



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

As percepções dos alunos de administração diante as vagas de estágio

Fernanda Pignatari Pinto de Abreu Stabile

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, novembro de 2017.



Fernanda Pignatari Pinto de Abreu Stabile

**As percepções dos alunos de administração diante as
vagas de estágio**

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientadora: Marcela Cohen Martelotte

Rio de Janeiro,

novembro de 2017.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus pais, que sempre estiveram ao meu lado, apoiando as minhas decisões e que sempre se esforçaram para que eu tivesse um ensino de qualidade tornando possível a minha graduação na PUC-Rio.

Aos meus familiares, que sempre foram a minha base e que me deram força a todo o momento, me apoiando.

Aos meus amigos, que torceram por mim desde o início da minha trajetória e foram companheiros.

Ao meu namorado, pelos momentos de felicidade e apoio.

A todos os meus professores da PUC-Rio, por todos os ensinamentos e, em especial à minha orientadora, Marcela Cohen, pela ajuda, atenção e paciência em todos os momentos.

Resumo

Stabile, Fernanda. As percepções dos alunos de administração diante as vagas de estágio. Rio de Janeiro, 2017. 73 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O estudo em questão tem por objetivo identificar as percepções dos alunos de administração diante as vagas de estágio divulgadas pelas empresas. Para isso foram efetuadas entrevistas em campo, com os jovens estudantes de administração da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-RIO. Através das entrevistas foi possível obter dados para descobrir os canais de busca por oportunidades de estágio utilizados pelos entrevistados, ou, para aqueles que não buscaram pelas oportunidades divulgadas, os conhecidos e os pretendidos para quando for utilizar. Também será possível descobrir os aspectos atraentes nas vagas, as informações expostas nas oportunidades que são recordadas e as que são julgadas como importantes, o período que os alunos consideram ideal para início do estágio, o período do curso em relação ao início das buscas pelas oportunidades, e a importância da experiência como estagiário para a formação do aluno. Através das respostas, foi realizada uma comparação entre os jovens que nunca buscaram por uma oportunidade, porém pensam sobre, em contraste aqueles que já buscaram, ou até mesmo já se ingressaram em um estágio.

Palavras-chave: Estágio; Vagas de estágio; Graduação; Estudantes; Trabalho; Busca por estágio.

Abstract

Stabile, Fernanda. The student's perceptions of administration before the internship vacancies. Rio de Janeiro, 2017. 73 p. Course Completion Work – Administration Department. Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.

The purpose of this study is to identify the students' perceptions of management in relation to internship vacancies disclosed by companies. For that, field interviews were conducted with the young management students of the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro, PUC-RIO. Through the interviews it was possible to obtain data to discover the channels of search for internship opportunities used by the interviewees, or, for those who do not look for the opportunities disclosed, the ones known and intended for when to use. It will also be possible to discover the attractive aspects in the vacancies, the information exposed in the opportunities that are remembered and those that are judged as important, the period that the students consider ideal for beginning the internship, the period of the course in relation to the beginning of the search for the opportunities, and the importance of the experience as trainee for the formation of the student. Through the answers, a comparison was made between the young people who never looked for an opportunity, but they think about, in contrast those who have already sought, or even already entered an internship.

Key-words: Internship; Internship vacancies; Company; University graduate; Student; Search for vacancies

Sumário

1 O problema	1
1.1. Introdução	1
1.2. Objetivo Final	3
1.3. Objetivos Intermediários	4
1.4. Delimitação e foco do estudo	6
1.5. Justificativa e relevância do estudo	6
2 Revisão de literatura	7
2.1. Administração e administradores	7
2.2. Graduação em Administração da PUC-Rio	8
2.3. A Geração Y	9
2.4. Estágio	10
2.4.1. Definição do conceito	10
2.4.2. Características do estagiário e diferenças entre estagiário e trainee	11
2.5. Canais de Marketing	12
2.5.1. O Mix de Promoção	12
2.5.2. Meios de divulgação disponíveis para vagas de estágio	13
3 Metodologia	16
3.1. Tipo de pesquisa	16
3.2. Seleção dos sujeitos	16
3.3. Coleta de dados	17
3.4. Tratamento e análise dos dados	18
3.5. Limitações do Estudo	18
4 Apresentação e análise dos resultados	20
4.1. Descrição do perfil dos entrevistados	20
4.2. Descrição e análise dos resultados	21
4.2.1. Perfil dos respondentes	21

4.2.2. Período das buscas e do início do estágio	22
4.2.3. Canais de divulgação de vagas de estágio	27
4.2.4. Informações fornecidas pelos canais de divulgação	33
4.2.5. Experimento realizado: Loyo vs. Mona	35
4.2.5.1. Experimento Loyo	36
4.2.5.2. Experimento Mona	38
4.2.5.3. Loyo vs. Mona	41
4.2.6. Alunos estagiários	42
5 Conclusões e recomendações para novos estudos	46
5.1. Sugestões e recomendações para novos estudos	47
6 Referências Bibliográficas	48
Anexo 1	51
Entrevista com o grupo que nunca buscou por vagas de estágio	51
Anexo 2	56
Entrevista com o grupo que já buscou ou está buscando por vagas de estágio	56
Anexo 3	62
Lista de exemplos de canais de divulgação de oportunidades de estágio	62
Anexo 4	63
Exemplos de oportunidades de estágio apresentadas aos entrevistados para análise	63

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Alunos e Alunos-Estagiários por Região, 2015	2
Tabela 2 - Condição dos respondentes que já tiveram contato com vagas de estágio.....	20
Tabela 3 – Frequência relativa dos entrevistados por idade e por grupo.....	21
Tabela 4 - Período do curso em que entrevistados se encontravam no momento das entrevistas	23
Tabela 5 - Motivo de tornar-se um estagiário	45

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Classificação do total dos entrevistados	22
Gráfico 2 - Alunos que nunca procuraram estágio:.....	24
Gráfico 3 - Alunos que já buscaram estágio: Período referente ao início das buscas pelas oportunidades vs. Período julgado ideal para buscar as oportunidades	25
Gráfico 4 - Período de início das buscas pelas oportunidades de estágio	26
Gráfico 5 - Período julgado ideal para início das buscas pelas oportunidades de estágio.....	26
Gráfico 6 - Período de início pelas buscas de estágio X Período de início do estágio	26
Gráfico 7 - Diferença de tempo: Período de início das buscas vs. Período de início do estágio.....	27
Gráfico 8 - Canais conhecidos pelos alunos que ainda não pesquisaram vagas de estágio: antes e depois dos exemplos	28
Gráfico 9 - Canais conhecidos e utilizados pelo grupo que já buscou estágio (% de respondentes).....	29
Gráfico 10 - Canais não utilizados pelo grupo que já buscou estágio (% de respondentes)	29
Gráfico 11 - Canais de divulgação conhecidos pelos entrevistados	30

Gráfico 12 - Formas de conhecimento dos canais.....	31
Gráfico 13 - Frequência de contato com as vagas nas áreas desejadas	31
Gráfico 14 - Classificação das buscas pelas oportunidades de estágio.....	32
Gráfico 15 - Informações recordadas das vagas de estágio divulgadas	33
Gráfico 16 - Informações mais importantes do total dos casos.....	35
Gráfico 17 - Informações mais importantes de acordo com cada grupo de entrevistados	35
Gráfico 18- Pontos positivos da oportunidade da empresa Loyo	37
Gráfico 19 - Pontos negativos da oportunidade da empresa Loyo.....	37
Gráfico 20 - Pontos positivos da oportunidade da empresa Mona.....	39
Gráfico 21 - Pontos negativos da oportunidade da empresa Mona	39
Gráfico 22 - Preferência entre Mona e Loyo de acordo com os grupos do estudo	42
Gráfico 23 – Avaliação geral: Loyo vs. Mona.....	42
Gráfico 24 - Situação dos entrevistados dos alunos que já buscaram pelas oportunidades.....	43
Gráfico 25 - Combinado e divulgação X Realidade	44

1 O problema

O problema a ser estudado nesse trabalho é a percepção dos alunos de Administração sobre os anúncios de estágio. Para isso, serão analisados dois tipos de alunos: aqueles que nunca procuraram estágio, mas planejam procurar em breve; e aqueles que já começaram a procurar estágio – estando, ou não, estagiando no momento.

1.1.Introdução

Ao ingressarem nas faculdades e universidades, os jovens estão conscientes de que em algum momento haverão de procurar oportunidades de estágio. Segundo Periard (2012) o estágio permite que os alunos, dos mais diversos cursos universitários, vivenciem experiências profissionais indispensáveis para o desenvolvimento da carreira. O estágio é considerado um complemento ao aprendizado de sala de aula, que permite ao jovem aplicar na prática o conteúdo teórico que lhe foi ensinado. Além da execução das tarefas delegadas, estes estagiários conviverão com profissionais das áreas, participando ativamente do dia a dia de uma empresa.

Não são todos os estudantes que já vivenciam alguma experiência profissional. De acordo com o site ABRES (Associação Brasileira de Estágios), os dados do último Censo da Educação Básica do Inep/MEC, do ano de 2015, apresentados na Tabela 1, indicam que dos 8.027.297 estudantes do ensino superior, apenas 740 mil estagiam, o que equivale a 9,2% do total. Em relação as grandes regiões, a região Sudeste destaca das demais regiões, tanto pelo número de alunos graduandos, quanto pela relação aluno-estagiários.

Além disso, dos mais de 8 milhões matriculados e aprovados no ano de 2015, o curso que obteve maior inscrição foi o de Administração, com um total de 1.299.065, 16,2% do total. O curso de Administração também se destacou por ser o curso que apresentou um maior número de concluintes: 257.331 alunos.

Tabela 1 – Alunos e Alunos-Estagiários por Região, 2015

Região	Alunos Freq. absoluta e relativa	Alunos estagiários Freq. absoluta e relativa
Norte	647.609 (8,07%)	19.733 (2,67%)
Nordeste	1.694.680 (21,11%)	56.381 (7,62%)
Centro-Oeste	755.096 (9,41%)	43.695 (5,90%)
Sudeste	3.618.711 (45,08%)	444.001 (60,00%)
Sul	1.311.201 (16,33%)	176.190 (23,81%)
TOTAL	8.027.297 (100%)	740.000 (100%)

Fonte: 1. Inep/ MEC 2015 2. Abres 2017.

A busca por estágio realizada por jovens cresceu de 12% para 16%, no ano de 2017, segundo o site www.contratanet.com.br. Mesmo que a experiência seja enriquecedora ao indivíduo, muitos não conseguem ingressar nas empresas, seja por falta de habilidades, não enquadramento ao perfil da vaga na visão da organização, ou até mesmo por falta de interesse em trabalhar simultaneamente aos estudos.

Uma das dúvidas observadas como frequentes entre os jovens universitários é sobre qual o melhor período para iniciar as buscas e conseguir ingressar em uma empresa. De acordo com Silva (2017), não existe uma forma padrão que funcione com todos os profissionais, porém recomenda-se que a procura por uma chance na área inicie logo nos primeiros períodos da faculdade, pois a experiência profissional, além de enriquecer o currículo, também é uma forma de colocar em prática os aprendizados de sala de aula, podendo engrandecer o aluno trazendo uma nova perspectiva.

Existem diversos meios de busca por categoria de vaga, como por exemplo: sites de empresas, cartazes e anúncios espalhados pela faculdade, anúncios em jornais e também em redes sociais, como a rede social Facebook. Porém, a internet é um elemento que contribui nesse processo, um simples *click* permite acesso a diversos ambientes que fornecem várias informações. Por outro lado, a quantidade de resultados também dificulta a busca.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é verificar a percepção dos alunos do curso de Administração da PUC-Rio sobre os anúncios das vagas de estágio, permitindo uma comparação de visões dos que ainda não procuraram estágio, mas estão pretendendo iniciar as buscas em breve, com aqueles que estão buscando ou já buscaram oportunidades de estágio.

O tema do estudo foi motivado através da percepção de que muitos estudantes não sabem ao certo como buscar pelas oportunidades de estágio. “Chegou a hora de me preocupar em arrumar um estágio, e agora?” ou “Não estou conseguindo arranjar um estágio, o que será que os outros estão fazendo para consegui-los?”. Os alunos procuram dicas de meios de divulgação, período ideal para iniciar as pesquisas, empresas recomendadas e o que as empresas estão oferecendo ao ocupante do cargo como estagiário, como os benefícios.

É de se notar que os estudantes buscam obter dicas através de outros estudantes e conhecidos. Porém, as dicas se restringem a poucas pessoas que as fornecem, o que acaba limitando aquele que deseja iniciar as buscas ou que já está procurando pelas oportunidades. Com isso, o estudo permitirá analisar a percepção dos alunos do curso de Administração diante as vagas de estágio, e assim verificar suas diversas opiniões, sendo então um meio em que eles poderão consultar para saber o que outros estudantes, da mesma situação, estão pensando sobre o tema.

1.2.Objetivo Final

O objetivo final deste trabalho é verificar a percepção dos alunos de Administração da PUC-Rio diante dos tópicos envolvidos em um anúncio de estágio. Tais tópicos estão listados a seguir:

- quais os canais de divulgação de anúncios de estágio são conhecidos, e por aqueles que já procuraram estágio descobrir quais dos canais conhecidos também são utilizados;
- o período da faculdade iniciado ou pretendido para o início das buscas pelas oportunidades de estágio;
- o período da faculdade julgado como o melhor para dar início as buscas pelas oportunidades;
- a importância da experiência do estágio na visão dos alunos;
- motivo que leva os estudantes a se tornarem estagiários;
- os atributos que são lembrados após o contato com o anúncio de estágio. E desses, descobrir os que são julgados como necessários, e os que são mais atrativos na hora de analisar a oferta de estágio.

Para a realização deste estudo, os alunos foram divididos em dois grupos:
Grupo 1: alunos que pretendem iniciar a busca por estágio em breve;
Grupo 2: alunos que já procuraram estágio, ou que estão procurando no momento.

1.3.Objetivos Intermediários

Para se atingir o objetivo final, esse estudo prevê os seguintes objetivos intermediários a serem alcançados:

- a. **Verificação do grau de facilidade ou dificuldade de acesso às oportunidades de estágio.**

Essa verificação permitirá compreender se, na visão dos jovens universitários, a busca e acesso as vagas são consideradas de fácil, médio ou de difícil acesso, e entender o porquê. Esse tópico será analisado somente através dos alunos que já buscaram ou estão buscando pelas oportunidades de estágio.

- b. **Verificar se, nos meios de busca mencionados nas entrevistas, o estudante encontra vagas referente a sua área de interesse.**

Assim, será possível concluir se os meios de buscas foram eficazes para os estudantes que buscavam as vagas. Esse tópico será analisado somente através da percepção dos alunos que já buscaram ou estão buscando pelas oportunidades divulgadas pelas empresas.

- c. **Verificar se os estudantes, do grupo relacionado aos que já buscaram ou buscam pelas oportunidades, conseguiram ingressar em estágios através dos canais de busca.**

Este tópico contribuirá para o estudo com o objetivo de informar se os meios usados foram eficazes e ajudaram os jovens conseguiram conquistar a vaga de estágio.

- d. **Identificar os atributos considerados mais atrativos através da comparação exemplo de duas oportunidades de estágio diferentes.**

Este item auxiliará ao estudo pelo fato de, através de exemplos, verificar as informações que atraem nas vagas, e o como elas influenciam na hora de julgar qual oportunidade agrada mais.

- e. **Verificar o comprometimento da empresa diante das informações divulgadas em comparação ao que é colocado em prática.**

Este tópico contará com as respostas daqueles que já estagiaram ou estagiam, permitindo saber se as atividades divulgadas para o cargo são as mesmas que são executadas pelos estagiários, se o salário recebido condiz com o combinado, e também se as horas de trabalho seguem o contrato.

- f. **Analisar se o conteúdo colocado em prática no estágio condiz com o conteúdo ensinado pelo curso de Administração.**

Esse tópico busca analisar a relação entre as atividades do estágio com o conteúdo que foi aprendido na faculdade, sendo possível concluir o quanto de importância tem o aprendizado diante da tarefa da área que atuam/atuaram. Isso será aplicado apenas aos alunos que já passaram ou estão passando por experiências profissionais.

- g. **Verificar o tempo que leva a busca pelas oportunidades, até o momento da inserção no cargo.**

Este tópico permitirá verificar o tempo que o estudante leva a conseguir um estágio, sendo calculado desde o período do curso em que foi dado início às pesquisas, até o momento de inserção em alguma empresa. Esse item contará somente com as respostas dos estudantes que já estagiaram ou que estão estagiando.

- h. **Identificar a forma pela qual os entrevistados passaram a conhecer os canais de divulgação utilizados, ou que já tiveram contato.**

Assim, será possível descobrir as formas pelas quais as pessoas têm acesso aos meios que realizam exposição de vagas de estágio.

- i. **Verificar informações específicas da relação empregador e empregado.**

Este tópico permitirá verificar se as empresas seguem a lei no que tange as horas limites por dia de estágio, se os alunos que já obtiveram experiências foram remunerados, e também se as empresas dispensam seus funcionários em período de provas na faculdade.

1.4.Delimitação e foco do estudo

Este estudo volta-se mais especificamente para abordar a questão dos anúncios de estágio através da percepção dos alunos de Administração da PUC-RIO. Será realizada uma comparação entre dois grupos de entrevistados: os que ainda não pesquisaram sobre vaga de estágio, e aqueles que já pesquisaram ou estão pesquisando.

Além do curso e faculdade dos graduandos, outra delimitação é o fato de saber se o estudante já está pensando em começar a se informar sobre estágios e pretende iniciar as buscas pelas oportunidades em breve, ou também se ele já buscou ou está buscando pelas vagas do cargo em questão.

Embora relevante, não se pretende tratar da questão de busca de vagas em geral, como por exemplo: vagas de trainee, analistas, assistentes, gerentes, etc. A escolha do estudo voltada apenas para vaga de estágio ocorre pelo fato de que os jovens universitários tendem a buscar, mais especificamente, por oportunidades de estágio ao longo do curso de graduação.

1.5.Justificativa e relevância do estudo

As informações que esse estudo pretende produzir se mostram interessantes e relevantes pelo fato de que ajudará tanto as empresas quanto os estudantes. Para os estudantes, ajudará na descoberta de novos meios de divulgação, informações fornecidas por jovens da mesma faixa etária e que se encontram na mesma situação, como por exemplo informar-se do melhor período de iniciar as pesquisas pelas vagas e aspectos que as empresas divulgam em suas oportunidades.

Já para as empresas, descobrir novos meios em que possa expor suas oportunidades, poder comparar com os que já realiza as divulgações, além de verificar atributos que o seu público-alvo considera interessante e atrativo nas oportunidades expostas.

O estudo em questão poderá também auxiliar futuros estudos, pelo fato deste fornecer uma visão geral dos principais meios de busca por oportunidades de estágio de uma universidade particular, além de haver a comparação das informações coletadas entre os estudantes que já iniciaram as buscas pelas oportunidades e os que pretendem iniciar as pesquisas brevemente.

2 Revisão de literatura

Neste Capítulo 2 são apresentados e discutidos aspectos que servirão de base para a análise realizada.

A primeira seção aborda o conceito de administração, enquanto que a graduação no curso de administração oferecido pela PUC-Rio é o assunto da segunda seção.

A terceira seção abrange o assunto Geração Y, tendo em vista que os entrevistados para esse estudo são os jovens dessa geração. Já a quarta seção aborda o tema “estágio”.

Por fim, a quinta sessão abrange os canais de marketing, havendo a definição dos conceitos.

2.1.Administração e administradores

Segundo Chiavenato (2014), a administração moderna veio aparecendo ao longo da história da humanidade. Diz ele que as sociedades típicas dos países desenvolvidos possuem uma multiplicidade de organizações e que tais empresas precisam ser administradas para tornarem-se mais eficientes e eficazes. A administração é aquela que trata do planejamento, da organização (estruturação), da direção e do controle de todas as atividades (CHIAVENATO, 2014). Esse autor refere-se ao conceito de administração como sendo “o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos e competências a fim de alcançar objetivos organizacionais” (CHIAVENATO, 2014, p.11).

Chiavenato (2014) destaca a influência do filósofo diante aos atuais conceitos de Administração, como por exemplo Sócrates, o filósofo grego, que define Administração “como uma habilidade pessoal separada do conhecimento técnico e da experiência” (CHIAVENATO, 2014, p.32).

Segundo Maximiano (2000), o conceito ‘administrar’ consiste em ser o processo que torna, realiza e alcança ações que utilizam recursos para atingir objetivos. O autor refere-se à administração como sendo ação, pelo fato de ser um processo de tomar decisões e realizar ações que compreende outros processos, como planejamento, execução, controle e organização. O conceito

também é considerado como um grupo de pessoas, sendo essas pessoas as que administram qualquer conjunto de recursos, além de ser uma arte que exige habilidades e ser uma disciplina por ter uma história recente que está organizada de uma forma que abrange conhecimentos.

Os administradores, segundo Robbins (2002), são os indivíduos que, através de outras pessoas, realizam tarefas, como por exemplo tomar decisões, alocar recursos e dirigir as atividades de outros para atingir um objetivo. Na visão de Robbins (2002), as tarefas dos administradores foram condensadas para: planejamento, organização, direção e controle. Ele destaca os papéis dos administradores, sendo esses: interpessoais, que são as tarefas de natureza cerimonial e simbólica, divididos em símbolo, líder e ligação; os informacionais, que estão relacionadas as informações de outras organizações ou instituições, que abrange o monitor, disseminador e porta-voz; e por fim, os decisórios, englobando os papéis de empreendedor, gerenciador de turbulências, alocador de recursos e negociador.

Como uma forma de verificar as tarefas de um administrador, são identificadas as habilidades ou competências de alcance dos objetivos. Segundo Robbins (2002), as habilidades técnicas consistem na capacidade de aplicação de conhecimentos específicos, já as habilidades humanas tratam da capacidade de trabalhar com outros indivíduos, buscando compreendê-las e motivá-las. As habilidades conceituais referem-se à capacidade cognitiva, ou seja, processo de adquirir conhecimento através da percepção, atenção, associação, memória, raciocínio, juízo, imaginação, pensamento e linguagem.

2.2. Graduação em Administração da PUC-Rio

A Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) oferece uma diversidade de opções de cursos de graduação. Dentre tais opções, tem-se o curso de Administração da Escola de Negócios. O curso em questão tem como duração mínima de 3.150 horas-aula, relativos a quatro anos letivos, podendo ser cursados nos horários diurnos e noturnos. O número de alunos do curso de Administração varia em torno de 950 a 1.200 por período, de acordo com a professora e coordenadora do IAG carreiras PUC-Rio, Renata Machado.

Segundo o site do IAG, a Escola de Negócios da PUC-Rio, o curso de Administração possui como missão a formação de administradores que sejam tecnicamente competentes, que possam realizar mudanças, tornando-se

profissionais criativos e questionadores, e que sejam capazes de identificar de maneira rápida e eficiente a realidade social que está em constante mudança.

A Escola de Negócios da PUC-Rio define que o objetivo dos alunos formados em Administração pela universidade é a formação de um profissional completo, sendo um agente de mudanças com formação técnica e acadêmica, além de visão global dos negócios. A PUC-Rio busca preparar os alunos para que sejam capazes de atuar em diversas organizações devido a educação e formação humanística, ou seja, devido à expansão da imaginação moral de uma pessoa.

O site Folha de S.Paulo divulgou o ranking de das universidades do Brasil, do curso de Administração de empresas referente ao ano de 2016. De acordo com esse ranking, a PUC-Rio encontra-se em 18º posição, dentre 1.502 universidades. Vale ressaltar também que a universidade se encontra em 6ª posição entre as 15 melhores universidades do Brasil no ano de 2016, de acordo com o site Exame. Nota-se assim que a PUC-Rio é conceituada como uma das melhores do Brasil, e está em boa posição no que tange o curso de Administração de empresas.

2.3. A Geração Y

Segundo Galland (2007), um dos marcos da passagem para a vida adulta se dá pelo ingresso do jovem no mercado de trabalho. Nos parágrafos a seguir é tratada a questão da Geração Y no contexto do mercado de trabalho.

De acordo com Rocha de Oliveira, Piccinini e Bitencourt (2012), os jovens da Geração Y, conhecidos como os nascidos a partir de 1978, são os que o comportamento segue o ritmo de mudança, possuem alta capacidade interativa, agilidade no acesso à informações e entendimento do mundo.

Já de acordo com Foja (2015), os jovens da geração Y são os nascidos entre os anos de 1980 e 2000. Como características, pode-se destacar: são os que possuem menos disposição, quando comparados às gerações anteriores; buscam estabilidade e carreira promissora; são mais hedonistas; são concentrados em si mesmos; e estão expostos a uma gama de informações, muito superior aos antecessores. São também aqueles que sabem o que querem e executam a partir de suas decisões, focados em resultados, e não em processos. Além disso, precisam receber *feedback* constante, e estão dispostos a construir relações de compromisso e lealdade com as organizações.

Segundo Palfrey e Gasser (2008), os jovens da Geração Y são os nativos digitais, ou seja, aqueles que nasceram junto a inovações tecnológicas que foram inseridas na sociedade com muita intensidade. O crescimento desses jovens deu-

se ao contato frequente com a tecnologia desenvolvida, como por exemplo computadores, telefones celulares e jogos eletrônicos. Essa geração digitalizada é fanática por aparelhos digitais, fazendo deles um bem necessário no cotidiano.

A Geração Y, segundo Oliveira (2010), é a geração da inovação, de possuir significado, de conciliar o trabalho com uma boa qualidade de vida, os que desejam trabalhar com o que gostam e se identificam, num ambiente alegre e com senso de importância e pertencimento. Essa geração está se inserindo no mercado de trabalho e passando a influenciar os destinos das organizações e da sociedade.

Segundo Glass (2007), a Geração Y possui como características as pessoas que gostam de receber feedback, o que está relacionado ao envolvimento emocional com seus pais. Além disso também são os que preferem as formas de comunicação instantâneas. Glass (2007) ressalta ainda que esses jovens são obcecados pelo desenvolvimento da carreira.

Os alunos envolvidos nesse estudo são os jovens desta Geração Y. Sendo assim, os conceitos acima permitem traçar o perfil dos estudantes que farão parte desta pesquisa.

2.4. Estágio

2.4.1. Definição do conceito

De acordo com a Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, Art. 1º, o 'estágio supervisionado' é definido como o

“ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, na modalidade profissional da educação de jovens e adultos”.

Existem dois tipos de estágios, sendo classificados como obrigatório e não obrigatório. O primeiro consiste, segundo a Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008, Art. 2º, § 1º, como o estágio definido como obrigatório pelo curso, e que a carga horária é necessária para a aprovação e obtenção do diploma. Já no § 2º, o estágio não-obrigatório consiste em uma atividade opcional, em que a carga

horária regular e obrigatória será acrescida. O Art. 3º menciona que este tipo de atividade não cria vínculo empregatício com as organizações.

O conceito de estágio supervisionado, segundo Bianchi (2005), consiste em uma experiência em que o aluno demonstra seu caráter, independência e criatividade. Considerado como uma etapa de vida, esse estágio permite que as pessoas avaliem suas escolhas profissionais em relação às suas aptidões técnicas, além de proporcionar crescimento pessoal e profissional. O estágio supervisionado é oferecido aos graduandos a partir da metade dos cursos de licenciatura, momento em que os alunos já se encontram inseridos nas discussões acadêmicas para a formação docente.

2.4.2. Características do estagiário e diferenças entre estagiário e trainee

O estagiário tem a jornada de atividade definida através de um acordo entre a instituição de ensino, a parte concedente e o aluno estagiário ou representante legal do mesmo, sendo necessário a constatação do termo de compromisso ser compatível com as atividades escolares e não pode ultrapassar de 6 horas diárias, sendo assim 30 horas semanais, servindo para os estudantes do ensino superior, de educação profissional de nível médio e do ensino médio regular. Ainda dentro da mesma lei, tem-se que o estágio, sendo ele obrigatório ou não obrigatório, não cria vínculos empregatícios de qualquer natureza.

Em linhas gerais, o estagiário é aquele que exerce atividades de aprendizagem obtidas através da vivência e participação em situações reais no meio trabalhista, esse se torna um profissional qualificado para ser inserido no mercado de trabalho. O estágio permite o contato precoce do estagiário com situações que surgirão diante das atividades a serem realizadas.

No que tange a remuneração do estagiário, ele poderá receber bolsa auxílio ou alguma outra forma de contraprestação acordada. A concessão de benefícios, como vale transporte, alimentação e saúde, não caracteriza vínculo empregatício.

O trainee, diferente do estagiário, é a pessoa que está sendo treinada. Normalmente é um profissional recém-formado que participa de um programa de treinamento profissionalizante oferecido pela empresa, e esse treinamento ocorre através do *job rotation*, ou seja, quando o indivíduo participa das atividades de diversas áreas de uma empresa. A função de trainee, juridicamente, considera o ocupante do cargo como um empregado, como outro qualquer, dentro de uma

organização, e ele irá usufruir dos mesmos direitos decorrentes de uma relação empregatícia.

Uma diferença entre as funções de estagiário e de trainee que pode ser destacado é que os contratos de ambos são diferentes. Enquanto no primeiro existe uma relação trilateral entre o estagiário, a instituição de ensino e a parte concedente do estágio, a relação do segundo se limita numa relação jurídica entre a empresa empregadora e o trainee.

É possível notar a diferença entre os estagiários e trainees, e essa diferença ressalta-se quando os direitos dos trabalhadores de cada função são colocados em pauta. Nota-se que os estagiários não possuem direitos por não obterem carteira de trabalho assinada, já os trainees possuem alguns dos diversos direitos que um empregado de carteira assinada usufrui.

2.5. Canais de Marketing

Segundo Kotler e Keller (2012), diante aos tipos de canais de marketing existentes, os profissionais de marketing selecionam aqueles que julgam como os melhores e mais certos para atingir seu público-alvo. Os canais de comunicação são responsáveis pelo envio e recebimento de mensagens do público-alvo através de jornais, revistas e internet, por exemplo. Além disso, a comunicação ocorre também por intermédio da aparência de sites, entre outros meios. Ainda de acordo com Kotler e Keller (2012) as empresas buscam cada vez mais disponibilizar canais bidirecionais, como e-mail – por exemplo, como complemento aos unidirecionais, como as propagandas.

A divulgação de oportunidades de cargos pelas empresas precisa ser realizada através dos canais em que o perfil de candidatos desejado seja alcançado. Existem empresas que divulgam em diferentes meios, como por exemplo aquelas que divulgam em sites de recrutamento e seleção, páginas do Facebook e site da empresa. Também existem aquelas que se restringem, buscando um público mais seletivo: o exemplo disso são as empresas que entram em contato direto com universidades específicas para divulgarem aos alunos as oportunidades.

2.5.1.O Mix de Promoção

Segundo Kotler e Armstrong (2007), as empresas desenvolvem seu mix de marketing através das estratégias de marketing, que é a “lógica de marketing por

meio da qual a empresa espera criar esse valor para o cliente e alcançar esses objetivos lucrativos” (KOTLER, 2007, p.39). Assim, o sucesso das empresas ocorre quando elas se voltam para os clientes. O mix de marketing é composto pelos fatores produto, preço, praça e promoção, porém, para essa sessão o foco será voltado ao mix de promoção.

O mix de promoção, também conhecido como mix de comunicação de marketing, consiste na combinação de propaganda, promoção de vendas, relações públicas, venda pessoal e marketing direto. Analisando o estudo em questão, as divulgações das oportunidades de estágio pelas empresas encaixam-se no conceito de marketing direto. De acordo com a definição de Kotler e Armstrong (2007), o marketing direto consiste em “contatos diretos com os consumidores individuais cuidadosamente definidos como alvo, com o objetivo de obter resposta imediata e cultivar relacionamentos duradouros” (KOTLER, 2007, p.357). Os meios utilizados pelo marketing direto são a mala direta, telefone, TV de resposta direta, e-mail, internet e outras ferramentas em que a comunicação seja direta com o público.

Analisando a questão das vagas divulgadas, algumas empresas buscam essa comunicação direta, como por exemplo, através da internet por meio de sites próprios, páginas em redes sociais, e através de e-mails, como por exemplo quando um candidato conclui sua candidatura pela vaga, as empresas realizam envios de e-mails ou telefonemas para o contato direto com os interessados. Como um exemplo prático, no caso da PUC-Rio, todo ano ocorre o evento denominado de Mostra PUC, assim, as empresas conseguem se expor e ter contato direto aos alunos da faculdade.

2.5.2. Meios de divulgação disponíveis para vagas de estágio

Uma das principais tarefas da área de Recursos Humanos de uma empresa é a atração de bons profissionais, e para isso os meios de divulgação e descrição da vaga são alguns dos principais aspectos que necessitam de cuidados.

Segundo Kotler e Keller (2012), os canais de marketing consistem em um conjunto de organizações interdependentes que estão relacionadas a disponibilização de um bem ou serviço para uso ou consumo. Os intermediários, aqueles que não vendem diretamente um produto ou serviço para os consumidores finais, constituem um canal de marketing. Os canais escolhidos a serem utilizados por uma organização afetam outras decisões do marketing, e que a escolha de tais canais depende da estratégia de marketing da empresa em

relação à segmentação, seleção de alvo e posicionamento, de acordo com Kotler e Keller (2012). O posicionamento ajuda o público-alvo a identificar o diferencial de uma empresa em comparação aos concorrentes, segundo Kotler (2012). No caso das vagas de estágio, uma empresa, para divulgar suas oportunidades em aberto é necessário conhecer o público-alvo, ou seja, o perfil específico que se deseja atrair através dos meios em que foi exposto as vagas.

O site www.passanorh.99jobs.com oferece dicas para a realização de divulgação de vagas para atrair bons profissionais. Como a primeira dica encontrada, tem-se que para atrair o perfil de candidatos que deseja é necessário conhecê-los antes. É importante conhecer o mercado de trabalho e os tipos de profissionais que se deseja atrair com o anúncio. A probabilidade de atingir os profissionais desejados é maior quando eles são estudados. O estudo voltado a conhecer melhor o perfil dos candidatos ideais para as vagas da empresa pode ajudar a evitar o desperdício de tempo e dinheiro com processos, focando naquilo que deseja, investindo nos meios mais assertivos. Além disso, é necessário conhecer os canais que podem ser utilizados para as chamadas.

Como os principais meios de divulgação das vagas de emprego, destacados através da plataforma online Passa no RH, têm-se as plataformas de recrutamento e seleção existentes, que consiste em sites que possuem como foco o recrutamento de profissionais, sendo considerado este tipo de forma de divulgação prática e abrangente levando-os a crescer. Dentre eles, destacam-se: Vagas.com, InfoJobs, Eureka, Nube, Catho, Empregos.com.br, Instituto Capacitare, Estagiários.com, Rio Vagas, site do CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola), Cia de Estágios e Super Estágios. Nesses sites, além do indivíduo cadastrar seu currículo, as empresas podem exigir a realização de testes, como de português, raciocínio lógico e inglês, para finalizar a candidatura da vaga. Para algumas empresas, este tipo de teste consiste em uma etapa eliminatória, em que para a continuidade no processo da vaga é exigido uma nota mínima para aprovação.

Outra forma de divulgação são as redes sociais, como por exemplo, Facebook, Instagram e Twitter, consideradas ótimas aliadas quando são bem utilizadas. Através do Facebook, as vagas normalmente são divulgadas em páginas voltadas a oportunidades, como: Estágio Online, Estágio/Trainee PUC-Rio, Vagas de estágio Administração e Ciências contábeis, Empregos e Estágios RJ, e Oportunidade de Estágio e Trabalho. As organizações nem sempre divulgam diretamente estas vagas, às vezes algum funcionário da empresa que posta as oportunidades no mural dessas páginas. Perfis como Super Estágios são

encontrados no Instagram e Vagas.com, assim como Vagas Empregos Rio divulgam também pelo Twitter.

Mais uma dica são as revistas especializadas, aquelas voltadas para cargos específicos. Porém, um ponto negativo deste canal é que nem sempre é acessível, especialmente para empresas de pequeno e médio porte, pois o espaço nestas revistas conceituadas não é barato.

Os murais públicos também são exemplos, mesmo que esta forma já tenha sido considerada uma das mais populares, a facilidade fornecida pela internet fez com que aumentasse o desuso de tal meio. Como o último canal mencionado pelo site www.passanorh.99jobs.com, têm-se os jornais impressos, que ainda são bastante utilizados por agências de empregos, possuindo custos baixos, porém o resultado dependerá do público-alvo.

A Escola de Negócios da PUC-Rio recebe constantemente oportunidades de empresas que entram em contato com a universidade para divulgação das vagas via e-mail. Assim, os alunos de administração recebem e-mail do IAG Carreiras, sendo um canal exclusivo para informação de vagas de estágio para os alunos do curso.

Retomando as informações do site www.passanorh.99jobs.com, contar com a ajuda de plataformas de recrutamento, sendo que os sites especializados vêm sendo cada vez mais utilizados pelos profissionais de Recursos Humanos. O investimento nesse tipo de plataforma é considerado baixo quando comparado a outros meios de divulgação, ainda mais quando se leva em conta os benefícios para o processo de contratação.

Para que a empresa consiga conquistar o público desejado, é necessário que ela divulgue a vaga de uma forma que mostre ao interessado que essa empresa é a melhor opção, indicando o porquê de ser a melhor, como através da divulgação dos benefícios, horários de trabalho, missão e visão da empresa.

3 Metodologia

Este Capítulo 3 pretende informar sobre as diversas decisões sobre forma como este estudo foi realizado. Ele está dividido em cinco seções que informam, respectivamente, as etapas de coleta de dados do estudo realizado e sobre as fontes de informação selecionadas para coleta de informações neste estudo. Na sequência, são abordados os processos e instrumentos de coleta de dados realizados em cada etapa, com respectivas justificativas, as formas escolhidas para tratar e analisar os dados coletados e, por fim, as possíveis repercussões que as decisões sobre como realizar o estudo impuseram aos resultados assim obtidos.

3.1. Tipo de pesquisa

No que tange o objetivo da pesquisa, esta possui caráter exploratório, uma vez que se possui pouco conhecimento acerca do tema estudado, devido a sua atualidade. A pesquisa exploratória visa proporcionar ao pesquisador uma maior familiaridade com o problema em estudo, segundo Campi (2012). Na visão de Malhotra (2001), o principal objetivo da pesquisa exploratória é possibilitar o entendimento do problema enfrentado pelo pesquisador.

3.2. Seleção dos sujeitos

Tendo em vista o objetivo a ser analisado, o foco desta pesquisa é entrevistar estudantes de administração da PUC-Rio, sendo esses os que estão buscando ou que já buscaram por vagas de estágio, e aqueles que pretendem iniciar as buscas em breve. Sendo assim, os entrevistados foram classificados em dois grupos: um grupo composto por aqueles que ainda não pesquisaram por vagas de estágio, porém já estão pensando em iniciar as buscas; e o outro grupo composto pelos entrevistados que ou já buscaram ou que estão buscando pelas oportunidades. O tipo de amostragem é a não probabilística, por acessibilidade, devido ao fato dos entrevistados serem selecionados porque estavam prontamente disponíveis, e não porque eles foram selecionados por meio de um critério estatístico.

3.3. Coleta de dados

Inicialmente houve uma pesquisa com dados secundários, apresentados no referencial teórico do trabalho, para assim ser possível uma melhor compreensão dos conceitos que estão relacionados ao estudo em questão. Através destes conceitos o entendimento sobre o tema torna-se mais claro, permitindo um conhecimento mais ampliado e concreto de ser abordado no momento das entrevistas.

Referente à coleta de dados, foram realizadas entrevistas com 50 estudantes, seguindo um roteiro estruturado para cada grupo: os que já haviam buscado pelas oportunidades; e os que ainda não haviam buscado. As perguntas dos roteiros, de forma geral, buscavam entender:

- Os canais de divulgação de vagas que são conhecidos e utilizados;
- O período da graduação que é julgado como o ideal para iniciar as pesquisas pelas vagas;
- O período que as buscas foram iniciadas ou que os jovens pretendem iniciar;
- As informações fornecidas em oportunidades de estágio que são recordadas e consideradas como importantes e relevantes;
- A importância da experiência como estagiário;
- O motivo que leva o estudante a buscar por estágio.

A intenção do tamanho da amostra foi baseada no total de estudantes do curso, que gira em torno de 950 a 1.020 estudantes, de acordo com a coordenadora do IAG carreiras da PUC-Rio, Renata Machado. Diante o número total de alunos do IAG, foi estabelecido uma margem de erro de 13,5%. Devido ao fato das entrevistas serem realizadas em campo e que seria necessário haver comparação entre os dois grupos abordados, o número da amostra permaneceu em 50 participantes.

As entrevistas foram realizadas face a face, sem agendamento e sem local estabelecido. Elas aconteceram no próprio campus da universidade, mais especificamente na Escola de Negócios da PUC-RIO, o IAG, sendo neste local onde se concentra a maioria dos alunos de administração. Os turnos em que as idas a campo aconteceram variaram entre manhã, tarde e noite, buscando assim não haver limitações de entrevistados. Em média o tempo de duração de cada entrevista foi cerca de 10 minutos. As entrevistas foram realizadas no mês de setembro de 2017, entre os dias 3 e 30.

3.4.Tratamento e análise dos dados

O tratamento dos dados foi realizado de forma quantitativa, através de procedimentos estatísticos.

Por fim, foi realizada a transcrição das entrevistas para se obter um melhor aproveitamento e uma melhor análise do que foi obtido nas mesmas. Além disso, as respostas foram tabuladas para que se pudesse realizar cruzamento com os dados.

3.5.Limitações do Estudo

Este trabalho proporciona várias informações relevantes acerca das perspectivas dos estudantes sobre as vagas de estágio, mas ele possui algumas limitações que devem ser consideradas.

O primeiro problema identificado foi a dificuldade de encontrar os alunos alvo da pesquisa, tendo em vista que grande parte deles estavam em aula ou com pouco tempo disponível para a entrevista, já que o horário de início das próximas aulas se aproximava. Como solução, buscou-se esses alunos em ambientes mais descontraídos, como gourmet, espaço com várias mesas e cadeias ao ar livre no IAG.

A faculdade é um ambiente que dificilmente, em horário livre, os alunos circulam ou estão sozinhos. A abordagem em grupo era executada, porém as entrevistas eram realizadas de forma separada, para que as respostas não fossem influenciadas. Sendo assim, alguns estudantes do perfil desejado resistiam em necessitar esperar pelo outro. Este problema ocorreu com pouca frequência, porém impossibilitou a prática de outras entrevistas. Para contornar essa limitação, a estratégia adotada e de sucesso foi a percepção dos alunos que estavam descontraídos e que não pareciam estar discutindo ou realizando algo referente a faculdade. Sendo assim, a abordagem foi facilitada, e as pessoas estavam mais dispostas a ajudar.

Foi notório que o tamanho do roteiro da entrevista assustou alguns dos entrevistados, principalmente aqueles que em pouco tempo deveriam se dirigir a sala de aula. A preocupação foi de que os resultados não fossem fornecidos de forma que o pensamento fosse completo ou verdadeiro. Porém, de forma a amenizar essa percepção, era informado aos mesmo que as entrevistas durariam

cerca de dez minutos, e após o início das perguntas, perceberam que as não iria demorar, como parecia imaginar, e acabaram por realiza-las com calma. Para evitar a pressa, para os alunos que em breve teriam aula, a pesquisa não foi realizada no momento da primeira abordagem.

A veracidade dos dados é um obstáculo que é necessário utilizar estratégias para que ele seja contornado. A veracidade seria prejudicada caso as entrevistas fossem realizadas com os alunos que se mostram desinteressados na pesquisa, ou prestes a entrar em aula, ou por algum outro motivo que foi considerado um empecilho a veracidade da informação. Sendo assim, as entrevistas aconteceram somente com aqueles que disseram que estavam com tempo livre, sem início de aula com menos de 15 minutos, e que se demonstraram interesse em ajudar.

Por fim, a última limitação a ser destacada é que, no espaço do IAG, aulas de outros cursos são realizadas, sendo assim, uma parte significativa das pessoas abordadas não eram do curso de administração. Esses alunos de diferentes cursos se localizavam nos mesmos ambientes daqueles que eram o foco do estudo. Para evitar perda de tempo, a abordagem era iniciada com a frase: “Oi, tudo bem? Você cursa administração?”, o que permitia um ganho de tempo para encerrar a conversa caso a resposta fosse negativa, seguido uma breve explicação do por que a abordagem e da não continuação.

4 Apresentação e análise dos resultados

O Capítulo 4 está organizado em duas seções, apresentando a análise dos principais resultados alcançados.

Será apresentada na Seção 4.1 a descrição do perfil dos entrevistados. Na Seção 4.2 será realizada a análise dos resultados da pesquisa, incluindo: canais de divulgação de vagas; informações relevantes expostas nas oportunidades; importância da experiência como estagiário para o aluno de administração; período da faculdade para início e julgado como o ideal para buscas; entre outros tópicos.

4.1. Descrição do perfil dos entrevistados

Dos 50 entrevistados, 50% foram alunos que já buscaram por oportunidades de estágio, estando ou não estagiando, e a outra metade são alunos que ainda não iniciaram as buscas pelas oportunidades em aberto, porém pretendem iniciá-las brevemente.

Dos 25 alunos classificados entre os que já buscaram pelas oportunidades de estágio, tem-se que 48% estavam estagiando no momento em que a entrevista foi realizada, 28% já estagiou, porém no momento do estudo já havia saído da empresa, e 24% foi composto pelos alunos que nunca estagiaram, porém já deram início as buscas pelas vagas em aberto, como apresentado na Tabela 2.

Tabela 2 - Condição dos respondentes que já tiveram contato com vagas de estágio

Condição	Frequência absoluta	Frequência relativa
Estagiando	12	48%
Já estagiou	7	28%
Nunca estagiou	6	24%
TOTAL	25	100%

A outra metade dos entrevistados foi composta pelos alunos que ainda não haviam iniciado as pesquisas pelas vagas de estágio, porém que pretendiam começar as buscas brevemente. Esse grupo não possuía como critério que o

respondente já tivesse tido contato com vagas de estágio, sua classificação dependeria se ele já iniciou as buscas com a intenção de inserção no cargo como estagiário, ou não.

4.2. Descrição e análise dos resultados

Após a coleta dos dados necessários para este estudo, torna-se possível a análise dos mesmos. Essas análises serão executadas através da comparação das respostas obtidas de ambos os grupos.

4.2.1. Perfil dos respondentes

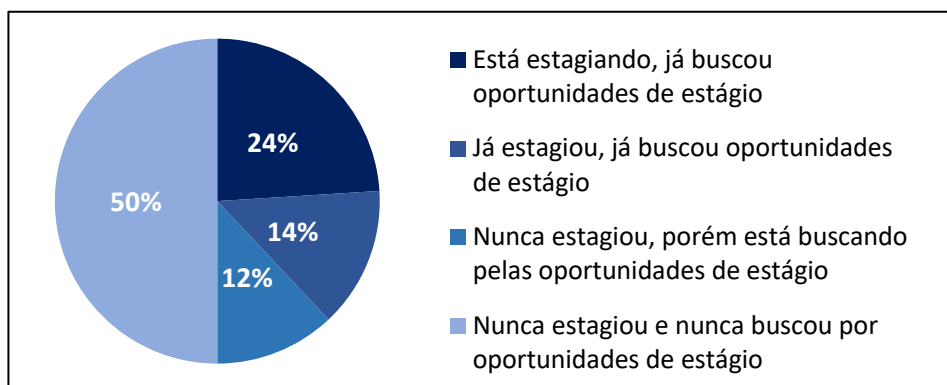
Nessa pesquisa, os entrevistados tinham idade entre 17 a 25 anos. Na Tabela 3 é possível identificar a frequência relativa da idade diante do total dos entrevistados.

Nota-se que o grupo dos alunos que nunca haviam procurado pelas oportunidades de estágio anteriormente, existe uma predominância de idades dos 18 e 19 anos, sendo 36% e 28% a frequência de respondentes respectivamente. Já no grupo dos alunos que já buscaram pelas vagas de estágio, a predominância é dos entrevistados com 21 e 22 anos, com 40% e 32% entrevistas respectivamente. Nota-se também que a maior parte dos casos tem entre 18 e 22 anos.

Tabela 3 – Frequência relativa dos entrevistados por idade e por grupo

Idade	Alunos que ainda não procuraram estágio	Alunos que já estagiaram ou estão procurando estágio
17	8%	0%
18	36%	0%
19	28%	4%
20	12%	8%
21	8%	40%
22	8%	32%
23	0%	8%
25	0%	8%
TOTAL	100%	100%

O Gráfico 1 fornece o percentual de acordo com a situação dos alunos, em relação as vagas de estágio, no momento da realização da entrevista.

Gráfico 1 - Classificação do total dos entrevistados

4.2.2. Período das buscas e do início do estágio

Buscando verificar a importância do estágio para os estudantes participantes do estudo, foi-lhes questionado se julgavam importante um aluno do curso de Administração vivenciar a experiência como estagiário. Como resultado, de forma unânime, os respondentes classificaram como importante. As frases abaixo relatam a opinião de alguns dos entrevistados, distinguindo-os como “g.1” os alunos que nunca buscaram pelos anúncios de estágio, e “g.2” para os que já buscaram pelas vagas, acompanhadas as frases das iniciais dos nomes dos respondentes.

“O estágio é importante porque não adianta aprender o conteúdo e não saber usar.” (A.H, g.1)

“Transformar teoria em prática, e aprender a lidar em ambientes e pessoas diferentes de você, e também para você criar responsabilidade”. (R.G, g.1)

“Com certeza, para você ter o mínimo de experiência para começar no mercado de trabalho”. (J.B, g.1)

“As aulas ensinam pouco, e é só teoria, e botar em prática é importante. Falta colocar em prática. O ideal é colocar em prática o que vamos encontrar no meio de trabalho”. (G.T, g.2)

“É no estágio que você aprende, e tem flexibilidade de experimentar várias áreas.” (M.E.A, g.2)

“Por que precisa aprender a ter um chefe, prazo para apresentar resultados, se apresentar. Precisa ter noção de ambiente empresarial, botar em prática o que aprendeu”. (B.C, g.2)

Através das frases acima, mencionadas pelos respondentes, percebe-se que o estágio é uma forma de aplicar, na prática, o conteúdo aprendido na faculdade, e é também uma forma de adquirir conhecimento e obter noção do mercado de trabalho antes da formação.

Foi possível verificar que, no que diz respeito o grupo dos que nunca buscaram pelas oportunidades de estágio, a maioria encontrava-se entre o 1º e 4º período do curso, com poucos casos de estudantes no 5º e 6º período, ressaltando que nenhum estava ao final da graduação, ou seja, entre o 7º e 9º período.

Para aqueles que já procuraram pelas vagas através dos meios de divulgação, contrariamente do primeiro grupo mencionado, se concentravam ao final do curso, entre o 6º e 9º período, com destaque aos 48% no 8º.

Os dados referentes aos 50 entrevistados apresentaram que a maior parte estava no 8º período da graduação, com total de 24%, já com 6% foram os alunos do 7º período, sendo essa porcentagem composta somente por alunos do segundo grupo, os que já buscaram pelas vagas. Na Tabela 4 é possível verificar o percentual detalhado dos entrevistados de acordo com o período em que cursavam no segundo semestre de 2017.

Tabela 4 - Período do curso em que entrevistados se encontravam no momento das entrevistas

Período	Alunos que ainda não procuraram estágio	Alunos que já estagiaram ou estão procurando estágio	Total de entrevistados
1º	28%	0%	14%
2º	24%	4%	14%
3º	16%	0%	8%
4º	16%	4%	10%
5º	8%	8%	8%
6º	8%	16%	12%
7º	0%	12%	6%
8º	0%	48%	24%
9º	0%	8%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

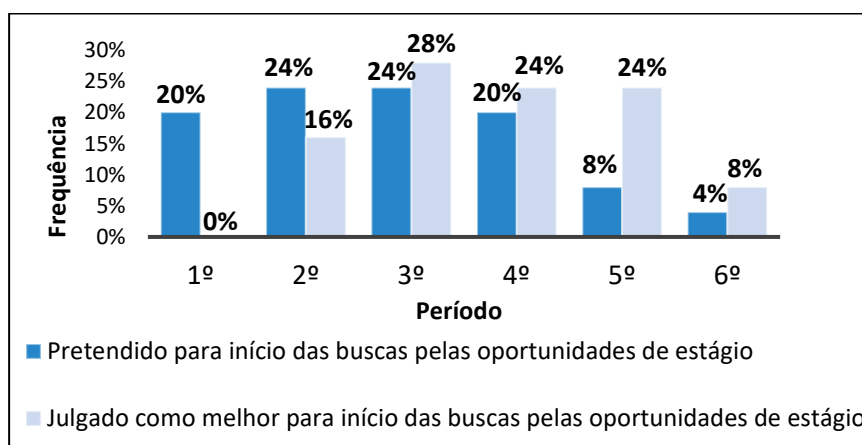
Após analisar o período em que os alunos se encontravam no momento da entrevista, o foco agora será voltado para qual o período, o grupo dos que ainda não haviam procurado pelas vagas, pretendem dar início a essas buscas, já que um dos filtros da pesquisa era saber que mesmo não havendo buscado pelas vagas, pretendiam brevemente iniciar. Sendo assim, a média respondida foi 2,8,

ou seja, os alunos pretendem iniciar o processo no segundo período, porém mais para o término do mesmo, sendo então próximo ao terceiro período. Esta média foi calculada através das respostas dos entrevistados, que variaram do 1º ao 6º período.

O Gráfico 2 apresenta o percentual das respostas dos alunos que nunca haviam procurado por vagas. Observa-se que a maioria das respostas variaram entre o 1º e o 4º período, e somente 8% mencionou o início das buscas a partir do 5º período, e 4% a partir do 6º.

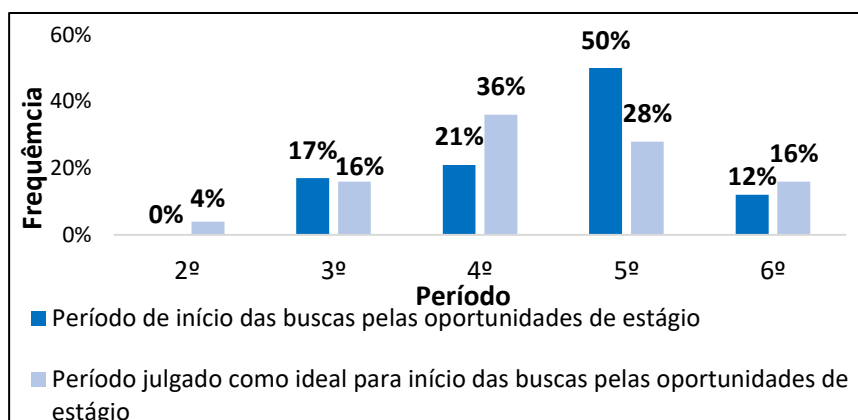
Também foi questionado qual o período do curso os alunos, que pretendiam iniciar as buscas brevemente, julgassem ser o ideal para o início das pesquisas pelas vagas de estágio. Percebe-se no Gráfico 2 que as respostas variaram entre o 2º e o 6º período, sendo a maior parte, 28%, julgaram o 3º período como o ideal. De forma geral, esse grupo de alunos considera que o período ideal para o início das buscas ocorre aproximadamente em um ano depois do período que eles pretendem iniciar a busca, já que a média calculada do período pretendido para início foi de 2,8, e média ideal foi de 3,8.

**Gráfico 2 - Alunos que nunca procuraram estágio:
Período pretendido vs. Período ideal**



Com base no Gráfico 3, analisando o segundo grupo (dos que já buscaram pelas oportunidades), 50% dos respondentes iniciaram as buscas no 5º período do curso de Administração, e apenas 12%, iniciaram no 6º. No Gráfico 3 também é possível verificar o período considerado ideal para o início das buscas por vagas de estágio. A maioria dos respondentes (36%) indicou o 4º período como o melhor. A resposta é compatível com a apresentada pelo primeiro grupo mencionado.

Gráfico 3 - Alunos que já buscaram estágio: Período referente ao início das buscas pelas oportunidades vs. Período julgado ideal para buscar as oportunidades



Diante as respostas obtidas, referente ao período ideal e o de início, de acordo com cada grupo analisado, é possível verificar o grau de compatibilidade entre os grupos. Percebe-se, a partir do Gráfico 4, que a maioria dos alunos que ainda não iniciaram as buscas pretendem começar a partir do 2º e 3º período do curso, diferente dos estudantes que já principiaram as buscas, sendo que metade dos respondentes desse grupo iniciou as buscas no 5º período. Percebe-se assim que os alunos que ainda não buscaram pretendem se antecipar nas buscas, quando comparado aqueles que já buscaram pelos anúncios de estágio.

Assim como o início das buscas, as respostas sobre os períodos julgados ideais para começar a procurar pelas vagas de estágio também podem ser comparados. O Gráfico 5, apresenta a comparação entre os resultados obtidos de ambos os grupos. Percebe-se que para 36% dos alunos que já buscaram pelas vagas de estágio, estes julgaram o 4º período como ideal para começar as pesquisas, já 28% dos alunos que nunca procuraram pelas oportunidades em aberto acreditam o 5º ser o melhor período para o início, havendo então uma diferença de um período entre as respostas mais frequentes de ambos os grupos.

Gráfico 4 - Período de início das buscas pelas oportunidades de estágio

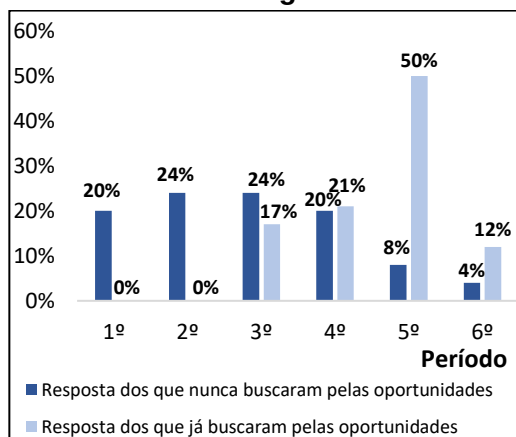
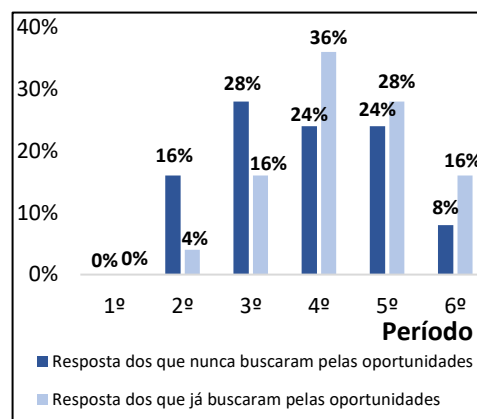


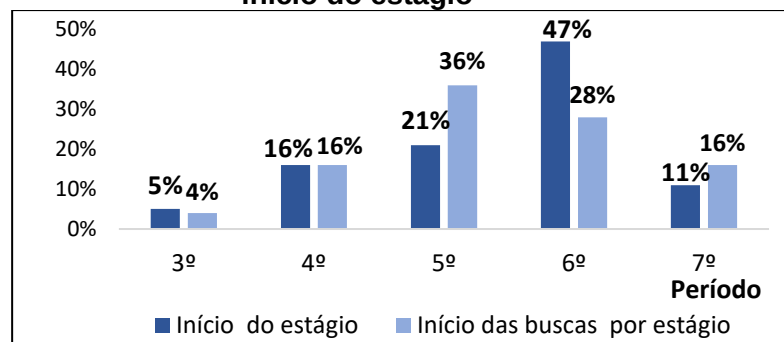
Gráfico 5 - Período julgado ideal para início das buscas pelas oportunidades de estágio



Outra questão abordada, com os estudantes que já buscaram pelas oportunidades de estágio, foi o período do curso em que se encontravam no momento que conseguiram se ingressar nas oportunidades. Buscando compreender a diferença do período referente ao início das buscas e o período de inserção em uma empresa, foi realizada uma comparação, e para ela somente os alunos que já estagiaram foram contabilizados nos dados apresentados no Gráfico 6, tendo em vista que os que ainda não haviam obtido experiência como estagiário não conseguiria responder tal questão.

Os resultados do Gráfico 6 apresentam que o início das buscas até a inserção em uma empresa variou entre o 3º e 7º período. Além disso, é possível perceber que quanto mais próximo do 6º período, mais alunos tornaram-se estagiário.

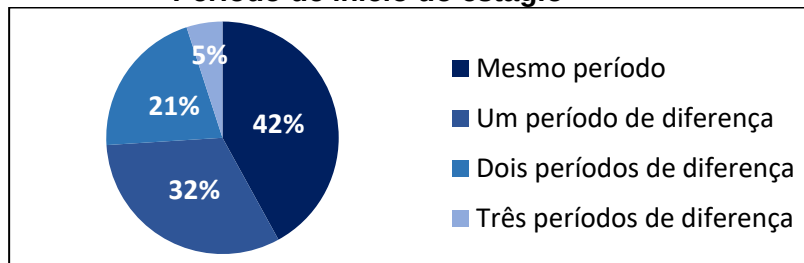
Gráfico 6 - Período de início pelas buscas de estágio X Período de início do estágio



Dos 19 alunos que possuíam experiência no cargo, tem-se que 42% deles se inseriram nas oportunidades no mesmo período em que iniciaram as buscas, 32% se inseriu um período depois de dar início as pesquisas, 21% obteve uma

diferença de dois períodos entre a busca e a inserção na vaga, e por fim, 5% só conseguiram um estágio após três períodos de curso em que dedicaram as pesquisas pelas vagas do cargo. Tais resultados estão ilustrados no Gráfico 7.

Gráfico 7 - Diferença de tempo: Período de início das buscas vs. Período de início do estágio



4.2.3. Canais de divulgação de vagas de estágio

Os canais de divulgação de vagas de estágio é um dos aspectos mais importantes para esse estudo. Existem diversos canais de exposição de vagas para o cargo de estagiário. Cabe a empresa decidir em qual deles irá divulgar suas oportunidades, sendo necessário considerar se o perfil do estagiário desejado condiz com o perfil das pessoas que acessam tais meios. Sendo assim, esse estudo servirá como uma forma de analisar quais os canais são conhecidos pelos alunos. Os respondentes eram livres para mencionar mais de um canal por resposta, indicando todos aqueles lembrados e conhecidos. A primeira análise refere-se ao grupo que nunca buscou pelas oportunidades. Os resultados estão apresentados no Gráfico 8.

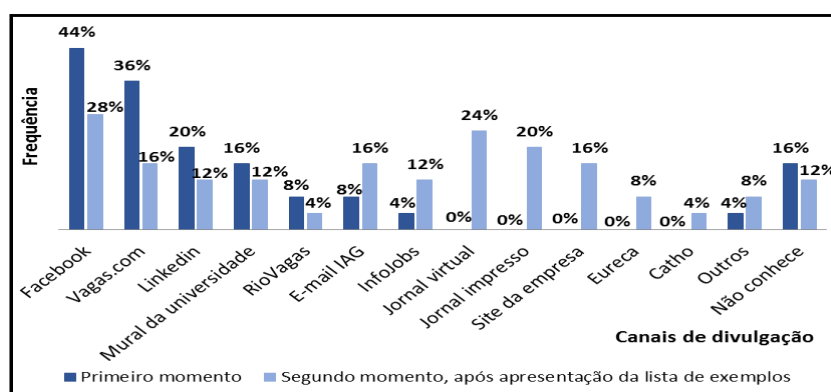
Ao analisar o Gráfico 8, através das barras com tonalidade mais escura, percebe-se que 44% dos entrevistados possuem conhecimento de páginas de divulgação de vagas pelo Facebook, 36% conhecem o site Vagas.com, e 16% não conhece nenhum meio de divulgação das oportunidades de estágio. Tais canais foram considerados pelos alunos de primeiro momento, buscando verificar os meios recordados ao tratar do assunto.

Após a pergunta dos canais conhecidos e lembrados, foi apresentado aos entrevistados uma lista de canais existentes que são utilizados para expor as vagas de estágio. Assim, foi possível que eles completassem suas respostas com os canais que mesmo que não tivessem sido recordados no primeiro momento, também eram conhecidos.

O Gráfico 8, apresenta a comparação entre os canais mencionados em primeiro momento, e os canais citados de segundo momento, após a disponibilização das listas com os exemplos de outros canais. Comparando

ambas colunas do Gráfico 8, percebe-se que a disponibilidade de uma lista com os canais existentes aumentou o número de respostas dos meios de divulgação conhecidos, sendo assim, a não apresentação da lista impediria que os entrevistados respondessem todos os canais conhecidos, se limitando somente aos lembrados em primeira instância.

Gráfico 8 - Canais conhecidos pelos alunos que ainda não pesquisaram vagas de estágio: antes e depois dos exemplos



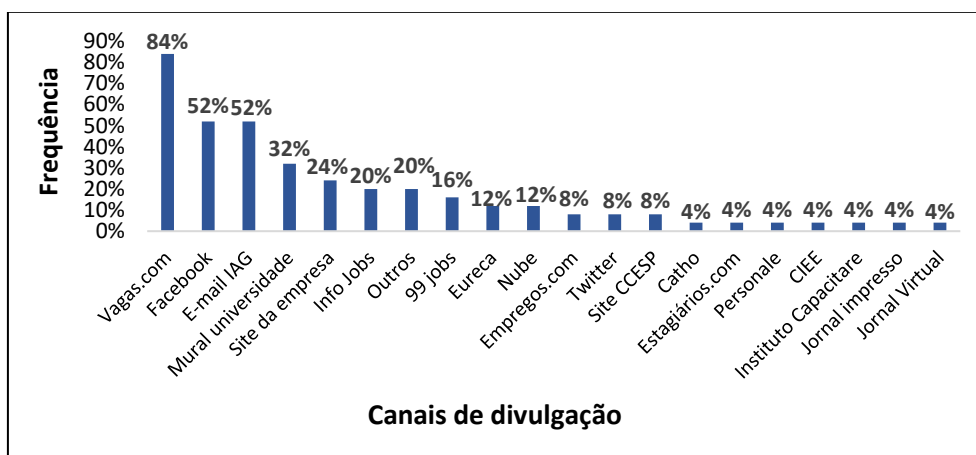
Partindo para a análise, referente ainda ao Gráfico 8, ainda dos alunos que não haviam pesquisado pelas vagas, de todos os meios listados, apareceram respostas de alguns canais que ainda não haviam sido mencionados ao pensar no tema de primeiro momento, como foi o caso do jornal impresso e virtual, sites das próprias empresas, Eureca e Catho. Ainda que não recordados anteriormente, os jornais virtuais (24%) e impressos (20%) foram os mais mencionados depois do Facebook, que teve a frequência de 28% das respostas gerais. Mesmo após apresentar a lista, 12% dos entrevistados não possuía nenhum canal a acrescentar a sua resposta.

A partir de agora, a análise ocorrerá sobre os alunos que já acessaram as oportunidades com intuito de inserção em uma empresa para ocupação do cargo de estagiário. A questão apresentada aos entrevistados era de quais os canais de divulgação de vaga de estágio que são conhecidos e já foram utilizados.

Os canais que foram mencionados encontram-se no Gráfico 9, lembrando que um respondente poderia mencionar mais de um canal. Ressalta-se que dos canais lembrados e utilizados, das 94 respostas (respostas múltiplas), 84% conhece e utilizou o site Vagas.com, 52% as páginas de divulgação de vagas do Facebook e, 52% o e-mail enviado pelo IAG. Em contrapartida, os sites Catho, Empregos.com, Estagiarios.com, Grupo Personale, CIEE, Instituto Capacitare, Twitter, Jornal Impresso e Virtual e Site do CCESP foram mencionados somente uma ou duas vezes.

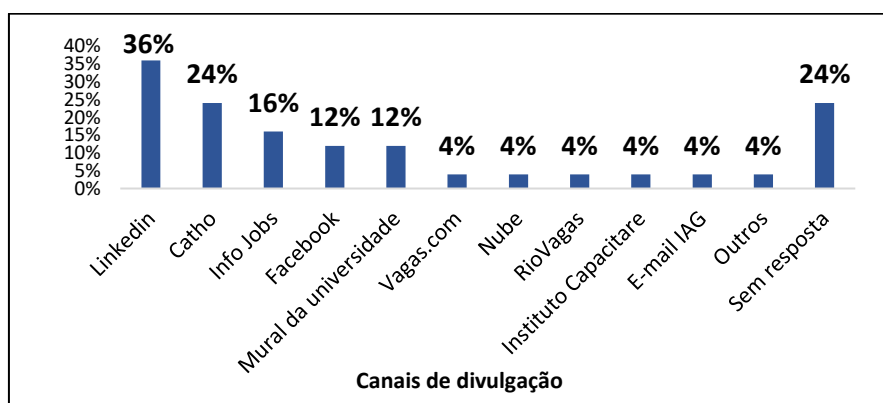
Também foi disponibilizada uma lista, assim como para o primeiro grupo analisado, com diversos canais de divulgação de oportunidades de estágio, para que eles pudessem mencionar algum que, mesmo que não recordado inicialmente, eles conheciam e utilizavam.

Gráfico 9 - Canais conhecidos e utilizados pelo grupo que já buscou estágio (% de respondentes)



Para além, foi perguntado, ainda para o grupo dos alunos que já haviam buscado por oportunidades de estágio, se havia algum canal, que mesmo que fosse conhecido, não era utilizado por algum motivo. Neste caso, o aluno poderia também apresentar mais de um canal como resposta, e a lista com alguns exemplos auxiliou essa questão. Sendo assim, foram citados diversos canais, porém o LinkedIn e o site Catho foram os mais considerados por 36% e 24% dos entrevistados. Para essa questão, 24% respondeu que não havia canal que por certo motivo não o utilizasse. As respostas estão presentes no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Canais não utilizados pelo grupo que já buscou estágio (% de respondentes)

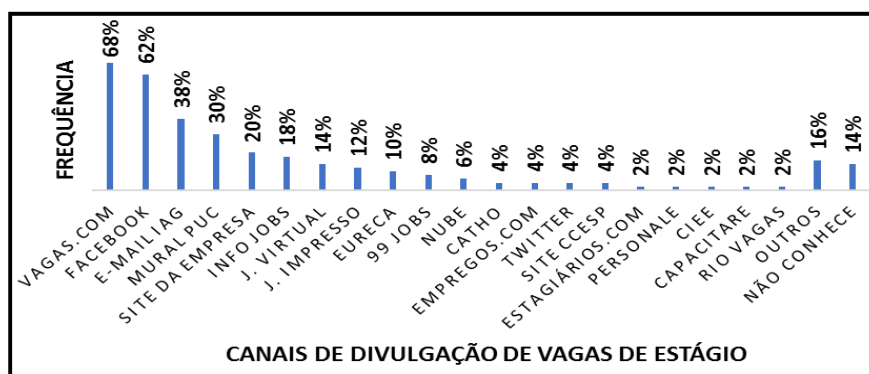


As justificativas para cada caso variavam de acordo com o aluno, porém, é de se ressaltar que dependendo do canal mencionado, o motivo de não utilização foi repetido, como sobre o site Catho, a maioria justificou que para que fosse possível acessar as vagas, seria necessário dispor de uma quantia para pagar pelo serviço, e que por esse motivo não o utilizam. Esta foi a mesma justificativa para alguns que mencionaram o LinkedIn, que além de ser pago, é considerado um canal com pouca divulgação de vaga para estagiário, ou porque possuíam alguma dificuldade para a busca e deixou de usar, ou porque mesmo já tendo acessado, nunca precisaram recorrer a esse meio, já que buscava pela oportunidade em outros.

Os canais LinkedIn e Catho foram os que obtiveram uma maior porcentagem de respostas, de 36% e 24% respectivamente, diante ao total dos alunos que já pesquisaram pelas oportunidades, ao tratar dos canais que mesmo que conhecidos, não eram utilizados por algum motivo, possuindo como percentual de frequência 36% e 24% respectivamente.

O Gráfico 11 apresenta o percentual de respondentes, diante a todos os 50 entrevistados, sem distinção por grupos, dos canais conhecidos. Sendo assim, percebe-se que o canal Vagas.com e o Facebook são os mais conhecidos pelos alunos do estudo, com 68% e 62% respectivamente.

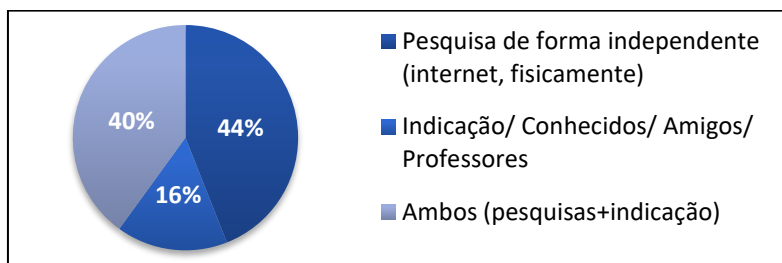
Gráfico 11 - Canais de divulgação conhecidos pelos entrevistados



Foi questionado aos entrevistados, que disseram conhecer alguns canais de divulgação de vagas de estágio, a forma pela qual passaram a ter conhecimento por tais canais. Os resultados indicam que 44% dos alunos descobriram os meios de forma independente, ou seja, pesquisando, seja através da internet ou fisicamente (indo até o local), como é o caso do mural da universidade. Os estudantes que responderam conhecer os canais através de indicação, por amigos, conhecidos ou professores, totalizam 16%. Para aqueles

que responderam ambos os casos, ou seja, o conhecimento através de amigos e forma individual, corresponde a 40% das respostas. A ilustração das respostas está apresentada no Gráfico 12.

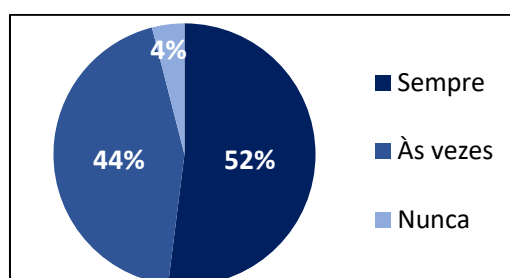
Gráfico 12 - Formas de conhecimento dos canais



Não é sempre que as pessoas que estão buscando pelas oportunidades de estágio encontram aquelas voltadas a sua área de interesse para atuação. Visando isso, o estudo ajudou a verificar a frequência de contato com as áreas em que desejam atuar, sendo as respostas apresentadas no Gráfico 13.

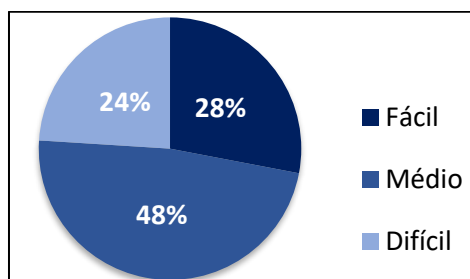
Verificou-se que um pouco mais da metade dos respondentes, 52%, disseram que sempre conseguem encontrar com vagas que oferece oportunidade na área esperada. Do restante, 44% diz encontrar somente às vezes essas vagas, e 4% encontra dificuldade e nunca conseguem achar as oportunidades condizentes com seu perfil.

Gráfico 13 - Frequência de contato com as vagas nas áreas desejadas



Através das experiências com as pesquisas pelas vagas de estágio, os alunos que já obtiveram contato com as vagas puderam classificar a prática das buscas como fácil, mediano ou difícil. A maioria (48%) classificou como mediano, e houve uma proximidade de quantidade de respondentes que classificaram entre fácil ou difícil, sendo as porcentagens referentes a cada caso estão apresentadas no Gráfico 14.

Gráfico 14 - Classificação das buscas pelas oportunidades de estágio



Como forma de ilustrar o pensamento dos alunos como forma de justificativa para as respostas, os exemplos abaixo retratarão frases mencionadas por alguns dos entrevistados, de acordo com a classificação, sendo todos pertencentes do grupo em que já buscou pelas oportunidades de estágio.

▪ **Para os que classificaram como fácil:**

"Tem muitos meios, não tem muita dificuldade de saber o que a empresa está procurando" (G.T)

"Minha experiência foi ótima, a primeira vaga que eu encontrei, eu me inscrevi, e entrei, lá na Icatu Seguros". (J.P.C)

"Tem muitas oportunidades, para aluno da PUC é mais fácil".
(P.T)

▪ **Alguns dos que julgaram como mediano apresentaram as seguintes justificativas:**

"As empresas estão passando por momento de dificuldade devido à crise". (M.E.A)

"A gente manda currículo para vários lugares, faz vários processos seletivos e não é fácil de ser contratado, mas tem muita vaga sendo divulgada". (L.P)

"Tem muita vaga, mas nem sempre você se encaixa no perfil exigido pela empresa". (G.A)

▪ **Os alunos que mencionaram que suas experiências com as buscas apresentaram dificuldades justificou como:**

“Por que as empresas divulgam as vagas através de vários meios, e muita gente manda currículo, concorrência grande. Tem muita gente, para pouca vaga.” (L.M)

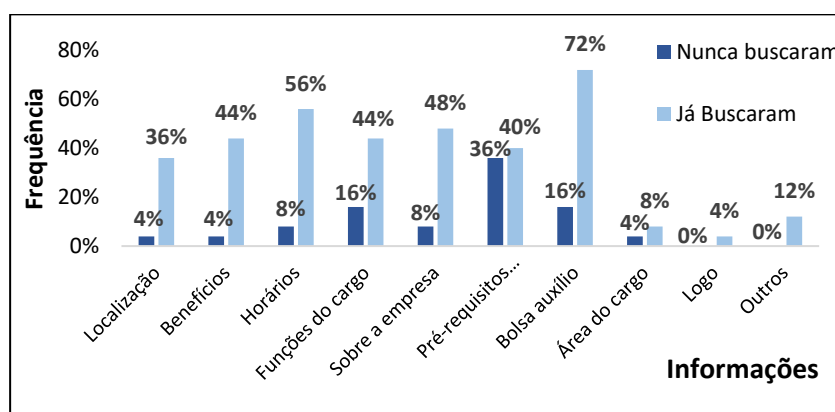
"Momento de crise é impossível, competitividade está grande". (M.R)

4.2.4. Informações fornecidas pelos canais de divulgação

Com a intenção de descobrir quais informações fornecidas por uma oportunidade de estágio são lembradas pelos visualizadores. Esse item foi abordado com todos os entrevistados que já tiveram acesso a uma vaga de estágio divulgada, buscando descobrir quais são as informações mencionadas que são recordadas. De acordo com as respostas fornecidas de forma livre, foi possível identificar as informações como: localização; benefício (Vale-refeição, Vale transporte, etc.); horários; funções do cargo; informações sobre a empresa; pré-requisitos (conhecimentos necessários, experiências anteriores, etc.); benefícios com exclusividade de bolsa auxílio; área do cargo; logo (cor, disposição na oportunidade divulgada).

As respostas eram livres, o que permitia que o entrevistado ficasse à vontade para responder o que viesse a sua mente. Sendo assim, o Gráfico 15, possibilita uma visão geral das informações recordadas levando em consideração cada caso.

Gráfico 15 - Informações recordadas das vagas de estágio divulgadas



Nota-se que a quantidade de informações recordadas é maior por aqueles que foram classificados como o grupo dos que já buscaram por oportunidades de estágio, o que já era esperado, tendo em vista que o contato com as vagas do

outro grupo era com menor frequência, sem haver intenção de buscar uma chance de ocupar o cargo de estagiário.

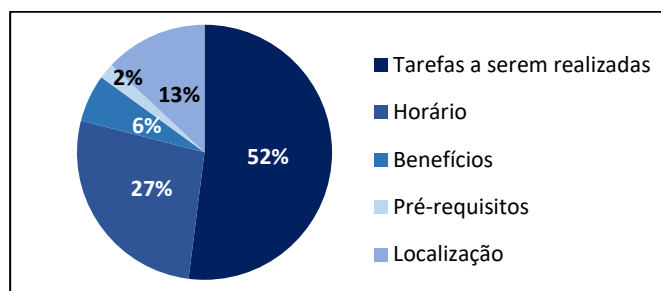
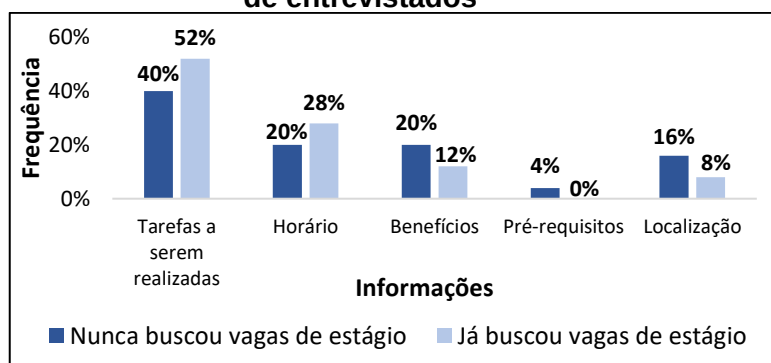
A informação recordada mais vezes pelas pessoas que nunca buscaram pelas oportunidades, porém já tiveram contato com elas, foram os pré-requisitos, as tarefas que serão realizadas por quem for ocupar a vaga, e o valor da bolsa auxílio. Mesmo que mais respostas tenham aparecido pelo grupo dos que já procuraram pelas vagas, umas destacam-se mais que outras em relação a frequência das respostas, como é o caso do valor da bolsa auxílio, que muitos entrevistados diziam que a divulgação do valor variava de vaga para vaga.

Os horários também foram levados em consideração, ressaltando que nas oportunidades era mencionado se o horário era ou não flexível e, que havia outras que não era exposta essa informação. Diferente do primeiro grupo, os que já buscaram pelas vagas, lembraram que existe algumas oportunidades em que mencionava a empresa que estava recrutando, fosse através da logo da empresa, ou por indicar apenas o nome.

Buscando avaliar a informação que o entrevistado considera mais importante, indispensável e a principal, levada em consideração na hora de analisar a oportunidade, foi necessário que julgassem qual delas cumpre esses quesitos. Analisando os dados disponíveis no Gráfico 16, que apresenta a frequência das respostas levando em consideração todos os entrevistados, sem distinção de grupos, a informação julgada como a mais importante, mencionada com maior frequência, foram as tarefas que seriam realizadas pelo ocupante da vaga, as justificativas foram de ser importante gostar do que vai fazer na vaga, e a importância de saber as tarefas a serem realizadas.

Além das tarefas, o horário foi a segunda informação que apareceu com mais frequência do total das respostas, sendo comentado a necessidade de divulgar se o horário é fixo, definindo-o, ou flexível, para assim o visualizador verificar se é possível conciliar com as outras atividades, como a faculdade e horas de lazer.

O Gráfico 17 mostra, de forma mais detalhada, a frequência atribuída a cada item de acordo com a importância de cada informação, havendo separação por grupos, que nunca procuraram e os que já procuraram pelas oportunidades de estágio, sendo notório que em ambos os casos a maior parte das respostas concentraram-se nas tarefas a serem realizadas, e a minoria considerou os pré-requisitos.

Gráfico 16 - Informações mais importantes do total dos casos**Gráfico 17 - Informações mais importantes de acordo com cada grupo de entrevistados**

4.2.5. Experimento realizado: Loyo vs. Mona

Para que fosse possível avaliar a percepção dos alunos sobre as oportunidades de estágio, de ambos os grupos estudados, lhes foram apresentados dois exemplos de vagas (ver Anexo 4), inspiradas em oportunidades reais, porém com alterações. A apresentação das imagens serviu como uma forma de verificar o que atraía o entrevistado em cada caso, além também de mencionar fatores negativos, caso houvesse. Após o contato com os exemplos, era necessário que fosse informado aquele que o aluno mais se identificou e o porquê.

Num primeiro momento, os exemplos das empresas fictícias, Loyo e Mona, foram tratados de formas separadas, sendo perguntado, para ambos dos grupos, os pontos positivos e negativos de uma, e depois da outra. Os dados coletados serão analisados de forma conjunta, tendo em vista que a pergunta não exigia restrição de perfil dos entrevistados.

Diante dos exemplos criados, ambos foram elaborados de forma estratégica, buscando verificar se os entrevistados notavam as diferenças, e se eles levavam em consideração essas informações. Sendo assim, como mostrado nas ilustrações do Anexo 4, verifica-se que no caso da empresa **Loyo**:

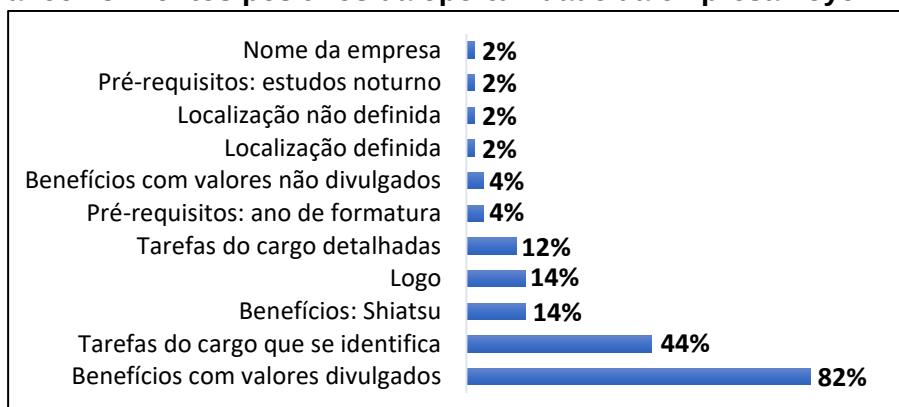
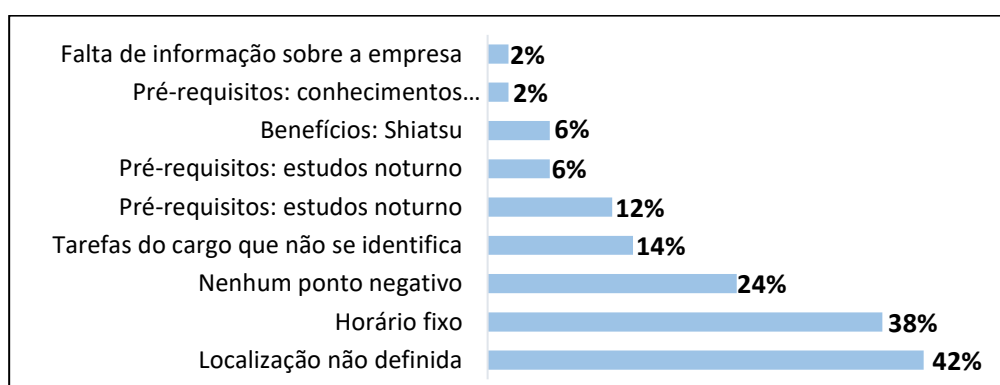
- o local de trabalho era vago, informando somente Rio de Janeiro;
- as tarefas englobavam tanto a área de finanças, quanto a de marketing, com predominância de tarefas financeiras;
- nos benefícios eram apresentados os valores de cada informação que envolvesse quantia, além de oferecer a massagem Shiatsu;
- nos pré-requisitos, além do curso de Administração, a vaga servia para os graduandos de Economia, exigia previsão de formatura para 2018 e conhecimento do Microsoft Excel e fluência da língua inglesa, estudar no período noturno, e o horário era fixo;
- a logo era maior e com cores mais vibrantes, disposta no canto superior esquerdo da oportunidade.

Já a empresa **Mona** informava:

- o local de trabalho mais específico, Centro do Rio de Janeiro;
- as horas de trabalho eram flexíveis;
- os benefícios não apresentavam valores, e oferecia café da manhã e academia no local de trabalho;
- pré-requisitos para estudantes somente do curso de Administração, acima do 4º período, com conhecimento do pacote da Microsoft, inglês avançado e que será testado, e uma frase de estímulo “Muita disposição e interesse para aprender”;
- a logo era menor, menos vibrante em comparação a Loyo, localizada perto do canto inferior direito;
- frases de efeito demonstrando informalidade: “E aí? Ficou animado com essa vaga? Então se inscreve aí!”.

4.2.5.1. Experimento Loyo

Inicialmente os alunos informavam os pontos que lhes atraíam do exemplo em questão, onde as respostas não eram limitadas. Seguindo a ordem do roteiro estruturado, a primeira pergunta dirigia-se ao exemplo da empresa Loyo. As informações destacadas como positivas estão presentes no Gráfico 18, e as negativas dispostas no Gráfico 19, acompanhado das respectivas porcentagens diante os 50 respondentes.

Gráfico 18- Pontos positivos da oportunidade da empresa Loyo**Gráfico 19 - Pontos negativos da oportunidade da empresa Loyo**

Tendo em vista que o exemplo Loyo divulgava os valores dos benefícios, percebe-se através do Gráfico 18 que para 82% dos entrevistados, os benefícios que envolvem valores foram os fatores que chamaram atenção. É notável que esse tópico não foi considerado por nenhum aluno como um fator negativo, sendo assim, os visualizadores das vagas de estágio têm interesse em saber o valor dos benefícios oferecidos pela oportunidade. Porém, houve casos em que os alunos não notaram os valores, mas sim os benefícios em si, sendo o vale-transporte, vale-refeição e bolsa auxílio, considerados positivo para 4% dos entrevistados que tiveram tal percepção. As frases de alguns entrevistados comprovam essa análise, estes serão identificados através da inicial do nome e sobrenome, além de serem classificados como “g.1”, para os alunos os que nunca buscaram pelas vagas, ou como “g.2”, para os que já buscaram as oportunidades de estágio:

“Os valores são bons e estão em torno do que eu vejo nas vagas”. (P.T, g.2)

“Os valores estão compatíveis com os do mercado e com o que eu recebo”. (T.F, g.2)

“O valor dos benefícios é bom, que dá para saber antes o quanto que você vai ganhar”. (S.B, g.1)

“É importante ir para o estágio sabendo o que vai ganhar”.
(L.C, g.1)

Um percentual considerável de respondentes, 44%, se identificaram com as tarefas a serem realizadas pelo estagiário da vaga exposta. Porém, para os alunos que consideraram esse tópico como negativo, foi devido à falta de identificação com as funções do cargo.

Vale ressaltar que os 14% dos respondentes que notaram a logo da empresa Loyo consideraram que a disposição da imagem na oportunidade está localizada de forma estratégica, sendo o primeiro local onde o olhar do observador é fixado, além do fato das cores serem vibrantes e ter sido considerada criativa. Este ponto não foi abordado pelos entrevistados ao tratar dos tópicos negativos.

Outro aspecto que repercutiu tanto comentários positivos, quanto negativos, foi o oferecimento do Shiatsu, massagem para relaxar os funcionários. Para os 14% que julgaram como positivo acharam esse um diferencial da empresa, sendo um aspecto que nunca havia sido visto antes em vagas de estágio divulgadas. Já para os 6% que classificaram o Shiatsu como negativo, justificaram que era inútil ou que demonstrava que o trabalho seria exaustivo na empresa, tendo em vista que tal vantagem era oferecida a todos os funcionários, uma vez ao mês.

As informações notadas por alguns dos entrevistados, como pré-requisitos (conhecimentos exigidos), previsão de formatura, e local de trabalho, são fatores que exige análise de casos particulares, pois cada um se encontra em um momento da faculdade, mora em locais diferentes e possuem horários disponíveis diferentes. Porém, foi possível perceber que os alunos que avaliavam os fatores, separadamente, como positivos ou negativos é porque era levado em consideração os casos em particular, sendo assim, os alunos que julgam, por exemplo, o horário fixo bom, é porque o horário da faculdade condiz com o da vaga de estágio, caso contrário, esse fator seria considerado negativo.

4.2.5.2.Experimento Mona

Após a análise da oportunidade da empresa Loyo, a seguir será apresentada a avaliação das respostas diante a oportunidade da empresa fictícia

Mona. Os pontos positivos e negativos da vaga em questão estarão apresentados em formato de gráfico, com os percentuais referentes a cada item respondido. A análise se baseará nos 50 entrevistados para este estudo. O Gráfico 20 apresentar os aspectos positivos, e o Gráfico 21, os negativos.

Gráfico 20 - Pontos positivos da oportunidade da empresa Mona

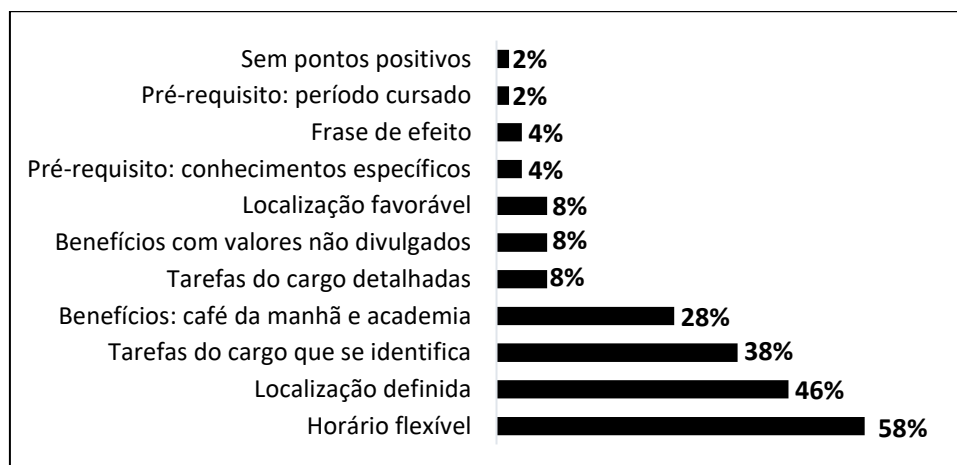
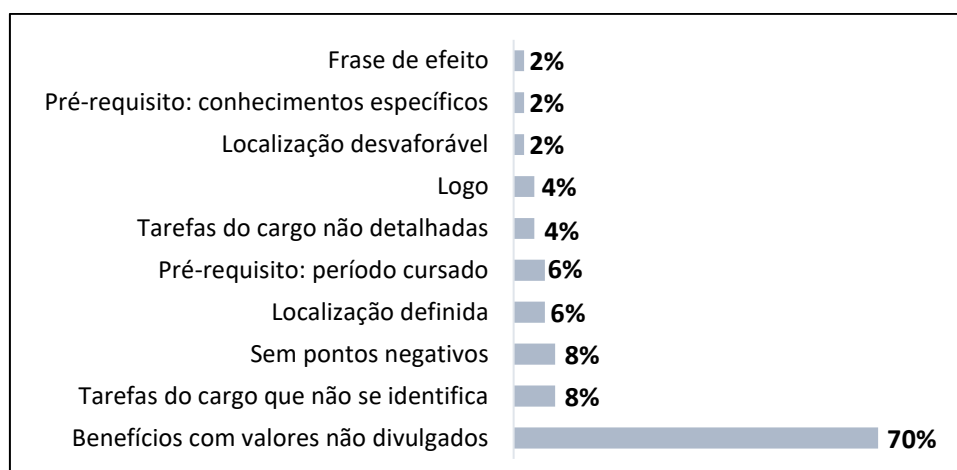


Gráfico 21 - Pontos negativos da oportunidade da empresa Mona



Diferentemente da oportunidade da Loyo, que o horário fixo foi criticado, a vaga referente a empresa Mona expôs que o horário de trabalho era flexível, e essa informação foi notada e julgada como positiva por 58% dos respondentes. Os entrevistados justificaram que o horário flexível é importante para que seja possível conciliar o estágio com outras atividades do dia a dia, sejam elas aulas na faculdade, esportes, estudos, atividades de lazer, e até mesmo importante para calcular o tempo destinado ao trajeto do estágio-faculdade-casa, sendo que a ordem varia de acordo com cada entrevistado.

No caso da oportunidade em questão, Mona, a localização estava especificada, Centro do Rio de Janeiro. Esse fator foi visto como positivo por

aqueles que julgaram importante mencionar o local de trabalho, 46%, ou porque o local era favorável para acessar, seja próximo a residência ou fazer parte do caminho do cotidiano, sendo um total de 8% os que mencionaram a segunda opção. Porém, esta informação foi considerada negativa por 6% dos respondentes, eles justificaram que de acordo com a localização da empresa era um fato que influenciava o não envio do currículo, seja ela qual for. Se o observador da vaga de estágio julgar como não favorável, poderá se limitar a uma boa oportunidade, sem ao menos conhecer a empresa e participar do seu processo seletivo, antes de recusar as vagas em aberto.

De todos os respondentes, os que disseram se identificar com as tarefas que precisariam ser realizadas pelo estagiário que ocupar o cargo totalizam em 38%, porém, os que frisaram não possuir sentimento de identificação apresentou frequência de 8% dos entrevistados.

Diante os benefícios apresentados, primeiramente haviam alguns que foram implementados como forma estratégica, para avaliar se atraíam ou não o candidato, que foi o caso de oferecer academia e café da manhã no local. A estratégia foi bem-sucedida, já que este foi o quarto item que apresentou maior frequência, de 28%, no que tange aspectos positivos. Este tópico não foi abordado de forma negativa por nenhum entrevistado.

Ainda sobre os benefícios, também como forma estratégica, diferente do caso da Loyo, na oportunidade da Mona os valores dos benefícios não foram expostos. Diante os pontos positivos, houve alunos que não se importaram com a não divulgação dos valores, sendo esta resposta repetida em 8% das vezes, considerando que só por eles existirem já era um fator bom. Porém, muitos gostam de saber os valores antes mesmo de ir para uma entrevista, isso porque acreditam que dependendo do que você for fazer, a quantia paga pode não compensar, ou simplesmente pelo fato da quantia ser considerada baixa pode ser um fator de afastamento da oportunidade e observador da mesma. Essa última opção foi a que apareceu com mais frequência diante as respostas negativas, com um total de 70%.

Foi possível notar ainda que em muitos casos os alunos só perceberam que a vaga da Mona não apresentava valores dos benefícios, porque inicialmente tiveram contato com a oportunidade da Loyo, ou vice-versa. Ou seja, a disponibilidade de duas vagas que ofertam aspectos diferentes tende a fazer com que os observadores realizem uma comparação.

Ressalta-se que um aspecto que foi abordado no caso da Loyo, voltou a se repetir no caso da Mona, porém de forma negativa. Apenas 2 entrevistados

comentaram sobre o logo da Mona, considerando-o menor em comparação ao da outra oportunidade, e em um local que não chama a atenção de quem está avaliando a vaga.

Por fim, do total de 50 entrevistados, 2% deles não identificaram nenhum aspecto como positivo e lhes chamasse atenção no caso da vaga da Mona. E 8% não identificaram nenhum aspecto negativo.

4.2.5.3. Loyo vs. Mona

Os exemplos apresentados aos entrevistados foram elaborados de forma estratégica, buscando atribuir a cada exemplo algumas características que causasse contraste entre as vagas da Loyo e da Mona.

Através dos gráficos já apresentados do caso Mona e Loyo, percebe-se que, para a empresa Mona, algumas das informações positivas mencionadas foram: horário flexível, localização bem definida e período mínimo cursado pelo candidato, e essas informações assemelham-se aos aspectos negativos considerados pelos alunos do caso da empresa Loyo. Na oportunidade Loyo, em as informações mencionadas como negativas pelos respondentes, e que contrastam com as positivas do caso Mona, tem-se o horário fixo, localização não específica, e previsão de formatura. Tais aspectos podem favorecer ou não um candidato, o que varia é sua condição no momento do contato com a vaga, porém, mesmo o aluno fosse estudante do período noturno, alguns ainda consideraram positivo o horário flexível.

Analisando inversamente, aspectos positivos da empresa Loyo podem ser comparados aos negativos da empresa Mona. No exemplo Loyo, os benefícios que envolvem quantias monetárias eram acompanhados dos valores que o estagiário do cargo viria a receber. Outros aspectos como, a logo desta empresa foi considerada chamativa e com boa disposição no anúncio, as tarefas do cargo foram julgadas como detalhadas, localização definida, e a previsão de formatura foi mencionada como positiva pois favorecia alguns casos.

Já sobre a empresa Mona, os aspectos negativos que podem ser comparados com o caso Loyo são: os benefícios não eram acompanhados de seus respectivos valores; a logo considerada pequena e mal localizada na oportunidade exposta, não chamando tanta atenção; as tarefas do cargo não eram detalhadas; localização vaga; e o período mínimo de curso exigido pela vaga impedia que alguns entrevistados se enquadrassem no perfil desejado pela empresa.

De forma geral, alguns aspectos considerados negativos em uma oportunidade, eram vistos como positivos na outra, cabendo ao visualizador verificar, de acordo com a sua situação em particular e seu perfil, o que era considerado como um fator bom ou ruim.

Após o contato com ambas oportunidades fictícias, os entrevistados precisavam escolher aquela que fosse considerada a melhor. Através das respostas obtidas pelo grupo que ainda não pesquisou pelas vagas de estágio, tem-se que 52% classificou a Loyo como a melhor opção, e o outros 48% preferiram a Mona. Contrariamente ao primeiro grupo, dos alunos que já obtiveram contato com oportunidades de estágio, a maioria optou pela empresa Mona, num total de 60%; e o restante julgou a Loyo como a opção que mais lhes agrada (Gráfico 22). De uma forma geral, considerando o total dos 50 entrevistados, a empresa Mona foi classificada pela maioria, 54%, como a empresa com a melhor oportunidade de estágio (Gráfico 23). O motivo pela escolha variava de entrevistado para entrevistado, sendo que muitos consideraram as tarefas a serem realizadas pelo cargo, horário e benefícios como forma de tomar a decisão.

Gráfico 22 - Preferência entre Mona e Loyo de acordo com os grupos do estudo

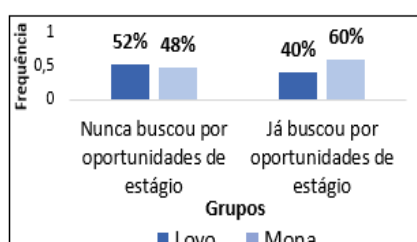
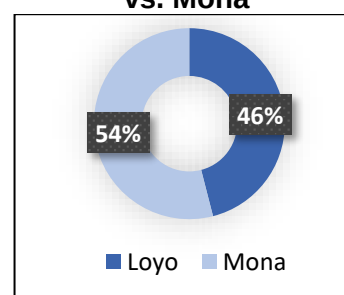


Gráfico 23 – Avaliação geral: Loyo vs. Mona

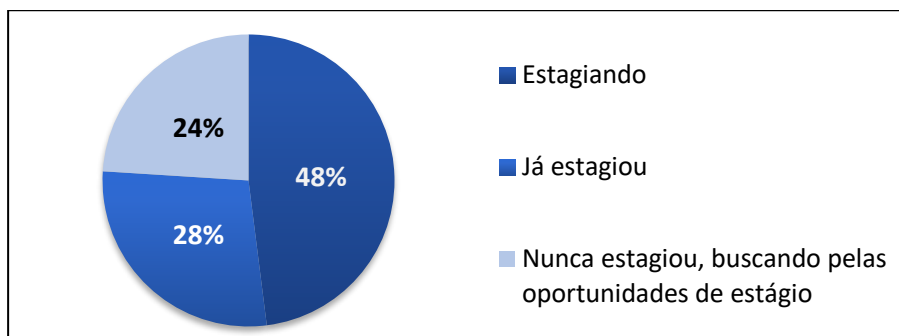


4.2.6. Alunos estagiários

Visando o aprofundamento de informações sobre os entrevistados que já vivenciaram uma experiência como estagiário, primeiramente foi necessário classificá-los entre: os que estavam estagiando, no momento da entrevista; os que já estagiaram, porém não estavam no cargo no momento que ocorreu a entrevista; e os que nunca estagiaram, porém estavam buscando pelas oportunidades. Nas próximas análises os alunos que nunca foram estagiários não foram considerados, já que é necessário da experiência para obter a resposta das questões abordadas. Sendo assim, tem-se que do total dos alunos do grupo dos que já buscaram por

vagas de estágio, a maioria deles, 48%, estavam estagiando. Para o caso dos que já estagiaram e dos que nunca estagiaram não houve grande discrepância, sendo de 28% e 24% respectivamente, como apresentado no Gráfico 24.

Gráfico 24 - Situação dos entrevistados dos alunos que já buscaram pelas oportunidades



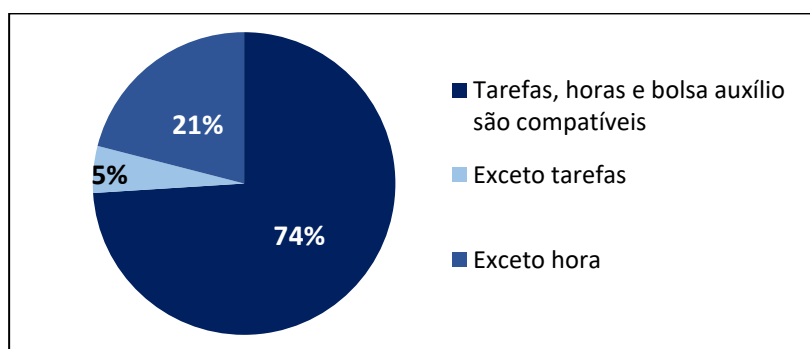
Alguns tópicos específicos foram abordados com esses entrevistados, envolvendo remuneração, período de prova, carga horária diária e informações que foram divulgadas e prometidas em comparação a realidade.

Diante a questão da remuneração, todos os entrevistados que já estagiaram foram remunerados. Sobre o período de provas da faculdade, a pergunta buscava identificar se os estagiários usufruíam do direito de obter carga horária reduzida, de acordo com a Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, Art. 10, § 2º, “se a instituição de ensino adotar verificações de aprendizagem periódicas ou finais, nos períodos de avaliação, a carga horária do estágio será reduzida pelo menos à metade, segundo estipulado no termo de compromisso, para garantir o bom desempenho do estudante”. Com isso, dos 19 entrevistados que estagiam, somente 11% respondeu que não obteve carga horária reduzida diante tal circunstância.

No que tange a jornada de trabalho diária do estagiário, de acordo com a Lei Nº 11.788, Art. 10, a carga horária do estagiário é definida através de um acordo entre a instituição de ensino, o empregador e o ocupante do cargo ou seu representante legal, não devendo ultrapassar, no caso dos estudantes de ensino superior, o limite de seis horas diárias e trinta horas semanais. Assim será possível verificar se os horários dos alunos se enquadram no previsto pela lei. Diante a isso, 95% dos casos seguem o regulamento, sendo que 90% estagia seis horas por dia, e 5% somente cinco horas por dia. Os outros 5% restantes respondera que sua carga horária é de oito horas diárias, excedendo o limite permitido.

Não é sempre que o que está escrito no contrato ou o que foi prometido é implementado na realidade. Com isso, para aqueles alunos que já estagiaram, sendo esses somente 76% dos entrevistados do grupo, foi questionado se as informações como tarefas a serem realizadas pelo cargo, horas trabalhadas por dia e valor da bolsa auxílio, condizem com o real. Como resultado, do total de respondentes, 74% respondeu que todos esses itens levados em consideração condizem com o real, 21% disse que somente as horas combinadas são diferentes das cumpridas, já os outros 5% mencionou que somente o valor da bolsa auxílio e das horas condizia, porém, as tarefas ou eram diferentes ou havia tarefas extras.

Gráfico 25 - Combinado e divulgação X Realidade



Os estudos, além de trazer conhecimento para as pessoas, serve para que elas adquiram uma base para a aplicação como profissional. Assim, um estudante de administração aprende a teoria, para que possa posteriormente aplicá-la na prática. Através dessa observação, foi questionado o grau de compatibilidade entre o que é estudado na universidade, em comparação ao que é visto e colocado em prática no meio profissional, no ponto de vista do estagiário. Essa questão exigia que o entrevistado já tivesse obtido experiência como um estagiário.

Dos estudantes que estavam aptos a responder essa pergunta, 37% respondeu que o grau de compatibilidade é alto, ou seja, o que é aprendido é o que é colocado em prática. Com maior frequência, 58% respondeu que o grau é mediano, somente as vezes o que é aprendido é realizado no ambiente profissional. Porém, houve também alunos, 5%, que mencionaram que não há compatibilidade nenhuma.

Para concluir a pesquisa, foi questionado aos alunos os motivos pelos quais ocuparam o cargo de estagiário dentro de uma empresa, sendo assim, a quantidade de motivos mencionados ficava a critério do respondente. A intenção de obtenção de experiência e noção prática foi o motivo que apareceu nas respostas de 74% do total dos casos, seguido por 53% que disse que o ganho do

dinheiro era importante. A Tabela 5 mostra o total de respondentes para cada motivo e seus respectivos percentuais, seguindo um total de 30 respostas de 19 alunos.

Tabela 5 - Motivo de tornar-se um estagiário

Motivo	Número de respostas	Percentual das 30 respostas	Percentual dos 25 respondentes
Obter experiência, noção na prática	14	47%	74%
Ganhar dinheiro	10	33%	53%
Atividade complementar	3	10%	16%
Importância para os alunos formandos	3	10%	16%
TOTAL	30	100%	159%

5 Conclusões e recomendações para novos estudos

O objetivo deste trabalho foi verificar a percepção dos alunos de Administração da PUC-Rio diante dos tópicos envolvidos em um anúncio de estágio. Para a realização da pesquisa, os entrevistados eram classificados em dois grupos: aqueles que já procuraram estágio, tendo ou não estagiado; e aqueles que ainda não procuraram por oportunidades de estágio, porém pretendiam começar em breve.

Em relação aos anúncios de estágio, o foco foi verificar as seguintes características: os 'canais de divulgação' de vagas de estágio conhecidos pelos alunos; os 'períodos do curso' que os entrevistados iniciaram as buscas, ou pretendiam iniciar, além daquele julgado o melhor para começar a procurar estágio; as informações disponibilizadas pelas oportunidades; a importância da experiência como estagiário para os alunos do curso de Administração; e o motivo pelo qual o estudante a procurar por um estágio.

A pesquisa realizada indicou que, quanto aos canais conhecidos pelos entrevistados, o site Vagas.com e as páginas de divulgação de vagas do Facebook foram os que mais se destacaram. Quanto ao período do curso, a maioria dos respondentes que ainda não havia procurado estágio disse que pretende iniciar entre o 3º e 4º período. Já os estudantes que já buscaram estágio disseram ter iniciado as buscas entre o 4º e o 5º período. Nota-se então que os alunos que ainda irão buscar estágio pretendem se antecipar em um período para dar início às buscas. Além disso, a maior parte dos alunos de ambos os grupos classificaram o 5º período como o ideal para começar a procurar estágio.

Quanto aos melhores atributos especificados em um anúncio de estágio, foram pesquisadas as informações recordadas pelos alunos. Para os alunos que nunca procuraram estágio, a informações dos pré-requisitos foi a mais lembrada. Já para os alunos que já haviam procurado estágio, as informações recordadas pela maioria foram bolsa auxílio e horário de trabalho.

Nessa pesquisa também foi verificada a importância da experiência do estágio na visão dos alunos. O estágio, mesmo que seja recomendado, não é obrigatório para a grade curricular dos estudantes de Administração da PUC-Rio. Sendo assim, foi questionado aos alunos, que já vivenciaram experiências como

estagiários, o motivo pelo qual levou-os a ocuparem o cargo. Mesmo que alguns alunos considerassem que a prática de estágio contribui para o cumprimento das atividades complementares, e que é importante que o estudante se forme já tendo vivenciado o dia a dia de uma empresa, as respostas, da maior parte dos entrevistados, que já estagiaram, foi de que é importante que o aluno obtenha experiência em alguma empresa antes de se formar, sendo o principal motivo para 72% dos respondentes.

Como uma última observação, destaca-se que dos alunos entrevistados já estagiaram ou estão estagiando, 42% conseguiram a vaga de estágio no mesmo período em que iniciaram as buscas, porém houve casos em que alunos demoraram até três períodos, equivalente a um ano e meio, desde o momento do início das pesquisas pelas oportunidades, até a conquista do cargo.

5.1.Sugestões e recomendações para novos estudos

É sempre possível vislumbrar desdobramentos e continuações para pesquisas futuras. Tais sugestões serão sugeridas aqui.

Recomenda-se que seja realizada uma pesquisa com os estudantes de Administração de outras universidades, buscando verificar o grau de compatibilidade das informações envolvendo as oportunidades de estágio. Além disso, é recomendado que o estudo seja realizado com estudantes de outros cursos, buscando verificar as semelhanças e diferenças de opiniões dos alunos dos cursos de exatas e de humanas.

6 Referências Bibliográficas

ABRES. **Dados estagiários estudantes no Brasil**. 28 ago. 2017. Disponível em: <<http://www.abres.org.br/v01/dados-estagiarios-estudantes-no-brasil/>>. Acesso em: 28 ago. 2017.

ALBUQUERQUE, Francisco. **Carreira e a Geração Y**. Rio de Janeiro, 1 de fevereiro de 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/carreira-e-a-geracao-y/38241/>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

BLOG INSTITUTO PHD. **Pesquisa Quantitativa e Pesquisa Qualitativa: Entenda a diferença**. 23 de Fevereiro de 2015. Disponível em: <<https://www.institutophd.com.br/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa-entenda-a-diferenca/>>. Acesso em: 21 set. 2017.

BRASIL. Lei n. 11.788, de 25 de setembro de 2008. **Dispõe sobre o estágio de estudantes**.

BRASIL. Decreto – Lei n. 5.452, de 1 de maio de 1943. **Consolidação das leis do trabalho**.

BIANCHI, A. C. M., et al. **Orientações para o Estágio em Licenciatura**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

CALLIARI, M.; MOTTA, A. **Código Y: decifrando a geração que está mudando o país**. São Paulo: Évora, 2012.

CAMPI, M. E. **Gestão contemporânea e novas práticas de mercado**. São Paulo: Paco, 2012.

CONTRATA NET. **4 dificuldades de todo jovem em início de carreira e como enfrenta-las**. Rio de Janeiro, 14 de dezembro de 2015. Atualizado em: 18 de maio de 2017. Disponível em: <<http://blog.contratanet.com.br/4-dificuldades-de-todo-jovem-em-inicio-de-carreira-e-como-enfrenta-las/>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração: abordagens descritivas e explicativas**. São Paulo, MacGraw-Hill, 1987. vol.2.

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo, MAKRON BOOKS, 1993.

COSTAS, Ruth. **Crise faz procura por estagiários disparar**. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/07/150716_estagiarios_ru>. Acesso em: 7 jun. 2017.

DIREITO TRABALHISTA. **Direitos do trabalhador**. Disponível em: <<http://direito-trabalhista.info/direitos-do-trabalhador.html>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

DOXSEY, J.R; DE RIZ, J. **Metodologia de pesquisa científica**. 2002-2003. Disponível em: <https://cafarufjrj.files.wordpress.com/2009/05/metodologia_pesquisa_cientifica.pdf>. Acesso em: 21 set. 2017.

ENGEL GERHARDT, T; TOLFO SILVEIRA, D. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

FERNANDES, C. **Educação e Formação**. Disponível em: <<http://educador.brasilecola.uol.com.br/orientacao-escolar/educacao-formacao.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

FOJA, C. **Gerações Y ou Z são os desafios para a gestão das organizações?** 16 nov. 2015. Disponível em: <<http://cio.com.br/gestao/2015/11/16/geracoes-y-ou-z-sao-desafios-para-a-gestao-das-organizacoes/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

FOLHA DE S.PAULO. **Ranking de cursos: Administração de empresas**. 2016. Disponível em: <<http://ruf.folha.uol.com.br/2016/ranking-de-cursos/administracao-de-empresas/>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

GALLAND, O. **Sociologie de la jeunesse**. Paris: A. Colin, 2007.

GLASS, A. **Understanding generational differences for competitive success. Industrial and Commercial Training**, v.39, n.2, p. 98-103, 2007.

IAG ESCOLA DE NEGÓCIOS. **Graduação em administração de empresas**. Disponível em: <<https://iag.puc-rio.br/pt/curso/graduacao-em-administracao-de-empresas/>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 12. Ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLHER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2006.

LOMBARDÍA, P. G., STEIN, G., & RAMÓN, J. (2008). **Um estudo comparativo entre as gerações**. Jan. 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v36n1/1982-3703-pcp-36-1-0145.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAXIMIANO, A. **Introdução à administração**. 5 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, S. **O nascimento de uma nova versão de líderes**. São Paulo: Integrare Editora, 2010.

PASSA NO RH. 4 dicas para fazer a divulgação de vagas para atrair bons profissionais. 13 out. 2016. Disponível em: <<http://passanorh.99jobs.com>>. Acesso em: 20 set. 2017.

PATI, C. **As 15 melhores universidades do Brasil em 2016**. Rio de Janeiro, 7 jul. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/as-15-melhores-universidades-do-brasil-em-2016/>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

PATI, C. **Quais os direitos trabalhistas dos trainees?** 17 set. 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/existe-diferenca-em-ser-contratado-como-trainee/>>. Acesso em: 23 ago. 2017.

PALFREY, J.; GASSER, U. 2008. *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. New York, Basic book, p. 335.

PERIARD, Gustavo. **A importância do estágio para os estudantes**. Rio de Janeiro, 20 de março de 2012. Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/a-importancia-do-estagio-para-os-estudantes/>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

PUC-RIO. **Cursos**. Disponível em: <<http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccg/cursos.html>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

ROCHA DE OLIVEIRA, S; PICCININI, V.; BITENCOURT, B. **Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil?** Salvador, jul 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-92302012000300010&script=sci_arttext>. Acesso em: 24 ago. 2017.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SIGNIFICADOS. **Significado de Geração Y**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/geracao-y/>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

SILVA, Roni. **Qual o melhor momento para buscar estágio?** Rio de Janeiro, Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/dicas-emprego/qual-o-melhor-momento-para-buscar-estagio>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

SITE SA. **Conteúdo Trabalhista**. Disponível em: <http://www.sitesa.com.br/contabil/conteudo_trabalhista/procedimentos/p_trabalhista/e15.html>. Acesso em: 23 ago. 2017.

UNIBH. **Humanas, exatas e biológicas: confira opções de cursos em cada área**. Rio de Janeiro, 9 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://blog.unibh.br/humanas-exatas-e-biologicas-confira-opcoes-de-curso-em-cada-area/>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

VELOSO, Ana Clara. **Primeiro trimestre do ano é o melhor período para buscar estágio**. Rio de Janeiro, 26 de janeiro de 2016. Disponível em: <<https://extra.globo.com/emprego/primeiro-trimestre-do-ano-melhor-periodo-para-buscar-estagio-serao-31-mil-vagas-18528026.html>>. Acesso em: 21 mai. 2017.

VENGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Anexo 1

Entrevista com o grupo que nunca buscou por vagas de estágio: Grupo 1

Filtro 1. Você estagia ou já estagiou?

SIM → Ir para Questionário 2.

NÃO → Seguir para o Filtro 2.

Filtro 2. Você já buscou ou está buscando por oportunidade de estágio?

SIM → Ir para a pergunta 2 do Questionário 2.

NÃO → Seguir para o Filtro 3.

Filtro 3. Você pretende buscar por oportunidades de estágio brevemente?

SIM → Ir para a pergunta 1 do Questionário 1

NÃO → Encerrar entrevista.

1. Você já recebeu dicas sobre estágio (ex: melhores empresas, onde procurar pelas vagas, melhor período de início, etc.)?

1. ☐ () SIM → Quais?

2. ☐ () NÃO → seguir para a próxima pergunta.

2. A partir de qual período da faculdade você **pretende iniciar as buscas** por vagas de estágio, visando a inserção na organização? _____ período.

3. A partir de qual período da faculdade você julga ser **o ideal para iniciar o estágio**? _____ período.

4. Você considera o estágio um fator importante para a formação de um aluno de administração?

1. ☐ () SIM. Por que? _____

2. ☐ () NÃO. Porque? _____

5. Você já teve contato com alguma vaga de estágio?

- 5.1 ☐ () SIM → Sobre esta vaga, se recorda de alguma informação apresentada?

5.1.1 () SIM → Quais? _____

5.1.2 () NÃO → Seguir para a pergunta nº 6.

5.2 () NÃO → Seguir para a pergunta nº 6.

6. Pensando agora, quais informações você julga como importante aparecer em uma oportunidade divulgada pela empresa? (Marcar na lista abaixo o que for mencionado.)

1. Nome da empresa	4. Salário	7. Funções do cargo
2. Localização	5. Horários	8. Outros: _____
3. Sobre a empresa	6. Benefícios	

7. Você conhece algum/alguns canais de divulgação de vagas de estágio?

7.1 () UM/ALGUNS → Quais? (Marcar na tabela)

7.1 Sites de recrutamento e seleção Vagas.com Info Jobs Eureca Nube Catho Empregos.com Estagiários.com RioVagas Super Estágios Personale 99 jobs CIEE Instituto Capacitare Grupo Personale 7.2 Páginas de Relacionamento Facebook Estágio online Estágio / Trainee PUC-Rio Administração – Vagas de estágio Outros: _____	Instagram Super Estágios Twitter Vagas de empregos RJ Vagas.com 7.3 Jornal impresso 7.4 Jornal Virtual 7.5 Mural da universidade (CCE e/ou IAG) 7.6 E-mail IAG 7.7 Site CECESP 7.8 Site da empresa 7.9 Outros: _____ _____ _____
--	--

7.1.1 (MOSTRAR EXEMPLOS) → Diante dessa tabela de exemplos de meios de divulgação de oportunidades de estágio, algum desses você conhece, porém não recordou na pergunta anterior?

1. () SIM → Qual/Quais? _____

2. () NÃO → Seguir para a pergunta de nº 8.

7.2 () NENHUM → (MOSTRAR EXEMPLOS) → Diante dessa tabela de exemplos de meios de divulgação de oportunidades de estágio, algum desses você conhece?

1. () SIM → Quais? _____

2. () NÃO → Seguir para a pergunta de nº 8.

8. (Aqui serão apresentados 2 exemplos de vagas de estágios) → Agora vou mostrar-lhe dois exemplos de oportunidades de estágio.

8.1. Após analisar a oportunidade da empresa **LOYO**, o que lhe atraiu? Por que?

1. Localização: () definida () não definida
2. Tarefas do cargo listadas
 - a. Específica: _____
3. Pré-requisitos
 - a. Previsão de formatura para 2018
 - b. Conhecimentos específicos
 - c. Estudos no período noturno
4. Horário (fixo)
5. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: valor → divulgado () não divulgado ()
 - b. VT e VR: valores → divulgados () não divulgados ()
 - c. Shiatsu
6. Outros:

8.1.1 Algum ponto mencionado você considera negativo?

8.1.1.1 () SIM. Qual/quais? (Marcar na tabela)

- 7. Localização: () definida () não definida
- 8. Tarefas do cargo listadas
 - a. Específica: _____
- 9. Pré-requisitos
 - a. Previsão de formatura para 2018
 - b. Conhecimentos específicos
 - c. Estudos no período noturno
- 10. Horário (fixo)
- 11. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: valor → divulgado () não divulgado ()
 - b. VT e VR: valores → divulgados () não divulgados ()
 - c. Shiatsu
- 12. Outros: _____

8.1.1.2 () NÃO → Seguir para a pergunta 13.3.

8.2 Após analisar a oportunidade da empresa **MONA**, o que lhe atraiu?

- 1. Localização definida
- 2. Tarefas listadas do cargo
 - a. Específico: _____
- 3. Pré-requisitos
 - a. Mínimo de período universitário exigido
 - b. Conhecimentos exigidos
 - c. Muita disposição e interesse para aprender
- 4. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: () Valor não mencionado
 - b. VT: () Valor não mencionado
 - c. VR: () Valor não mencionado
 - d. Café da manhã no local
 - e. Academia no local
- 5. Horário flexível
- 6. Nome do cargo

Por quê? _____

8.2.1 Algum ponto mencionado você considera negativo?

8.2.1.1 () SIM.

1. Localização definida
2. Tarefas listadas do cargo
 - a. Específico: _____
3. Pré-requisitos
 - a. Mínimo de período universitário exigido
 - b. Conhecimentos exigidos
 - c. Muita disposição e interesse para aprender
4. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: () Valor não mencionado
 - b. VT: () Valor não mencionado
 - c. VR: () Valor não mencionado
 - d. Café da manhã no local
 - e. Academia no local
5. Horário flexível
6. Nome do cargo

8.2.1.2 () NÃO. → Seguir para a pergunta 13.3.

8.3 Diante de ambos os exemplos, qual dos dois você acredita que seja a melhor oportunidade? Por quê? () LOYO () MONA

8.4 Você pensou em algum aspecto que não está presente na oportunidade, ou possui alguma dica para tornar a vaga mais atrativa para o público-alvo da empresa?

8.4.1 () SIM → O que? _____

8.4.2 () NÃO → Encerrar pesquisa.

Nome: _____ Idade: _____ Período no curso: ____

Agradecimento pela participação.

Anexo 2

Entrevista com o grupo que já buscou ou está buscando por vagas de estágio: Grupo 2

1. Você:

1.() Está estagiando

2.() Já estagiou

3.() Nunca estagiou, porém está buscando por oportunidades → Pular para pergunta nº 3.

2. Através de qual/quais meio/canal você encontrou a oportunidade pelo qual estagiou/estagia? _____

3. Qual período no curso de administração você julga como o melhor para a busca pelas vagas e inserção no mercado de trabalho? _____ período.

4. Diante das suas experiências para encontrar as oportunidades, classifica como:

4.1.() Fácil

2.() Mediano

3.() Difícil

Por quê? _____

5. Você considera o estágio um fator importante para a formação de um aluno de administração?

5.1.() SIM. Por quê? _____

5.2.() NÃO. Por quê? _____

6. Das vagas as quais você obteve contato, quais informações gerais você recorda?

7. Quais delas você julga como importantes de estarem inseridas na oportunidade exposta? Por quê?

1. Nome da empresa	4. Salário	7. Funções do cargo
2. Localização	5. Horários	8.Outros:_____
3. Sobre a empresa	6. Benefícios	

8. Ainda sobre as vagas, qual informação, de forma geral, você considera **a mais importante?**

9. Quais os canais de divulgação de vagas que você recorreu/recorre nas buscas?

7.1 Sites de recrutamento e seleção 15. Vagas.com 16. Info Jobs 17. Eureka 18. Nube 19. Catho 20. Empregos.com 21. Estagiários.com 22. RioVagas 23. Super Estágios 24. Personale 25. 99 jobs 26. CIEE 27. Grupo Personale 28. Instituto Capacitare 7.2 Páginas de Relacionamento 2. Facebook 1. Estágio online 2. Estágio / Trainee PUC-Rio 3. Administração – Vagas de estágio 4. Outros: _____	4. Instagram 2. Super Estágios 5. Twitter 3. Vagas de empregos RJ 4. Vagas.com 7.3 Jornal impresso 7.4 Jornal Virtual 9.5 Mural da universidade (CCE e/ou IAG) 7.6 E-mail IAG 7.7 Site CECESP 9.8 Site da empresa 7.9 Outros: _____ _____ _____
---	---

10. Como você conheceu esses canais? (ex: pesquisando, através de amigos...)

11. Conhece outros canais, além dos que você já recorreu, porém que não utiliza?

1. () SIM → Quais? Por quê?

11.1.1 (Apresentar tabela com exemplo de canais) → Algum desses exemplos você não tenha recordado, porém conhece?

1. () SIM → Qual/quais? _____

2. () NÃO → Seguir para pergunta nº 12.

2. () NÃO → (Apresentar tabela com exemplo de canais) → Algum desses exemplos você não tenha recordado, porém conhece?

1. () SIM → Qual/quais? _____
2. () NÃO → Seguir para pergunta nº 12.

12. Dos canais que você conhece e já buscou ou busca pelas oportunidades, você encontra as vagas referentes a sua área de interesse?

1. () Sempre
2. () Às vezes
3. () Nunca

13. (Aqui serão apresentados 2 exemplos de vagas de estágios) → Agora vou mostrar-lhe dois exemplos de oportunidades de estágio.

1. Após analisar a oportunidade da empresa LOYO, o que lhe atraiu?

1. Localização: () definida () não definida
2. Tarefas do cargo listadas
 - a. Específica: _____
3. Pré-requisitos
 - a. Previsão de formatura para 2018
 - b. Conhecimentos específicos
 - c. Estudos no período noturno
 - d. Horário (fixo)
4. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: valor → divulgado () não divulgado ()
 - b. VT e VR: valores → divulgados () não divulgados ()
 - c. Shiatsu
5. Outros:

Por quê _____

13.1.1 Algum ponto mencionado você considera negativo?

1. () SIM. Qual/quais? (Marcar na tabela abaixo)

- 13. Localização: () definida () não definida
- 14. Tarefas do cargo listadas
 - a. Específica: _____
- 15. Pré-requisitos
 - a. Previsão de formatura para 2018
 - b. Conhecimentos específicos
 - c. Estudos no período noturno
- 16. Horário (fixo)
- 17. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: valor → divulgado () não divulgado ()
 - b. VT e VR: valores → divulgados () não divulgados ()
 - c. Shiatsu
- 18. Outros: _____

Por quê? _____

2. () NÃO. → Seguir para a pergunta 13.2.

2. Após analisar a oportunidade da empresa **MONA**, o que lhe atraiu?

- 7. Localização definida
- 8. Tarefas listadas do cargo
 - a. Específico: _____
- 9. Pré-requisitos
 - a. Mínimo de período universitário exigido
 - b. Conhecimentos exigidos
 - c. Muita disposição e interesse para aprender
- 10. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio
 - b. VT
 - c. VR
 - d. Café da manhã no local
 - e. Academia no local
- 11. Horário flexível
- 12. Nome do cargo

Por quê? _____

13.2.1 Algum ponto mencionado você considera negativo?

1. () SIM.

1. Localização definida
2. Tarefas listadas do cargo
 - a. Específico: _____
3. Pré-requisitos
 - a. Mínimo de período universitário exigido
 - b. Conhecimentos exigidos
 - c. Muita disposição e interesse para aprender
4. Benefícios
 - a. Bolsa auxílio: () Valor não mencionado
 - b. VT: () Valor não mencionado
 - c. VR: () Valor não mencionado
 - d. Café da manhã no local
 - e. Academia no local
5. Horário flexível
6. Nome do cargo

Por quê? _____

2. () NÃO. → Seguir para a pergunta 13.3.

3. Diante de ambos os exemplos, qual dos dois você acredita que seja a melhor oportunidade? Por quê? () LOYO () MONA

4. Você pensou em algum aspecto que não está presente na oportunidade, ou possui alguma **dica** para tornar a vaga mais atrativa para o público-alvo da empresa?

13.4.1 () SIM → O que? _____

13.4.2 () NÃO → Seguir para a pergunta nº14.

14. Em qual período começou a **procurar** por estágio? _____ período.

15. Quando você começou a estagiar (mês/ano e período)? ____/____ e
_____ período.

16. Por quanto tempo você se manteve/está no estágio (em **meses**)? _____

17. Quantas horas por dia você estagia/estagiou? _____ horas/dia.

18. Você era/é remunerado? 1. () SIM 2. () NÃO

19. Durante o período de provas, você tinha/tem as horas/dia de estágio reduzidas?
1. () SIM 2. () NÃO

20. As informações divulgadas pela empresa na oportunidade do estágio condizem exatamente com as:

20.1 As atividades que você faz/fazia? 1. () SIM 2. () NÃO

20.2 Valor recebido de bolsa auxílio? 1. () SIM 2. () NÃO 3. () Não recebe/recebia

20.3 Horas trabalhadas? 1. () SIM 2. () NÃO

21. A atividade que você realiza/realizava no estágio tem relação com o que é estudado no curso?

1. () Totalmente
2. () Mais ou menos/ pouco
3. () Nenhuma

22. Por que você estagiou/estagia? _____

1. Receber seu próprio dinheiro
 2. Adquirir experiência e aprendizagem
 3. Acrescentar no currículo
 4. Atividade complementar
 5. Outros: _____

Nome: _____ Idade: _____ anos. Período no curso: _____

Agradecimento pela participação.

Anexo 3

Lista de exemplos de canais de divulgação de oportunidades de estágio

1. Sites de recrutamento e seleção
 - Vagas.com
 - Info Jobs
 - Eureka
 - Nube
 - Catho
 - Empregos.com
 - Estagiários.com
 - RioVagas
 - Super Estágios
 - Personale
 - 99 jobs
 - CIEE
 - Grupo Personale
 - Instituto Capacitare
 - Vagas de empregos RJ
2. Páginas de Relacionamento
 - Facebook
 - Estágio online
 - Estágio / Trainee PUC-Rio
 - Administração – Vagas de estágio
 - Instagram
 - Super Estágios
 - Twitter
3. Jornal impresso
4. Jornal Virtual
5. Mural da universidade (CCE e/ou IAG)
6. E-mail IAG
7. Site CECESP
8. Site da empresa

Anexo 4

Exemplos de oportunidades de estágio apresentadas aos entrevistados para análise

Caso Loyo



Local de trabalho: Rio de Janeiro

Inscrições até: 27/10/2017

Tarefas a serem realizadas:

- Análise de empresas e propostas de investimento
- Relações com investidores da LOYO
- Pesquisas de mercado
- Geração de conteúdo de marketing
- Acompanhar o mercado de startups e investimento

Benefícios:

Bolsa auxílio: R\$ 1.354,00
Vale-Refeição – R\$ 500,00/mês
Vale-Transporte – R\$ 136,00/mês
Shiatsu uma vez ao mês

Requisitos:

- Cursar graduação em Administração ou Economia.
- Previsão de formatura para segundo semestre de 2018
- Desejável Inglês Avançado e conhecimento em Excel
- Estudar no período noturno
- Disponibilidade de estagiar 6 horas diárias, de 8:00 às 15:00

Envie seu currículo para:
estagio@loyo.com.br

Caso Mona

Empresa: **MONA**

Local de trabalho: Centro/Rio de Janeiro

Vaga: Estágio Administrativo

Horário: 6 horas diárias (flexíveis)

Data de expiração da vaga: 27/10/2017

Tarefas a serem realizadas:

- Pesquisa online de informações de contato para prospectos de vendas
- Acompanhamento de vendas
- Atividades operacionais e administrativas
- Cadastro de produtos.

Requisitos:

- Cursar graduação em Administração
- Cursando: a partir do 4º período
- Inglês Avançado (será testado)
- Conhecimento de Microsoft: Excel, Word e PowerPoint
- Muita disposição e interesse para aprender

Benefícios:

Bolsa auxílio

Vale-Refeição

Vale-Transporte

Café da manhã

Academia no local



E aí? Ficou animado com essa vaga?

Então se inscreve aí!

Envie seu currículo para:

luiza.tavares@mona.com.br