 30% ciências sociais aplicadas.

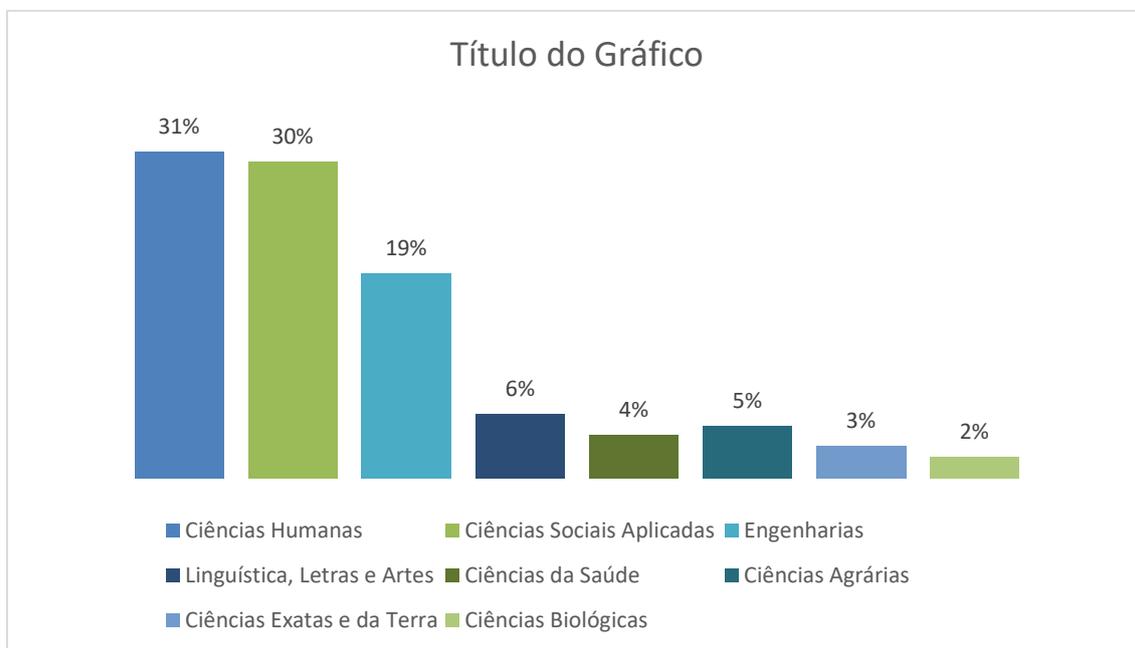


Gráfico 3 - Percentual de egressos do intercâmbio de graduação relativo a cada área de estudo.

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Apesar de se ter 19% dos egressos da área de engenharias, conclui-se que a área de estudo que tem o maior número de egressos é a área de ciências humanas e ciências sociais aplicadas, somando 61%. E, as áreas com menor número de participantes são as áreas de ciências da saúde, ciências exatas e da terra e ciências biológicas com 4%, 3% e 2%, respectivamente.

4.2.3 Renda Mensal Familiar

A questão relacionada à renda mensal familiar é constituída por cinco faixas salariais:

- Até 3 salários mínimos;
- De 3 a 5 salários mínimos;
- De 6 a 9 salários mínimos;
- De 10 a 15 salários mínimos;
- Acima de 15 salários mínimos.

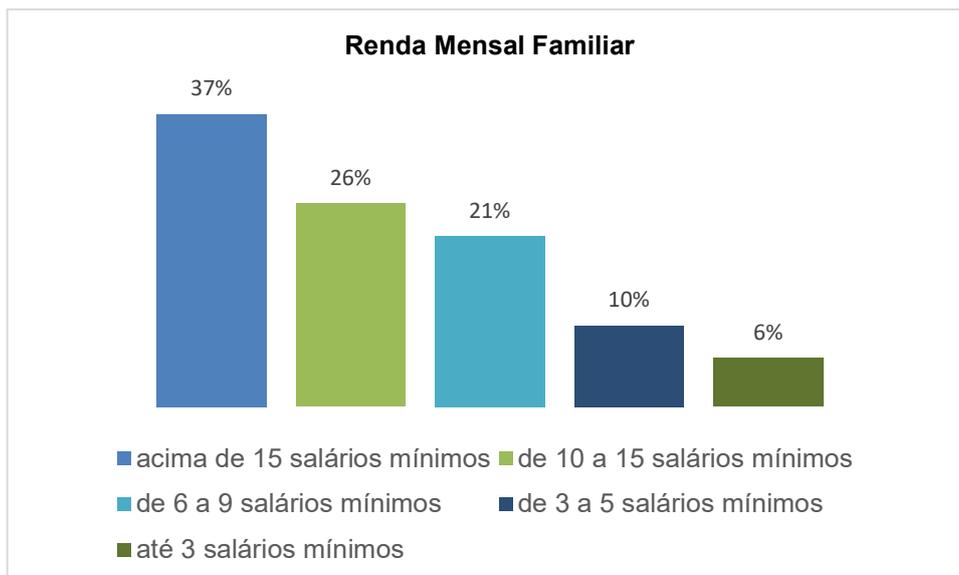


Gráfico 4 - Percentual da renda dos participantes do intercâmbio de graduação.
Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

O gráfico 4 apresenta a porcentagem da renda mensal familiar dos participantes do programa. Percebe-se que 37% dos participantes possuem renda acima de 15 salários mínimos, 26% de 10 a 15 salários mínimos, e em contrapartida, apenas 6% possui renda de até 3 salários mínimos.

O resultado deve ao fato de que o estudante deve arcar com alimentação, hospedagem, transporte de locomoção, seguro e outros custos a mais. Além de que muitas vezes o câmbio feito para a moeda estrangeira demanda um valor alto da moeda nacional.

4.2.3 Quantidade de vezes de participação no programa

Os participantes foram questionados em relação à quantidade de vezes que participaram do programa de intercâmbio de graduação da INT. A grande maioria dos participantes participaram uma vez. Enquanto, a minoria participou duas vezes ou mais.

No gráfico 5, observa-se que 96% dos participantes participaram uma vez, contra 2% que participaram duas vezes e 2% mais de duas vezes.

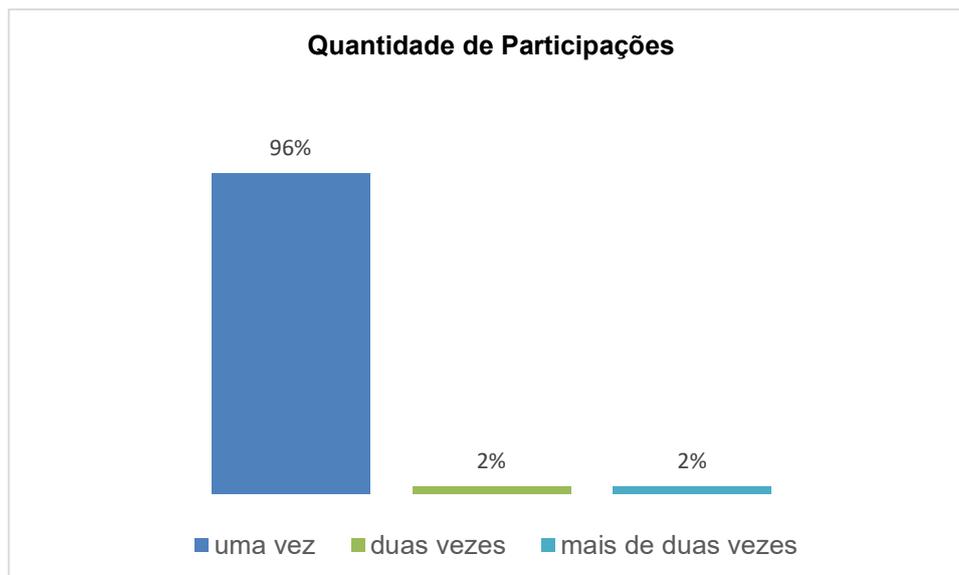


Gráfico 5 - Percentual de vezes que o estudante participou do programa de intercâmbio de graduação.

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

4.4. Avaliação de serviços prestados

Nessa seção serão abordados os resultados das 32 afirmações relacionadas aos oito construtos em questionário: Visão Compartilhada, Preocupação com a Melhoria Contínua, Qualidade do Serviço, Envolvimento entre a Instituição de Ensino e o Aluno, Liderança, Participação fora do âmbito Acadêmico, Satisfação com o Intercâmbio e Lealdade.

4.3.1 Visão Compartilhada

Os itens de um a quatro do questionário são relacionados à visão compartilhada dos estudantes em relação ao trabalho da INT, conforme mostra na tabela 1. Os dados mostram que 47,96% dos respondentes discordam com a afirmativa 1, em que afirma que a INT alinhou as missões e valores antes do intercâmbio, e 41,84% discordam da afirmativa 3, em que afirma que foram alinhadas as expectativas e metas dos programas antes do intercâmbio de graduação. A afirmativa 3 em específico ficou bem dividida, pois em controvérsia com os que discordam, há 43,88% dos alunos que concordam com a afirmativa mostrada na tabela 1.

Enquanto, a afirmativa 2 “A INT possui visão relevante para a promoção da Universidade de Brasília no ambiente internacional” e a 4 “O meu objetivo com relação ao aprendizado no intercâmbio é condizente com o objetivo da

INT” possuem resultados mais positivos. Em ambas as afirmativas se verifica que 76,53% concordam com cada uma.

Tabela 1 - Percepção da visão compartilhada dos estudantes em relação à INT em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7
1. Foi alinhada comigo a missão e os valores da INT antes do intercâmbio.	23,47	14,29	10,20	13,27	11,22	15,31	12,24
2. A INT possui visão relevante para a promoção da Universidade de Brasília no ambiente internacional.	2,04	5,10	5,10	11,22	18,37	21,43	36,73
3. Foram alinhadas expectativas e metas do programa antes do intercâmbio de graduação.	20,41	8,16	13,27	14,29	12,24	14,29	17,35
4. O meu objetivo com relação ao aprendizado no intercâmbio é condizente com o objetivo da INT.	0,00	2,04	5,10	16,33	15,31	33,67	27,55

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Conclui-se que de acordo com os dados da tabela 1, os egressos do intercâmbio de graduação estão divididos em relação ao alinhamento de expectativas e metas do programa antes do intercâmbio, verificando que a INT pode não ter uma padronização nesse processo.

De acordo com (Senge, 1990), as expectativas do serviço prestado devem ser alinhadas entre o consumidor e o prestador para que se atinja a satisfação do cliente e boa qualidade do serviço prestado. Por isso pode-se concluir conforme a tabela 1, que as expectativas e metas do programa foram alinhadas antes do intercâmbio de graduação, havendo visão compartilhada de ambos os lados.

4.3.2 Preocupação com a Melhoria Contínua

A tabela 2 é composta pelas afirmações de cinco a sete do questionário relacionadas ao construto “preocupação com a melhoria contínua”. De acordo com os dados 50,01%, 67,35% e 60,21% dos respondentes concordam com as afirmativas 5, 6 e 7, respectivamente, sendo a de maior concordância a

afirmação 2 “Eu acredito que a INT procura melhorar constantemente os seus serviços aos alunos.”. Ao fazer a média das três afirmações, apenas 4,08% discordam totalmente e 25,17% nem discordam e nem concordam.

Tabela 2 - Percepção da preocupação da melhoria contínua dos estudantes em relação ao serviço prestado pela INT em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7
5. Eu acredito que a INT dê atenção aos <i>feedbacks</i> dos alunos dos programas anteriores.	6,12	6,12	9,18	28,57	20,41	16,33	13,27
6. Eu acredito que a INT procura melhorar constantemente os seus serviços aos alunos.	2,04	1,02	5,10	24,49	24,49	22,45	20,41
7. Eu acredito que a INT faz esforços de curto prazo para melhoria do serviço.	4,08	2,04	11,22	22,45	20,41	22,45	17,35

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Pode ser concluído que apesar de a maioria dos participantes do programa de intercâmbio de graduação acreditam que a INT se preocupa com a melhoria contínua do programa por meio do recebimento de *feedbacks*, melhoria de seus serviços e esforços de curto prazo, cabe aprimoramento dos serviços prestados pela INT.

4.3.3 Qualidade do Serviço

No questionário, as afirmações de 8 a 12 estão relacionadas ao construto qualidade de serviço. De acordo com a tabela 3, mais de 50% dos alunos concordam com cada uma das afirmações. A afirmação que obteve maior percentual de concordância foi “Eu considero que a INT foi honesta e segura na prestação do serviço”, com 95,92%. Enquanto, a afirmação que obteve menor percentual de concordância com 71,43% foi “Eu considero que a INT foi clara e objetiva com relação a prestação do serviço”.

Tabela 3 - Percepção dos estudantes em relação a qualidade do serviço prestado pela INT em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente	Concordo Totalmente
-----------	---------------------	---------------------

	1	2	3	4	5	6	7
8. Minhas expectativas quanto ao intercâmbio de graduação foram atendidas durante o programa.	0,00	1,02	2,04	5,10	19,39	21,43	51,02
9. Minhas expectativas quanto ao intercâmbio de graduação foram atendidas após o programa.	0,00	3,06	4,08	18,37	12,24	16,33	45,92
10. Eu considero que a INT foi clara e objetiva com relação a prestação do serviço.	3,06	2,04	8,16	15,31	16,33	20,41	34,69
11. Eu considero que a INT se manteve acessível por e-mail e telefone durante todo o processo seletivo.	0,00	2,04	3,06	7,14	8,16	19,39	60,20
12. Eu considero que a INT foi honesta e segura na prestação do serviço.	0,00	1,02	0,00	3,06	17,35	23,47	55,10

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Segundo Dias e Santos (2009), a venda do serviço está diretamente ligada à qualidade com que o serviço é prestado, sendo dependente e influenciada pelo relacionamento interpessoal entre o prestador do serviço e o seu cliente. Dessa forma, pode-se dizer que a qualidade do serviço prestado pela INT é boa, visto que a maior parte dos participantes consideram que a INT se manteve acessível por e-mail e telefone durante todo o processo seletivo e foi honesta e segura na prestação do serviço.

4.3.4 Envolvimento entre a Instituição de Ensino e o Aluno

As afirmações de 13 a 16 do questionário estão relacionadas ao construto envolvimento entre a Instituição de Ensino e o aluno. Conforme demonstrado na tabela 4, 62,24% dos egressos concordam fortemente que se sentem responsáveis por representar a instituição de ensino em que estudo na universidade estrangeira. A maioria dos respondentes concordou com as quatro afirmações da tabela.

Tabela 4 - Percepção dos estudantes em relação ao envolvimento entre a instituição de ensino e o participante do intercâmbio em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7

13. Eu acredito que a instituição de ensino da qual sou aluno me deu suporte ao programa e me apoiou durante o processo.	2,04	3,06	12,24	11,22	17,35	22,45	31,63
14. A instituição de ensino da qual sou aluno me concedeu créditos pelas matérias cursadas na universidade em que fiz no programa.	9,18	6,12	14,29	7,14	5,10	8,16	50,00
15. Eu me sinto responsável por representar a instituição de ensino em que estudo na universidade estrangeira.	2,04	3,06	3,06	8,16	9,18	12,24	62,24
16. Eu me sinto responsável por trazer o conteúdo aprendido no exterior para dentro da instituição de ensino que estudo.	4,08	4,08	4,08	9,18	18,37	11,22	48,98

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

De acordo, com Odekerkenschroder (2001) a qualidade com que o serviço é prestado pode conquistar o comprometimento de seu cliente. Assim, conforme os dados obtidos da tabela acima, verifica-se que grande parte dos participantes possui um alto comprometimento com a Instituição de Ensino, pois consideraram que são responsáveis representá-la no ambiente estrangeiro e compartilhar o conteúdo aprendido no exterior. No entanto, é visto que a Instituição de ensino pode melhorar o seu comprometimento visto que apesar de 71,43% dos participantes concordarem com a afirmativa 13, apenas 31,63% dos participantes concordam fortemente.

Outro ponto para destacar, é que mesmo com 50% dos participantes concordarem com a afirmação “A instituição de ensino da qual sou aluno me concedeu créditos pelas matérias cursadas na universidade em que fiz no programa”, ainda há o percentual de quase 30% de alunos que não obtiveram créditos nas matérias cursadas. Dessa forma, observa-se a necessidade de alinhamento de matérias entre a UnB e o aluno na hora de montar a grade horária com a universidade parceira para que se tenha maior aproveitamento de créditos.

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.

De acordo com esses resultados, percebe-se que a Instituição de ensino deve se desenvolver e amadurecer quanto ao entendimento da importância do intercâmbio de graduação na formação acadêmica. Stallivieri (2002) afirma a necessidade de internacionalizar para aumentar a competição em níveis de igualdade com as melhores instituições de ensino superior nacionais e estrangeira.

4.3.5 Liderança

O constructo liderança é composto por três afirmações: 17 a 19. De acordo com os dados da tabela 5, a maioria dos participantes concordam com as 3 afirmações abaixo. Dessa forma, 84,7% concordam com a afirmação 17 e 89,8% concordam com a afirmação 18. Porém, a afirmação que chama mais atenção é a “Eu me sinto mais confiante para lidar com situações difíceis e inesperadas no ambiente acadêmico e profissional”, em que 100% dos participantes concordam.

Tabela 5 - Percepção da liderança dos estudantes após a realização do intercâmbio de graduação em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7
17. Eu me sinto mais preparado para liderar e fazer trabalhos em grupo depois dessa experiência.	0,00	2,04	4,08	9,18	23,47	19,39	41,84
18. Eu me sinto mais capacitado para o mercado de trabalho depois dessa experiência.	0,00	2,04	1,02	7,14	16,33	18,37	55,10
19. Eu me sinto mais confiante para lidar com situações difíceis e inesperadas no ambiente acadêmico e profissional.	0,00	0,00	0,00	0,00	12,24	17,35	70,41

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

De acordo com Robbins, Judge e Sobral (2011), a liderança pode ser adquirida ou apenas desenvolvida. Conforme, a tabela 5, a maioria dos participantes se sentiram mais preparados para liderar após a experiência, podendo ser concluído que o intercâmbio de graduação desenvolveu a habilidade de liderança.

Percebe-se que todos os participantes se sentem mais confiantes para lidar com situações difíceis e inesperadas no ambiente acadêmico e profissional. Em um ambiente internacional há a intensificação da liderança, devido à imersão de nova cultura, ambiente e conseqüentemente, desafios (AIESEC, 2018).

4.3.6 Participação Fora do Âmbito Acadêmico

As afirmações 20 a 22 do questionário referem-se ao construto participação fora do âmbito acadêmico. Conforme os dados da tabela 6, a maioria dos participantes ou mais de 90% tiveram a oportunidade e tempo para realizarem atividades além do âmbito acadêmico.

Tabela 6 - Percepção dos alunos em relação à sua participação no intercâmbio de graduação fora do âmbito acadêmico em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7
20. Eu tive tempo para realizar atividades de interesse pessoal durante o programa de intercâmbio de graduação.	0,00	1,02	1,02	5,10	5,10	17,35	70,41
21. Eu tive a oportunidade de conhecer a cultura e fazer atividades de lazer durante o programa de intercâmbio de graduação.	0,00	0,00	0,00	2,04	4,08	8,16	85,71
22. Eu tive a oportunidade de conhecer pessoas de diferentes países durante o programa de intercâmbio de graduação.	0,00	0,00	0,00	1,02	2,04	7,14	89,80

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Pode-se concluir que a maioria dos participantes realizaram atividades de interesse pessoal, como culturais e de lazer durante o intercâmbio de graduação. Ao decidir a grade horária de matérias na Universidade estrangeira o aluno pode escolher sua carga horária, sendo uma vantagem para quem quer aproveitar mais o seu tempo cultural e de lazer. Além disso, ressalta-se que os finais de semana são livres para os alunos realizarem viagens e conhecer pessoas de diferentes países.

4.3.7 Satisfação com o Intercâmbio

A tabela 7 apresenta as afirmações de 23 a 28 do questionário relacionadas ao construto satisfação com o intercâmbio. Dentre as seis afirmações, a que obteve o maior percentual de concordância de acordo com os dados foi “O intercâmbio de graduação me proporcionou ganhos culturais” com 98,98%.

As afirmações “O intercâmbio de graduação contribuiu para a minha formação acadêmica”, “Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter tido uma experiência internacional”, “Sinto que o meu currículo é mais valorizado após ter realizado o intercâmbio de graduação” e “Sinto que sou mais valorizado no âmbito acadêmico após ter realizado o intercâmbio de graduação” tiveram mais de 70% de participantes em concordância cada.

Enquanto, a afirmação “O intercâmbio de graduação contribuiu para o desenvolvimento da minha fluência em uma língua diferente da minha nativa” teve apenas 51,05% dos participantes que concordaram. Apesar de ser maioria, possui uma quantidade menor em relação às outras afirmações.

Tabela 7 - Percepção da satisfação com o intercâmbio por parte dos alunos participantes em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7
23. Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter tido uma experiência internacional.	0,00	0,00	5,10	6,12	9,18	23,47	56,12
24. O intercâmbio de graduação contribuiu para a minha formação acadêmica.	1,02	2,04	1,02	3,06	11,22	16,33	65,31
25. O intercâmbio de graduação contribuiu para o desenvolvimento da minha fluência em uma língua diferente da minha nativa.	5,10	11,22	13,27	19,39	13,27	12,24	25,51
26. O intercâmbio de graduação me proporcionou ganhos culturais.	0,00	0,00	1,02	0,00	0,00	5,10	93,88

27. Sinto que o meu currículo é mais valorizado após ter realizado o intercâmbio de graduação.	1,02	1,02	0,00	6,12	9,18	22,45	60,20
28. Sinto que sou mais valorizado no âmbito acadêmico após ter realizado o intercâmbio de graduação.	0,00	3,06	4,08	14,29	22,45	17,35	38,78

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

Conclui-se que metade dos egressos concordam que desenvolveram fluência em uma língua diferente da nativa e metade discordam. A maioria das vagas para intercâmbio de graduação são destinadas à Portugal (INT, 2018). Assim, a maioria dos participantes vão para Instituições Estrangeiras que ministram suas aulas em português.

A maior parte dos egressos concordam que adquiriram ganhos acadêmicos, pessoais, culturais e se sentem mais valorizados. Segundo Dalmolin et. al. (2013), o intercâmbio pode ser entendido como forma de trocar informações, crenças, culturas, conhecimentos e agrega valores ao crescimento profissional e pessoal. Pode-se concluir, então, que a maior parte dos participantes ficaram satisfeitos com o intercâmbio.

4.3.8 Lealdade

As últimas afirmações do questionário, 29 a 32, do questionário são relacionadas a lealdade dos estudantes em relação ao programa de intercâmbio de graduação, conforme demonstrado na tabela 8. Os dados mostram que nenhum participante discordou da afirmação “Eu recomendaria o programa de intercâmbio de graduação para outros alunos”.

Nota-se que 97,95% dos entrevistados concordam com a afirmação de que participariam do intercâmbio de graduação novamente devido à experiência que teve durante o intercâmbio. Porém esse número cai para 70% ao ser relacionado à qualidade do serviço do INT.

Tabela 8 - Percepção da lealdade dos estudantes em relação ao intercâmbio de graduação em porcentagem.

Afirmação	Discordo Totalmente				Concordo Totalmente		
	1	2	3	4	5	6	7

29. Eu recomendaria o programa de intercâmbio de graduação para outros alunos.	0,00	0,00	0,00	1,02	4,08	8,16	86,73
30. Se eu pudesse participar do programa de intercâmbio de graduação novamente, eu participaria pela qualidade do serviço da INT.	5,10	4,08	9,18	11,22	25,51	14,29	30,61
31. Se eu pudesse participar do programa de intercâmbio de graduação novamente, eu participaria pela experiência que eu tive durante o intercâmbio.	0,00	1,02	1,02	0,00	4,08	8,16	85,71
32. Eu tenho interesse em manter contato com todas as pessoas que participaram do intercâmbio de graduação.	4,08	2,04	5,10	7,14	22,45	16,33	42,86

Fonte: Dados coletados em maio de 2019.

A lealdade é definida em termos da ação de compra diversas vezes, atitude positiva, comprometimento de longo prazo, intenção de continuar o relacionamento com cliente-empresa e a probabilidade de não mudar estes fatores (Davis, 2006). De acordo com os dados da tabela 8, pode-se concluir que os egressos do intercâmbio são extremamente leais ao programa, pois participariam novamente do mesmo por dois motivos diferentes e recomendaria o mesmo para outros estudantes.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa teve como objetivo avaliar as percepções dos estudantes que participaram dos intercâmbios internacionais de graduação que são intermediados pela INT com base em oito construtos apresentados: visão compartilhada, preocupação com a melhoria contínua, qualidade do serviço, envolvimento entre a Instituição de Ensino e o aluno, liderança, participação fora do âmbito acadêmico, satisfação com o intercâmbio e lealdade. Assim, os resultados que foram obtidos através do questionário aplicado mostram que as percepções dos participantes em relação aos construtos, são em sua maioria positivas. Deste modo, conclui-se que os estudantes que participaram desse tipo de intercâmbio estão predominantemente satisfeitos com o intercâmbio e com a qualidade do serviço prestado pela INT.

Os constructos que obtiveram maior resultado positivo foi o de liderança e participação fora do âmbito acadêmico, mostrando a importância do intercâmbio de graduação para o desenvolvimento dessa habilidade, ou seja, preparação dos estudantes para a qualificação e competitividade do mercado de trabalho, bem como o conhecimento de novas culturas.

Verifica-se, também, com os resultados apresentados, uma oportunidade de melhorias nos constructos de visão compartilhada e preocupação com a melhoria contínua, que apresentam resultados positivos menos expressivos.

Apesar de grande parte dos participantes não concordarem com o alinhamento de expectativas por parte da INT antes do intercâmbio de graduação, eles são leais ao programa, recomendando o mesmo para outros alunos, e são comprometidos em relação à Instituição de Ensino a qual fazem parte.

Em relação aos dados demográficos, as respostas obtidas demonstram que a maior parte dos egressos são do gênero feminino, estão na área de humanas e possui renda mensal elevada. Verifica-se que apesar de haver parceria entre as Universidades é necessário que o aluno arque com os custos para se manter no país, com isso espera-se que a renda mensal familiar seja elevada.

Quanto as limitações da pesquisa encontram-se a falta de artigos científicos contendo informações sobre intercâmbio de graduação, o que também pode ser visto como contribuição para a literatura sobre o tema, já que este não é muito abordado. Apesar de a UnB possuir política de internacionalização, ainda faltam artigos científicos brasileiros e internacionais que falem sobre o papel das instituições de ensino nos intercâmbios oferecidos pela Universidade, o que limitou o número de informações relevantes para a pesquisa.

Como recomendações futuras para a busca da melhoria constante dos serviços prestados no processo do intercâmbio internacional de graduação sugerem-se:

- I. Estudos sobre intercâmbio internacional de graduação em outras Instituições de Ensino, avaliando como as Instituições de Ensino lidam com suas estratégias em relação à internacionalização. Também podem ser realizadas pesquisas sobre alunos estrangeiros que estudam em Universidades brasileiras.
- II. Aperfeiçoamento de políticas que promovam um maior engajamento na estruturação de parcerias com Instituições de Ensino que possuem língua nativa diferente do português, bem como a criação de regulamentação mais rigorosas para alinhamento de expectativa e maior incentivo para os estudantes.
- III. Indicações de métricas para os constructos apresentados por parte da INT e da UnB, sendo possível com isso evidenciar os pontos de melhorias e os pontos de destaque e conseqüentemente elaborar plano de ação, para o aprimoramento do processo de intercâmbio internacional.
- IV. Estudo para estabelecer parcerias com universidades estrangeiras visando a participação mais igualitária dos estudantes dos cursos de exatas e humanas, e conseqüentemente proporcionando uma maior capacitação no mercado de trabalho, difusão do conhecimento e o aumento da qualificação para todos os estudantes da instituição.

REFERÊNCIAS

AIESEC. Disponível em: < <https://aiesec.org.br/>>. Acesso em: 30 dezembro 2018.

ALTBACH, P. G.; KNIGHT, J. (2007). **The internationalization of higher education: Motivations and realities**. Journal of Studies in International Education, v. 11, n. 3-4, p. 274-290.

ALTBACH, P. G.; TEICHLER, U. (2001). **Internationalisation and exchanges in a globalized University**. Journal of Studies in International Education, v. 5, p. 5–25.

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

BEERKENS, M.; SOUTO-OTERO, M.; de WIT, H.; HUISMAN, J. (2016). **Similar Students and Different Countries? An Analysis of the Barriers and Drivers for Erasmus Participation in Seven Countries**. Journal of Studies in International Education, v. 20, p. 184-204.

BOWDITCH, James L.; BUONO, Anthony F. (2016). **Elementos de comportamento organizacional**. Trad. José Henrique Lamendorf. São Paulo, Ed. Rev.

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 abril 2019.

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>. Acesso em: 10 março 2019.

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_IMPRES_SxO_.pdf>. Acesso em: 30 maio 2018.

BROWN, STEPHEN W; TERESA A. (1989). **A Gap Analysis of Professional Service Quality**. Journal of Marketing 53 (April).

CARLEY, S.; STUART, R.; DAILEY, M. (2011). **Short-term study abroad: an exploratory view of business student outcomes**. Journal of Management Policy and Practice, v. 51 n. 39, p. B20.

DE WIT, H. **Internationalisation of Higher Education in Europe and its Assessment**. (2011). In Trends, Issues and Challenges in Internationalisation of Higher Education, Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam, p. 39–43.

DE WIT, H.; KNIGHT, J. A. (1999). **Quality and Internationalisation in Higher education**. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

DWYER, M. **More is better: The impact of study abroad duration**. (2004) Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad, v. 10, p. 151-163.

EGRON-POLAK, E.; HUDSON, R. (2014) **Internationalization of higher education: Growing expectations, fundamental values: IAU 4th global survey**. Paris: International Association of Universities.

FERREIRA, R. A.; OLIVEIRA, M. M.; OLIVEIRA, L. M.; FERREIRA, M. C.; SILVA, F. D. (2016). **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.

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

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-mc3a9todose-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2019.

GODOY, A. S. (1995a). **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63.

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

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

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

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

HOSS, M.; CATEN, C. A. (2010). **Processo de Validação Interna de um Questionário em uma survey Research sobre ISO 9001:2000**. *Produto & Produção*, vol. 11, n. 2, p. 104 – 119.

INT. **Assessoria de Assuntos Internacionais**. (2018) Disponível em <<http://www.int.unb.br/br/estudante-inb/graduacao/intercambiointernacional?menu=812>>. Acesso em: 7 maio 2018.

INSTITUTE OF INTERNATIONAL EDUCATION. **Project Atlas 2016 Global Mobility Trends**, 2016. Disponível em:<<https://www.iae.org/Research-and-Insights/Project-Atlas/Tools/Current-Infographics>> Acesso em: 06 maio 2019.

JAMES, D; ROGER, S; ROBERT, C. (2003). **The measurement of quality management culture in schools: development and validation of the SQMCS**. *Journal of Operations Management* vol.21 307-328.

KNIGHT, J. (2011). **Education Hubs: a fad, a brand, an innovation?** *Journal of Studies in International Education*, v. 15(3), p. 221–240.

_____. (2008). **Higher Education in Turmoil: The Changing World of Internationalisation**. Países Baixos: Sense Publishers.

_____. (1994). **Internationalization: Elements and checkpoints**. Canadian Bureau for International Education, Research Paper No. 7. Ottawa: CBIE.

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

KURY, G. (2002) **Miniccionario da língua portuguesa**. Organização: Ubiratan Rosa. São Paulo: FTD.

LAS CASAS, AL. (2008). **Marketing de varejo**. São Paulo: Atlas.

LAUS, S. P.; **Alguns desafios postos pelo Processo de Internacionalização da Educação Superior no Brasil**. (2004). In: Gestão Universitária na América do Sul - IV Colóquio Internacional. Florianópolis: [s.n.].

LEE, C. F. (2014) **An investigation of factors determining the study abroad destination choice: A case study of Taiwan**. Journal of Studies in International Education, v. 18(4), p. 362–381.

LILLEY, K.; BARKER, M.; HARRIS, N. (2015). **Exploring the process of global citizen learning and the student mind-set**. Journal of Studies in International Education, v. 19(3), p. 225-245.

MACKEY, John; SISODIA, Raj. (2013). **Capitalismo consciente**. São Paulo: HSM.

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

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

NORVILIENE, A. (2012). **Self-Development of Intercultural Competence in Academic Exchange Programmes: Students' Attitude**. Socialiniai mokslai, 1(75).

ODEKERKEN-SCHRÖDER, G.; VAN BIRGELEN, M.; LEMMINK, J.; DE RUYTER, K.; WETZELS, M. (2000). **Moments of Sorrow and Joy: An Empirical Assessment of the Complementary Value of Critical Incidents in Understanding Customer Service Evaluations**. European Journal of Marketing, v. 34, n. 1/2, p. 107-125.

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

OLIVER, R. L. (1999). **Whence consumer loyalty?** Journal of Marketing. Fundamental Issues and Directions for Marketing. Vol. 63, Fundamental Issues and Directions for Marketing p. 33-44.

OLIVER, RICHARD L. (1997). **Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations: An Alternative Interpretation.** Journal of Applied Psychology, 63 (August), 480-6.

_____. 1980, **Conceptualization and Measurement of Disconfirmation Perceptions in the Prediction of Consumer Satisfaction,** in Proceedings of Fourth Annual Conference on Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior, H. Keith Hunt and Ralph L. Day, eds. Bloomington: School of Business, Indiana University.

OTERO, M. S.; MCCOSHAN, A. (2006). **Survey of the socio-economic background of ERASMUS students: Final Report.** Birmingham, UK: ECOTEC Research and Consulting.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, VALERIE E BERRY, LEONARD (1985). **A conceptual model of service quality and its implications for future research.** Journal of Marketing vol.49 Fall, 41-50.

POTTS, D. (2015). **Understanding the Early Career Benefits of Learning Abroad Programs.** Journal of Studies in International Education, v 19, n. 5, p. 441 – 459.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **A Guide to the project Management Body of Knowledge,** 2000, PMI Standard, CD-rom, Disponível em :<www.pmi.org> Acesso em: 10 maio 2019.

REHMAN, S.U.; SHAREEF, A.; ISHAQUE, A. (2012). **Role of trust and commitment in creating profitable relationship with customers.** Interdisciplinary journal of contemporary research in business, v. 4 (1), p. 606-614.

ROBBINS, S.P.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. (2011). **Comportamento organizacional.** São Paulo: Pearson Prentice Hall.

SACHAU, D.; BRASHER, N.; FEE, S. (2009). **Three Models for Short-Term Study Abroad.** Journal of Management Education v. 34, n. 5, p. 645 – 670.

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

SENGE, Peter M. (1990). **A quinta disciplina.** São Paulo: Editora Best Seller.

SHUKLA, Paurav.; BANERJEE, Madhumita. (2014). **The direct and interactive effects of store-level promotions on impulse purchase: moderating impact of category familiarity and normative influences.** Journal Consumer Behavior. v.13, n.4, p.242–250.

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

STEFANO, F. et al. (2008). **O retrato dos novos consumidores brasileiros.** Disponível em:<<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0916/economia/m0157294.htm>>.

TEICHLER, U. (2001). **Bachelor-level programmes and degrees in Europe: Problems and opportunities.** Yliopistotieto, v. 29(1), p. 8–15.

UnB. (2018). **Plano de Internacionalização (2018-2022) da UnB.** Universidade de Brasília, Departamento de Administração, Brasília.

WILLINGHAM, D. T. (2009). **Three problems in the marriage of neuroscience and education.** Cortex, v. 45, n. 4, p. 544-545.

YANG, R. (2002). **University internationalisation: its meanings, rationales and implications.** Intercultural Education, v. 13(1), p. 81–96.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário



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

Luciana Batista da Cunha

QUESTIONÁRIO – INTERCÂMBIO INTERNACIONAL DE GRADUAÇÃO: A percepção de estudantes egressos sobre a Assessoria de Assuntos Internacionais (INT) da UNB.

A pesquisa a seguir tem como objetivo identificar a percepção da qualidade de serviço da INT e do intercâmbio, apontar o nível de comprometimento da INT para com esse programa de intercâmbio e mostrar a importância dessa experiência para a vida profissional e acadêmica dos estudantes, destacando sua contribuição para o desenvolvimento de características e habilidades importantes e valorizadas no mercado de trabalho.

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

Suas respostas são de grande utilidade. Sinta-se à vontade para dar suas opiniões e comentários com sinceridade. 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.

	Discordo Totalmente					Concordo Fortemente	
	1	2	3	4	5	6	7
I – Visão Compartilhada							
1. Foi alinhada comigo a missão e os valores da INT antes do intercâmbio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. A INT possui visão relevante para a promoção da Universidade de Brasília no ambiente internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Foram alinhadas expectativas e metas do programa antes do intercâmbio de graduação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. O meu objetivo com relação ao aprendizado no intercâmbio é condizente com o objetivo da INT.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo Totalmente					Concordo Fortemente	
	1	2	3	4	5	6	7
II – Preocupação com a Melhoria Contínua							
5. Eu acredito que a INT dê atenção aos feedbacks dos alunos dos programas anteriores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Eu acredito que a INT procura melhorar constantemente os seus serviços aos alunos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Eu acredito que a INT faz esforços de curto prazo para melhoria do serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo Totalmente					Concordo Fortemente	
	1	2	3	4	5	6	7
III – Qualidade do Serviço							
8. Minhas expectativas quanto ao intercâmbio de graduação foram atendidas durante o programa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Minhas expectativas quanto ao intercâmbio de graduação foram atendidas após o programa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Eu considero que a INT foi clara e objetiva com relação a prestação do serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Eu considero que a INT se manteve acessível por e-mail e telefone durante todo o processo seletivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Eu considero que a INT foi honesta e segura na prestação do serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo Totalmente					Concordo Fortemente	
	1	2	3	4	5	6	7
IV– Envolvimento entre a Instituição de Ensino e o Aluno							

13. Eu acredito que a instituição de ensino na qual sou aluno me deu suporte ao programa e me apoiou durante o processo.
14. A instituição de ensino na qual sou aluno me concedeu créditos pelas matérias cursadas na universidade em que fiz no programa.
15. Eu me sinto responsável por representar a instituição de ensino que estudo na universidade estrangeira.
16. Eu me sinto responsável por trazer o conteúdo no aprendido no exterior para dentro da instituição de ensino que estudo.

Discordo Totalmente **Concordo Fortemente**

V – Liderança

1 2 3 4 5 6 7

17. Eu me sinto mais preparado para liderar e fazer trabalhos em grupo depois dessa experiência.
18. Eu me sinto mais capacitado para o mercado de trabalho depois dessa experiência.
19. Eu me sinto mais confiante para lidar com situações difíceis e inesperadas no ambiente acadêmico e profissional.

Discordo Totalmente **Concordo Fortemente**

VI – Participação fora do âmbito acadêmico

1 2 3 4 5 6 7

20. Eu tive tempo para realizar atividades de interesse pessoal durante o programa de intercâmbio de graduação.
21. Eu tive a oportunidade de conhecer a cultura e fazer atividades de lazer durante o programa de intercâmbio de graduação.
22. Eu tive a oportunidade de conhecer pessoas de diferentes países durante o programa de intercâmbio de graduação.

Discordo Totalmente **Concordo Fortemente**

VII – Satisfação com o intercâmbio

1 2 3 4 5 6 7

23. Percebo que tenho maiores chances no mercado de trabalho depois de ter tido uma experiência internacional.
24. O intercâmbio de graduação contribuiu para a minha formação acadêmica.
25. O intercâmbio de graduação contribuiu para o desenvolvimento da minha fluência em uma língua diferente da minha nativa.
26. O intercâmbio de graduação me proporcionou ganhos culturais.
27. Sinto que o meu currículo é mais valorizado após ter realizado o intercâmbio de graduação.

28. Sinto que sou mais valorizado no âmbito acadêmico após ter realizado o intercâmbio de graduação.

Discordo Totalmente **Concordo Fortemente**

VIII – Lealdade

1 2 3 4 5 6 7

29. Eu recomendaria o programa de intercâmbio de graduação para outros alunos.

30. Se eu pudesse participar do programa de intercâmbio de graduação novamente, eu participaria pela qualidade do serviço da INT.

31. Se eu pudesse participar do programa de intercâmbio de graduação novamente, eu participaria pela experiência que eu tive durante o intercâmbio.

32. Eu tenho interesse em manter contato com todas as pessoas que participaram do intercâmbio de graduação e do processo do mesmo.

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

Gênero:		
<input type="radio"/> feminino	<input type="radio"/> masculino	Idade: anos
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 graduação?		
<input type="radio"/> uma vez	<input type="radio"/> duas vezes	<input type="radio"/> mais de duas vezes