

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA.
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS.
DEPARTAMENTO DE TURISMO.**

ANDRESSA MARIA DE SOUZA DERBIS

**Estudo e Análise do Programa de Intercâmbio Cultural de Trabalho
Remunerado nos Estados Unidos como Produto da Agência de Viagens**

PONTA GROSSA

2009

ANDRESSA MARIA DE SOUZA DERBIS

**Estudo e Análise do Programa de Intercâmbio Cultural de Trabalho
Remunerado nos Estados Unidos como Produto da Agência de Viagens**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do título de
Bacharel na Universidade Estadual de Ponta
Grossa, Área de Turismo.**

Orientador: Ms. Carlos Alberto Maio

**PONTA GROSSA
2009**

**Dedico este trabalho aos meus pais e minhas irmãs, orientador,
amigos e a todos que contribuíram durante esta pesquisa.**

AGRADECIMENTOS

A Deus...

Agradeço à minha família que foi minha base durante toda a minha vida, e que esteve sempre ao meu lado, especialmente na produção do meu trabalho de conclusão de curso. Em especial à meu pai, Renato, que me apoiou e incentivou, acreditando nas minhas decisões e me guiando sabiamente. Agradeço também minha mãe, Claudia, pela preocupação com minha vida acadêmica, e carinho e conforto em todos os momentos. Minhas irmãs, Amanda e Maria Luisa, que são meus exemplos de dedicação e amor.

Ao meu professor e orientador, Carlos Alberto Maio, que foi quem sugeriu este tema e que sempre demonstrou muita paciência e dedicação a minha pesquisa, mas principalmente, e sem o qual eu jamais conseguiria ter completado este importante passo na minha vida acadêmica.

A todos os meus amigos que acompanharam de perto ou de longe a realização deste trabalho, me apoiando, ajudando e acreditando na minha capacidade de realizá-lo com sucesso. Em especial gostaria de agradecer ao Anderson, Hellen, Juliano, Suellen, Marina, Gerson e Bárbara, alguns muito próximos geograficamente, e outros nem tanto, mas que com suas características únicas preenchem minha vida de alegrias e realizações.

Agradeço a Letícia Barros e Jeanine Degraf pela oportunidade de estágio que me permitiu conhecer as especificidades do programa de intercâmbio estudado, e me ofereceram todas as ferramentas necessárias para a realização da pesquisa.

A todos os participantes do programa que, direta ou indiretamente, contribuíram para os resultados desta pesquisa.

“Seu trabalho vai preencher boa parte de sua vida, e a única maneira de estar realmente satisfeito com isso é fazer o que você acredita ser um ótimo trabalho, e a única maneira de realizar um ótimo trabalho é amando o que você faz. Se você não encontrou isso ainda, continue procurando e não se acomode! Como em todas as questões do coração, você saberá quando encontrá-lo, e como em qualquer ótima relação, só tende a melhorar com o passar dos anos. Então continue procurando, não desista!”
Steve Jobs

RESUMO

O presente trabalho apresenta uma pesquisa a cerca de um produto da agência de viagens – Intercâmbio Cultural, focando especificamente em um modelo de Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos. As relações internacionais do turismo, que possibilitam a troca cultural e o respeito entre diferentes nações, fazem desse tipo de programa um segmento com várias possibilidades de estudo social e mercadológico. É possível ainda identificar um nicho de mercado dentro da agência de viagens, com necessidades específicas, gerando oportunidades na prestação de serviço. Por meio desta pesquisa foi possível analisar e avaliar o perfil dos consumidores desse produto pelo contato direto com os intercambistas no período pós-venda dentro da agência de viagens. A pesquisa foi de caráter exploratório-participativo, havendo realização de estágio em uma agência de viagens, dentro da área de Intercâmbio Cultural, entrevistas com participantes, e a participação no programa. Além disso, houve também a necessidade de um estudo teórico a respeito de cultura, turismo, Intercâmbio Cultural e agenciamento, que serviram de base para a construção da pesquisa. Nesse sentido a dissertação contém os resultados obtidos e analisados de forma conclusiva no que tange ao perfil do intercambista e ao papel da agência de viagens, suas oportunidades e limitações quanto a oferta do produto Intercâmbio Cultural.

Palavras-chave: Intercâmbio; Cultura; Agenciamento; Turismo.

ABSTRACT

The following dissertation presents the research about the product of travel agencies - cultural exchange, focusing specifically on one type of Paid job program in the United States. The international relations of tourism, which provide cultural exchange and respect between different nations, makes this type of program a segment with various possibilities of social study and marketing. It is also possible to identify a specific niche within the travel agency, with specific needs, creating opportunities in service. Throughout the research it was possible to analyze and evaluate the profile of consumers of that product by direct contact with exchange students in the post-sale within the travel agency. The research was of participatory nature, with completion of an internship at a travel agency, inside the Cultural Exchange area, interviews with participants, and participation in the program. Furthermore, there was also a necessity for a theoretical study about culture, tourism, cultural exchange and agency, which formed the basis for the construction of the research. In this sense, the thesis presents the results obtained and analyzed conclusively with respect to the participants profile and the role of the travel agency, its opportunities and limitations when it comes to the product offering cultural exchange.

Keywords: Exchange; Culture; Travel Agency; Tourism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Participantes do programa do ano de 2007	38
Figura 2 - Job Fair	48
Figura 3 - Participante contratado por meio da Job Fair.....	49
Gráfico 1 - Programas de Intercâmbio vendidos pela agência de viagens no ano de 2007	37
Gráfico 2 - Faixa etária dos participantes do ano de 2007	39
Gráfico 3 - Meios de divulgação citados pelos participantes	41
Gráfico 4 - Percentual de participantes e cursos superiores	43
Gráfico 5 - Opções de contratação dos participantes.....	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número de participantes brasileiros no programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos entre os anos de 2002 à 2006	22
Tabela 2- Relação entre número de participantes e cursos superiores	42
Tabela 3 - Correlação entre cursos superiores e motivação dos participantes	46
Tabela 4 - Expectativas dos participantes com relação ao serviço da agência de viagens	51

SUMÁRIO

Introdução.....	8
Capítulo 1: Agências de viagens e intercâmbio cultural: histórico e definições	12
1.1 Agência de viagens.....	12
1.2 Intercâmbio cultural.....	14
1.2.1 Tipos de intercâmbio cultural comercializados pelas agências de viagens ..	15
1.2.2 Programas e países mais procurados	20
Capítulo 2: Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos como produto da agência de viagens.....	22
2.1 Histórico e definição.....	23
2.2 Perfil do cliente	25
2.3 Papel da agência de viagens	25
2.3.1 Teste de inglês.....	27
2.3.2 Documentação.....	27
2.3.2.1 Passaporte.....	28
2.3.2.2 Visto.....	28
2.3.2.3 Formulários	30
2.3.3 Assistência de viagem	312
2.3.4 Emprego	32
2.3.4.1 Contratação	33
2.3.5 Passagens	34
2.3.6 Reuniões de orientação	345
CAPÍTULO 3: Oportunidades e limitações do produto intercâmbio cultural – Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos comercializado pela agência de viagens estudada.....	36
3.1 Dados analisados	38
3.1.1 Faixa etária	39
3.1.2 Meio de divulgação	40
3.1.3 Escolaridade	41
3.1.4 Razões que determinaram a escolha pelo programa	43
3.1.5 Forma de contratação.....	48

3.1.6 Expectativas	50
3.2 Análise e avaliação das limitações e oportunidades do Intercâmbio Cultural..	51
3.2.1 Limitações.....	53
3.2.2 Oportunidades	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS.....	60
APÊNDICE A – Entrevista de coleta de dados	65
APÊNDICE B – Relatório de estágio 2007	657
ANEXO A – Formulário DS 2019	80
ANEXO B – Formulário DS 156	83
ANEXO C – Formulário DS 157	86
ANEXO D – Formulário DS 158	88
ANEXO E – Social Security Card	91
ANEXO F – Job Offer Form.....	93

INTRODUÇÃO

A cultura abrange todas as ações do ser - humano, é a sabedoria incorporada ao comportamento e aos valores de um grupo em um período de tempo em um espaço determinado.

De importância significativa dentro do turismo, a cultura cria elos entre sociedades distintas, encurta as distâncias, e ainda facilita a troca de conhecimentos. A cultura é um insumo turístico importante, mas é aquela cultura viva, praticada pela comunidade em seu cotidiano. (GASTAL, 2001).

A prática da atividade turística permite esse escambo cultural entre uma determinada sociedade e o visitante, criando o fenômeno sociocultural, que, muito mais que um conceito, é parte intrínseca na prática do turismo.

Os fenômenos socioculturais representam uma ligação às atividades turísticas. Para Trigo (2002): Não se pode menosprezar a importância do fenômeno turístico e sua influência econômica, política e cultural. Em vários países, o turismo deixou de ser uma atividade periférica para se tornar agente de destaque na vida cotidiana. O turismo é uma atividade sofisticada que movimentava bilhões de dólares por ano e atinge centenas de milhões de pessoas.

Este trabalho tem como tema o Intercâmbio Cultural, um produto turístico atualmente comercializado pelas agências de viagens brasileiras, que assim como o fenômeno turístico como um todo, pode ser caracterizado como um agente de influência econômica, política, e primordialmente cultural. Com características ímpares, esse produto permite-nos identificar uma clientela diferenciada, com perfil e necessidades específicas dentro agências de viagens, clientela a qual cresce a cada ano graças ao aumento da facilidade de acesso entre países, fruto da globalização do turismo.

A idéia de Intercâmbio Cultural se popularizou após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) quando o mundo estava dividido pelos conflitos, ainda com o fantasma de antigas diferenças e rivalidades. Organizações internacionais como a Rotary International e Cruz Vermelha, com o objetivo de promover o entendimento e respeito entre as nações, iniciaram a prática do “intercâmbio” ou “troca” de conhecimentos entre jovens de diferentes povos, por meio do contato direto (deslocamento até o país, acomodação e inserção no cotidiano por um determinado

período de tempo) com os costumes, língua, ou seja, a cultura do país de um modo geral, resultando no aprendizado e respeito mútuo entre os grupos.

Anos mais tarde essa iniciativa passaria a ser um nicho de mercado nas agências de viagens, caracterizando-se como um produto turístico. De acordo com Ignarra (2003) o conceito de produto turístico extrapola a idéia de produto da economia, e é constituído por um conjunto de serviços que só existem em razão de um atrativo. O produto turístico é a somatória do atrativo turístico, serviços turísticos, infra-estrutura básica e conjunto de serviços urbanos de apoio ao turismo.

O objetivo dessa pesquisa foi analisar a comercialização do produto "Intercâmbio Cultural" focando diretamente no modelo de Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos formatado pela operadora de viagens Intercultural Cursos no Exterior que possui sede na cidade de Curitiba e matriz na cidade de Florianópolis, e é comercializado na cidade de Ponta Grossa pela agência de viagens J. Degraf Viagens e Turismo. Essa análise teve a intenção de perceber e analisar ambas as perspectivas, da agência de viagens e do participante do programa, no que diz respeito à comercialização do produto e aos processos pré-viagem.

Segundo dados da associação que reúne as operadoras de intercâmbio brasileiras, a organização BELTA - Brazilian Education and Travel Association (2009) existem hoje no Brasil 43 operadoras especializadas na formatação de programas de Intercâmbio Cultural de trabalho remunerado. São elas: Academia, AF Intercâmbio, AIUSA/Inter-Brasil, Brazilians to the World, Beth Coutinho Intercâmbios e Viagens, BEX, Bil Intercâmbios, Central do Estudante, CI, Cia do Intercâmbio, Connection Line, CP4 Cursos no Exterior, Cultural Global, Cultural Adventure, Educnet, Estudante VIP, Experimento, FIT Intercâmbio e Viagens, Friends in the World, High Connections Intercâmbio, ICCE, IE Intercâmbios, IEP Brazil, Improvement, Intercultural Cursos no Exterior, International Schools and Travel, Intervip, Just Intercâmbios, Mundial Intercâmbio, Number One Intercâmbio, Portal do Intercâmbio, SIS Intercâmbio Cultural, STB – Student and Travel Bureau, Study n Travel, This way, Travelmate Intercâmbio e Turismo, Unimundo Intercâmbios, Upgrade Intercâmbio Cultural, Via MC Intercâmbio, Via Mundo Intercâmbio e Turismo, World Study, Yázigi Travel, YEP Brazil. Por conta disso, marcas comerciais foram criadas para definir as especificidades de cada programa. É possível, portanto, encontrar diferentes terminologias que definem modelos específicos de

programas de trabalho remunerado nos Estados Unidos. Esses nomes dão uma característica comercial ao produto, e por isso, não serão citados no trabalho, que é de cunho acadêmico.

O termo *Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos* será então o único utilizado durante toda a pesquisa, a fim de manter o caráter didático e acadêmico do trabalho.

A escolha desse programa especificamente foi pela possibilidade do contato direto com os participantes do programa, dentro da agência de viagens, onde foi realizado um estágio durante o ano de 2007. Todos os aspectos da pesquisa envolvem, portanto, unicamente o modelo comercializado nesta agência, sendo que outros programas de trabalho remunerado nos Estados Unidos podem possuir alguma característica diferente das aqui apresentadas.

A fim de melhor detalhar as atividades realizadas durante o estágio, e demonstrar como se deu a abordagem aos participantes no período pré viagem, encontram-se como apêndices deste trabalho tanto o relatório de estágio produzido no ano de 2007 quanto o modelo de entrevista realizada dentro da agência de viagens aos intercambistas.

Foi possível delimitar as variáveis que atingem a venda desse produto, as especificidades em termos de documentação, transportes, assistência, e principalmente quanto ao perfil do público-alvo e suas necessidades. O estudo apontou, segundo os dados coletados, as limitações e as oportunidades desse nicho de mercado dentro da própria agência de viagens.

Para tanto, a pesquisa, a qual possui um caráter exploratório e participativo, se deu entre os anos de 2007 e 2009. De acordo com Denker (2000) a pesquisa exploratória possui um planejamento flexível e envolve levantamento bibliográfico e/ou entrevistas com pessoas.

O levantamento de dados junto à agência de viagens proporcionado pelo estágio, e bibliografias relacionadas a agenciamento e cultura as quais permitiram o enriquecimento do referencial teórico na dissertação, somado as entrevistas realizadas com participantes do programa fazem então, parte da pesquisa a ser considerada exploratória.

A escassez de referências relacionadas especificamente ao Intercâmbio Cultural, entretanto, deu a pesquisa também um caráter participativo, uma vez que para o estudo e conhecimento aprofundado do tema, fez-se necessária a

participação no Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos como intercambista durante dois anos consecutivos.

A pesquisa participativa é realizada mediante a integração do pesquisador, que assume uma função no grupo pesquisado, mas sem obedecer a uma proposta pré-determinada de ação. O objetivo é obter conhecimento mais profundo do grupo. Essa metodologia permite a observação das ações no próprio momento em que ocorrem. Oferece uma visão dinâmica dos processos de interação e de relação entre grupos (DENKER, 2000).

A pesquisa exploratório-participativa permitiu contato direto com os participantes do programa por meio da realização de entrevistas, no decorrer do ano de 2007, e durante a realização do programa como intercambista, no final do ano de 2007 e início do ano de 2008, a fim de conhecer características e necessidades específicas desse público.

O primeiro capítulo engloba o histórico das agências de viagens e seu papel no decorrer das décadas, com definições relacionadas aos produtos e serviços ofertados. Encontram-se também as definições de Intercâmbio Cultural, e as razões pelas quais o mesmo pode ser considerado um produto turístico, em suas diversas variações, dando também enfoque aos países mais procurados para a realização dos programas de Intercâmbio Cultural, e, além disso, quais programas dentro desse segmento apresentam maior procura.

No segundo capítulo está contido o histórico e as definições específicas do modelo de programa tratado na dissertação: Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos. Baseando-se no mesmo foi possível também esclarecer o papel das agências de viagens com relação aos serviços e a assistência prestada aos intercambistas no período pós-venda e pré-viagem.

Por fim, no terceiro capítulo encontra-se a análise e a avaliação dos dados estudados, o que resultou na definição de oportunidades e limitações dentro da agência de viagens ao comercializar o Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos.

CAPÍTULO 1

AGÊNCIAS DE VIAGENS E INTERCÂMBIO CULTURAL – HISTÓRICO E DEFINIÇÕES

1.1 AGÊNCIA DE VIAGENS

O mundo sempre foi um cenário fantástico e estimulante para quem trabalha com viagens e turismo (BENI, 2003). Nesse sentido as agências de viagens, como um todo, possuem um papel de notável importância para a atividade turística, informando, organizando e prestando todos os serviços relacionados a oferta dos produtos turísticos.

Historicamente, entende-se que o grande impulso para a criação das agências de viagens foi a melhora nos meios de transporte.

Segundo Tomelin (2001) o precursor do ramo de agências de viagens foi o inglês Thomas Cook, que graças ao advento das ferrovias no século XIX fundou, em 1841, a primeira agência de viagens, conduzindo um grupo de participantes de um congresso antialcoólico entre as cidades de Longorough e Leicester, na Inglaterra. E posteriormente levando grupos aos Estados Unidos, e também organizando uma volta ao mundo em 222 dias.

O término da Segunda Guerra mundial é apontado por muitos autores como o período de crescimento e reconhecimento da atividade turística, graças à instituição geral de férias remuneradas aos trabalhadores, a mudanças nos hábitos de consumo, e conseqüentemente a valorização do turismo e do lazer.

Desde seu surgimento até a atualidade, as agências de viagens e os profissionais que nela atuam sofreram inúmeras mudanças, crescendo e se especializando de acordo com suas propostas, havendo, portanto a necessidade de categorizá-las segundo suas tipologias (PERRETTO, 2003).

Tomelin (2001) classificou as agências de viagens do mercado brasileiro em seis diferentes tipos: agências de viagens e turismo do tipo detalhistas, maioristas, tour operators, receptivas, consolidadoras e escola.

Agências do tipo *detalhistas* não elaboram seus próprios produtos, apenas revendendo roteiros ou produtos organizados e formatados pelas empresas maioristas. Esse tipo de agência pode atender diferentes demandas, oferecendo

produtos de várias empresas maioristas, ou pode também, ser segmentada para um determinado tipo de produto, o que diminui o leque parcerias com empresas maioristas.

As agências *maioristas* são responsáveis pela confecção de produtos. Esse tipo de agência não tem contato com o turista propriamente dito, utilizando-se das agências *detalhistas* como intermediário para a venda e auxílio ao consumidor final.

Tour operators são responsáveis tanto pela confecção, quanto pela distribuição de pacotes, o que as difere das agências maioristas. Também conhecida como operadora, além de formatar seus produtos e operá-los junto ao consumidor final, essa agência pode também comercializar produtos através de agências detalhistas.

Agências *receptivas* são voltadas especificamente para o turismo receptivo, oferecendo ao turista serviços como *transfers*, *city tours* e outros tipos de assessoria ao turista no destino. Esse tipo de agência pode tanto estar ligada a uma operadora, a qual contrata os serviços da agência receptiva para adicioná-lo no pacote oferecido, quanto montar passeios e programas ofertados ao turista no local da viagem, ou seja, à parte do pacote previamente comprado na operadora ou agência detalhista.

Agências *consolidadoras* são empresas de turismo classificadas junto a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) como agências de viagens e turismo que têm como função a consolidação de serviços junto às transportadoras aéreas, repassando bilhetes aéreos às agências que não possuem credenciais para este fim.

E finalmente, agências do tipo *escola* são empresas de instituições educacionais de cursos superiores de Turismo utilizadas como laboratório, a fim de desenvolver atividades didático-pedagógicas permitindo ao estudante o conhecimento empírico e o desenvolvimento de habilidades profissionais nessa área.

Baseando-se na tipologia proposta por Tomelin (2001), e analisando a agência de viagens estudada durante o estágio, dentro da cidade de Ponta Grossa, pode-se concluir que a mesma pode ser classificada como agência detalhista, uma vez que não formata o produto Intercambio Cultural, apenas repassando-o para seus clientes.

1.2 INTERCÂMBIO CULTURAL

Intercâmbio pode ser primariamente definido como troca, em uma infinidade de sentidos. O intercâmbio cultural é basicamente a troca de conhecimentos, experiências, tradições, costumes entre diferentes países.

Um dos precursores desse tipo de iniciativa foi o Rotary Internacional, organização de líderes de negócios e profissionais unidos no mundo inteiro, que tem como objetivo prestar serviços humanitários, promover e estimular o exercício de um alto padrão de ética em todas as profissões, estabelecendo a paz e a boa vontade no mundo. Segundo Rotary Intercâmbio (2009) os primeiros intercâmbios da história têm início em 1929, apenas dentro do continente europeu. Dez anos mais tarde, o sistema chegava até os Estados Unidos. Em 1972 o Rotary International torna-se um programa oficial mundial de intercâmbios.

O programa ofertado pelo Rotary International engloba basicamente a acomodação em uma casa de família do país visitado, a qual proverá toda a assistência ao intercambista, e o convívio e freqüência em escolas secundárias desse país. O programa não possui diferentes tipos de atividades (empregos, cursos, treinamentos), diferenciando-se apenas por tempo de duração (6 meses ou 1 ano).

A prática desse modelo de Intercâmbio Cultural popularizou-se após o término da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), com o auxílio de organizações como o Rotary International e a Cruz Vermelha, que visavam ampliar o reconhecimento de diferenças, e aspectos interessantes de diferentes culturas.

Em 1949, em Berlim na Alemanha, foi criada uma associação de jovens chamada ICYE (International Christian Youth Exchange). Os jovens viajavam pelo mundo hospedando-se em casas de famílias e realizavam trabalhos voluntários, visando melhorar a imagem que a guerra tinha deixado da Alemanha (STINGHEN, 2005).

Apesar de precursores, os programas ofertados por organizações como as citadas anteriormente, apresentam diferenças quando comparados aos comercializados pelas agências de viagens. A base dessa atividade é invariável: promoção da paz e da compreensão entre os povos por meio de pessoas que, em contato com culturas diferentes, aprendem que todas as pessoas,

independentemente de sua nacionalidade, têm as mesmas necessidades básicas, e merecem o devido respeito.

A variabilidade ocorre quando se entende a extensão e a diversidade de programas oferecidos pela agência de viagens, os quais serão em seguida citados e exemplificados.

1.2.1 TIPOS DE INTERCÂMBIO CULTURAL COMERCIALIZADOS PELAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

As relações interpessoais entre países são facilmente reconhecidas dentro do ambiente da agência de viagens. Pessoas viajam por todos os cantos do mundo todos os dias, pelos mais diversificados motivos.

O segmento de Intercâmbio Cultural é um dos responsáveis por essas relações. Segundo Toranzo (2009) as agências de viagens, nacionais e estrangeiras, que se reuniram no Salão do Estudante, nos dias 7 e 8 de março de 2008, em São Paulo, para apresentar ao público seus pacotes de intercâmbio, fizeram o levantamento dos dados, demonstrando que 140 mil pessoas fizeram intercâmbio em 2008, o que representa um aumento de 30% na comparação com o ano anterior.

Este número pode ser relacionado à variedade de programas de Intercâmbio hoje oferecidos em agências de viagens.

Baseando-se no conteúdo disponibilizado pelas páginas das operadoras desse produto - Intercultural (2009), STB (2009) e Travelmate (2009), foi possível listar os tipos de programa ofertados:

- *Au pair*
- *Demi Pair*
- *High school*
- *Cursos de idiomas*
- *Estágios*
- *Graduação e pós graduação*
- *Trabalho voluntário*
- *Camp Consuelors*

- *Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos*

As definições de cada programa apresentadas a seguir, foram formatadas de acordo com a compilação de informações ofertadas pelas operadoras: Intercultural (2009) e STB (2009) e Travelmate (2009), detalhando as especificidades de cada programa.

Au pair

O participante é especialmente do sexo feminino. O programa oferece a oportunidade de permanência entre 3 e 12 meses em países da América do Norte ou Europa em geral, cuidando de 1 ou mais crianças ao mesmo tempo, e aprendendo sobre a cultura dos países.

A *Au Pair* precisa acima de tudo gostar de crianças. É delas que a participante irá cuidar, brincar, alimentar, levar à escola ou creche, ajudar na tarefa de casa e fazer *babysitting* em algumas noites.

Geralmente recebe um salário fixo por desempenhar tais funções, além de acomodação na casa da própria família da(s) criança(s) que toma conta e recebe também alimentação. O salário varia de acordo com o país.

Demi Pair

Programa é de grande semelhança ao *Au Pair*, sendo que o participante interessado pode morar com uma família, e trabalhar para a mesma em troca de acomodação, refeições e salário. Esse tipo de participante é comum em países europeus, e geralmente possui visto de estudante, freqüentando algum tipo de curso em parte do período diário.

A principal diferença em relação ao primeiro programa citado é que a responsabilidade do intercambista é de apenas tomar conta dos afazeres domésticos, não havendo a obrigatoriedade do cuidado de crianças.

High School

Direcionado aos adolescentes de 15 até 18 anos, esse programa oferece a participação das atividades escolares de outro país pelo período de 5 a 10 meses.

Estudando no ensino médio em outro país, o participante, além de adquirir fluência no idioma, interioriza diferentes costumes e experiências. Como resultado futuro é possível incrementar seu currículo e se tornar uma pessoa mais independente e flexível.

Esse programa fundamentalmente dá ao adolescente a oportunidade de viver como um estudante local do país. O adolescente mora na casa de uma família estrangeira, como se fosse um membro do círculo familiar.

Na escola, o estudante assiste a aulas normalmente com os alunos locais e participa de todas as atividades escolares e culturais oferecidas.

Os requisitos para participar do programa variam de acordo com cada país. O básico é estar cursando o ensino médio, ter obtido boas notas nos últimos três anos e conhecer o idioma do país do destino em nível intermediário. Maturidade e independência para se adaptar a uma nova vida em um local diferente também são necessárias.

Alguns países que disponibilizam esse tipo de programa são: África do Sul, Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Inglaterra, Irlanda, Japão, México e Nova Zelândia.

Cursos de Idiomas

Programa onde o participante pode optar pelo país de preferência do idioma a ser estudado, para aprender uma nova língua. A variedade de países que oferecem esse tipo de curso é ampla. Diferentes tipos de acomodação também são possíveis, como casas de família, albergues, dormitórios de universidades e escolas. Essa categoria pode ser subdividida em diferentes tipos de curso:

Regular: Cursos de língua que vão dos níveis básico até avançado, aulas particulares ou em turma.

Professor: Cursos específicos para pessoas que pretendem ser professores da língua estudada.

Executivos: Aulas específicas para determinados negócios, geralmente relacionados a interesses de determinadas empresas, simulando o ambiente de trabalho.

Férias: Programas desenvolvidos em períodos específicos de férias, combinando aulas com atividades recreativas, disponível geralmente para adolescentes entre 10 e 18 anos.

Curso de idiomas e outras atividades: O participante realiza o curso de idioma conjugado com alguma outra atividade, que pode ser um curso em uma área específica, ou a prática de um determinado esporte. Geralmente algo característico do país receptor.

Estágios

Através deste programa de intercâmbio existe a oportunidade da realização de um estágio na área de estudos ou de experiência profissional e, como consequência, um upgrade no currículo escolar ou profissional.

Não necessariamente remunerados, os estágios são ofertados por empresas no exterior para participantes com alguma experiência na área. A seleção de estagiários não cabe apenas a agência de viagens, mas principalmente, a empresa, que define o nível de conhecimento da língua e da área de estágio ofertada.

É um programa autorizado pelo governo americano, através do visto J-1. E permite que brasileiros realizem um estágio supervisionado, em qualquer lugar dos Estados Unidos por um período de 6 a 18 meses. As principais áreas são: Arquitetura, Administração, Comércio e Finanças, Engenharia, Hotelaria e Turismo, Comunicação, Gerenciamento, Marketing e Vendas, Administração pública, Informática, Direito, Fotografia, Culinária, entre outros.

Graduação e Pós-Graduação

Os participantes desse nicho possuem características específicas. Estudantes de cursos de especializações, por meio de testes prévios, são capazes de cursar parte ou toda a graduação em uma instituição educacional no exterior. Além de agências de viagens, instituições de ensino também possuem acesso a oferta desse tipo de programa.

Trabalho voluntário

Entidades como asilos, orfanatos, abrigos de refugiados e centros de atendimento possibilitam a participação voluntária de estrangeiros nesse tipo de programa de intercâmbio. A hospedagem geralmente é feita em casas de família, e

a recompensa é intangível. Gastos menores podem, ou não, ser cobertos pelas entidades.

Camp Consuelors

Durante o período de verão no hemisfério Norte, crianças americanas participam de acampamentos de verão. São mais de 12 mil acampamentos nos EUA, a maioria situada em áreas rurais, ao redor de lagos e praias. Lá os *campers* se divertem em atividades esportivas, artísticas, jogos, caminhadas e brincadeiras.

A supervisão das crianças e adolescentes é feita pelos *counselors* (monitores), que são jovens com pelo menos 18 anos de idade e que possuem espírito de liderança.

Essa atividade é remunerada e tem duração de 4 meses. Sendo assim, uma oportunidade de trabalho nos Estados Unidos, e também de contato com a cultura do país.

Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos

O Programa de trabalho remunerado é uma oportunidade profissional nos Estados Unidos, com duração de 3 a 4 meses, voltado a estudantes universitários com idade entre 18 e 28 anos.

O objetivo é proporcionar ao participante a chance de ter uma experiência de trabalho em uma empresa americana, enquanto aperfeiçoa seu domínio da língua inglesa e vivencia a cultura e o modo de vida do país.

O jovem é remunerado pelo serviço prestado com um salário que varia entre US\$ 7.25 e US\$ 12,00 por hora e trabalha em média de 25 a 40 horas a cada semana. Segundo o United States Department of Labor (2009) o salário mínimo não pode ser menor que US\$7.25 e a taxa de pagamento de hora extra não pode ser menor que um salário e meio por hora. O tempo regular de trabalho semanal é de no máximo 40 horas.

1.2.2 PROGRAMAS E PAÍSES MAIS PROCURADOS

Desde 1990 o segmento de intercâmbio cultural vinha apresentando um crescimento de 30% ao ano, porém em 1999 sofreu uma redução devido à desvalorização do real em relação ao dólar. Em 1998, o número de viajantes a intercâmbio no exterior foi de 75 mil brasileiros, enquanto que em 1999 os intercambistas totalizaram 53 mil pessoas (FOLHA DE SÃO PAULO, 2000).

A década de 90 é, portanto, ilustrada na pesquisa anterior, como relevante no que diz respeito à procura por programas de intercâmbio cultural no Brasil, uma vez que o crescimento de 30% é um percentual considerável na venda anual desses produtos. Além disso, a pesquisa permite também correlacionar os fatores econômicos internacionais à venda de programas de intercâmbio cultural. Uma vez que o aumento da taxa cambial do dólar, no ano de 1999 acarretou em uma diminuição da demanda brasileira em 29,34% nesse segmento. Dez anos mais tarde, é possível analisar o mesmo fato, só que pelo lado oposto, já que, de acordo com o jornal Estadão (2009) a crise financeira e conseqüente queda do dólar no mercado mundial acabaram por ampliar a venda de viagens para fora do país.

Correlacionando ainda os dados da Folha de São Paulo (2000) aos de Toranzo (2009) citados no item 1.2.1, do ano de 1998 ao ano de 2008 os participantes de programas de intercâmbio cultural aumentaram de 75 mil brasileiros para 140 mil brasileiros, representando um aumento de 86% de intercambistas.

Segundo Oliveira (2000) anualmente cerca de 450 mil pessoas viajam no mundo para aprender algum idioma fora de seu país de origem. O mesmo autor relata que em 1995, cerca de 20 mil brasileiros estudaram inglês na Inglaterra, colocando o Brasil na posição de quinto maior mercado emissor para as escolas especializadas no ensino de inglês na Grã-Bretanha.

Pode-se considerar então, que os programas relacionados a estudos de idiomas possuem procura considerável dentro do Brasil.

Ainda considerando os dados da pesquisa percebe-se a importância do Brasil no contexto europeu, especificamente na Grã-Bretanha, que pode servir como um indicador de uma das regiões procuradas pelos intercambistas.

Por outro lado, um estudo realizado com intercambistas na cidade de Americana, no estado de São Paulo, por Ferreira (2002) concluiu que os dois países

que totalizaram maior procura no ano de 2002, pelos intercambistas da cidade de Americana, se encontram no Continente Americano: Estados Unidos e Canadá. A autora afirma que este fato pode ser explicado por vários aspectos. A língua inglesa, por exemplo, é a mais procurada pelos intercambistas e é falada em ambos os países. O mercado atual exige cada vez mais que profissionais, de todas as áreas, detenham um mínimo de conhecimento sobre esta língua. Outro fator é a questão do preço. Devido à proximidade com o Brasil, os pacotes de intercâmbio para esses dois países acabam sendo mais baratos que outros destinos.

Com isso, é possível perceber que o intercambista brasileiro possui um interesse singular a língua inglesa, uma vez que o dado se fez presente em duas diferentes pesquisas. Isso acarreta em uma maior procura pelos países falantes desse idioma.

A revista VEJA (2006) ainda reforça essa idéia ao discorrer sobre os programas de trabalho remunerado: o número de brasileiros em intercâmbio de trabalho quadruplicou desde 2002. O crescimento se acentuou a partir de 2004 por causa da queda na cotação do dólar. O principal destino são os Estados Unidos, que oferecem um visto específico para o trabalho temporário.

Ao exemplificar os motivos para a participação no programa, a revista aponta que 70% dos participantes de 2006 procuraram o programa para aperfeiçoar a língua estrangeira, 25% tinham como motivo a oportunidade de uma primeira experiência profissional e 5% tinham a intenção de economizar e começar uma poupança com o dinheiro conseguido através do emprego.

Além do fator idioma, as fortes economias e altos indicadores sociais, tais como qualidade de vida e sistemas de ensino bem estruturados, podem ser também algumas das razões pela procura pelos considerados *países desenvolvidos*, como os citados anteriormente: Inglaterra, Estados Unidos e Canadá.

A infra-estrutura desses países acaba dando mais suporte ao visitante estrangeiro devido, sobretudo, ao poder aquisitivo elevado da sociedade e a quantidade de produtos com tecnologia avançada na qual a mesma investe.

O próximo capítulo abordará o Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos, demonstrando as características desse produto turístico dentro da agência de viagens estudada.

CAPÍTULO 2

PROGRAMA DE TRABALHO REMUNERADO NOS ESTADOS UNIDOS

COMO PRODUTO DA AGÊNCIA DE VIAGENS

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2009), o Turismo de Estudos e Intercâmbio é um segmento turístico de abrangência muito ampla, que engloba as mais diversas modalidades turísticas. Ao buscar maior especificidade, ainda o Ministério do Turismo (BRASIL, 2009) define: “O Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional”.

Por se tratar de um segmento de origem antiga, datado pela Rotary International (2009) do ano de 1929, e também por oferecer atualmente dentro das agências de viagem uma grande gama de programas, o produto intercâmbio cultural está presente em boa parte dos países do mundo e, como ocorre independentemente de características geográficas ou climáticas específicas, pode ser oferecido durante todo o ano.

Para conferir a pesquisa uma maior especificidade quanto ao tema, foi elencado apenas um tipo de programa de intercâmbio, o de trabalho remunerado nos Estados Unidos. Como demonstrado pela VEJA (2006) o programa teve um impulso de aproximadamente 260% comparando os anos de 2002 e 2006.

Tabela 1 - Número de participantes brasileiros no Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos entre os anos de 2002 à 2006

INTERCÂMBIOS DE TRABALHO	
ANO	PARTICIPANTES
2002	3.700
2003	4.100
2004	5.000
2005	9.000
2006	13.300

FONTE: VEJA (2006)

O Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos pode ser considerado a busca por uma experiência internacional que proporcione a inserção no contexto cultural do outro país por meio de atividades profissionais.

Esse tipo de programa pode exigir do participante responsabilidade, dedicação e esforço, uma vez que envolve a oportunidade de trabalho em uma empresa norte-americana. Por outro lado, oferece a ele a oportunidade de praticar um diferente idioma, conhecer diferentes lugares e descobrir aspectos culturais específicos da outra nação, atribuições que fazem parte das bases do Intercâmbio Cultural como um todo, que prioriza a troca de conhecimentos e o respeito mútuo entre nações. Além disso, o programa ainda inclui uma remuneração referente às atividades exercidas pelo intercambista dentro da empresa a qual o oferece a oportunidade profissional durante a realização do programa.

2.1 HISTÓRICO E DEFINIÇÃO

O Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos foi autorizado e iniciado pelo governo norte-americano com intenção de não perder espaço no contexto cultural mundial, garantindo seu reconhecimento por meio de jovens de outras nações. O objetivo do governo foi atrair estudantes por meio de oportunidades de trabalho durante um período, para que interagissem e adquirissem conhecimento a respeito do estilo de vida e dos padrões culturais norte-americanos. Para isso buscaram parceiros dentro do país, empresas que são chamadas *sponsors*, que podem ser os próprios empregadores.

Quanto a essas ações foi possível encontrar dentro do Código Eletrônico de Regulamentos Federais (UNITED STATES OF AMERICA, 2009) o seguinte regulamento do ano de 1961, com emenda do ano 1988:

Os regulamentos estabelecidos nesta parte implementam a Educação mútua e Intercâmbio Cultural - Ato de 1961 (a "Lei"), conforme alterada, Lei Pública 87-256, 22 USC 2451, e seqüências. (1988). A finalidade da lei é aumentar o entendimento mútuo entre o povo dos Estados Unidos e os povos de outros países por meio de intercâmbio cultural e educacional. Intercâmbios culturais e educacionais auxiliam o Departamento de Estado no prosseguimento dos objetivos da política externa dos Estados Unidos. O Secretário de Estado Adjunto do Departamento de Estado facilita as atividades especificadas na lei, em parte, com a designação de entidades públicas e privadas para atuar como *sponsors* do Programa de

Intercâmbio do visitante. Os sponsors (empregadores) poderão agir de forma independente ou com o auxílio de terceiros. O objetivo do Programa é proporcionar aos estrangeiros a oportunidade de participar de programas educativos e culturais nos Estados Unidos e voltar para casa para compartilhar suas experiências, e para incentivar os americanos a participar de programas educativos e culturais de outros países. Visitantes de intercâmbio entram nos Estados Unidos com um visto J. Os regulamentos estabelecidos nesta subparte são aplicáveis a todos os sponsors – Tradução da autora (UNITED STATES OF AMERICA, 2009).

Considerações específicas ao Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos são encontradas ainda no Departamento de Estados - Bureau de Relações Culturais e Educacionais (UNITED STATES OF AMERICA, 2009): Estudantes estrangeiros de graduação podem entrar nos Estados Unidos para trabalhar e viajar por um tempo máximo de quatro meses, durante suas férias de verão. A maioria dos participantes normalmente trabalham em cargos de serviços não-qualificados em resorts, hotéis, restaurantes e parques de diversões.

A partir dessa medida do governo, iniciou-se então este modelo de intercâmbio cultural, o qual permite que estudantes de diferentes nacionalidades viagem aos EUA com o objetivo de trabalhar dentro do período de no máximo 4 meses. Estes intercambistas recebem pagamento na moeda do país através da obtenção do "Social Security Card", cartão que registra os trabalhadores e os permite a trabalhar, receber salário e pagar impostos ao país, estando regidos pelas leis trabalhistas. O cartão pode ser considerado equivalente ao CPF (Cadastro de Pessoa Física) no Brasil.

Qualquer pessoa à procura de emprego nos Estados Unidos necessita de um número de segurança do Social Security Card. Esse cartão de segurança social é geralmente emitido para os cidadãos dos EUA, residentes permanentes, titulares de Green Card, e as pessoas com permissão para trabalhar nos Estados Unidos, como visitantes temporários, estudantes e trabalhadores sobre vistos de não-imigrantes. O cartão é um documento muito importante nos Estados Unidos. Não só autoriza os indivíduos a certos benefícios de trabalho, mas todos os empregadores, bancos e escolas usam o cartão como uma forma de identificação – Tradução da autora (US. IMMIGRATION SUPPORT, 2009).

O Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos é, portanto, um programa que combina os empregadores norte americanos, na necessidade de funcionários qualificados, falantes da língua inglesa e que firmem um contrato de curto prazo (uma vez que certas regiões, como estações de esqui, por exemplo, recebem uma maior demanda turística apenas durante a alta sazonalidade), aos estudantes internacionais que querem viver, trabalhar e viajar nos Estados Unidos. É

um programa autorizado pela Secretaria de Estado dos EUA e foi projetado para promover a troca cultural e a consciência global (INTEREXCHANGE, 2009).

A partir deste programa, utilizando-se especificamente de um modelo comercializado em uma das agências de viagens da cidade de Ponta Grossa, a J. Degraf Viagens e Turismo, foi possível formatar e apresentar os dados referentes ao programa, no que tange ao participante e a agência de viagens.

2.2 PERFIL DO CLIENTE

O Programa de trabalho remunerado nos EUA é ofertado exclusivamente para estudantes de ensino superior: graduação ou especializações e pós-graduações. O programa acontece durante as férias universitárias de final de ano do Brasil, período que corresponde ao inverno Norte-Americano (do início do mês de Dezembro ao término do mês de Março).

Os requisitos, quanto ao perfil do participante, de acordo com a organização Interexchange (2009), são os seguintes:

Idade: Ter entre 18 e 28 anos.

Escolaridade: Estar matriculado em um curso universitário de graduação ou pós-graduação e não podendo estar com a matrícula trancada.

Conhecimentos: Comunicação da língua inglesa de nível básico, intermediário ou avançado (classificado de acordo com os métodos avaliativos de cada agência).

2.3 PAPEL DA AGÊNCIA DE VIAGENS

A necessidade de um profissional diferenciado na busca de produtos turísticos é devido ao grande acesso de informações disponibilizadas atualmente em todos os meios de comunicação, disponíveis à todas as pessoas, muito antes destas entrarem em contato com a agência de viagens.

Em se tratando de Intercâmbio Cultural, essa realidade é igualmente inerente, e por isso a oferta de orientação quanto aos procedimentos necessários para a

realização do programa é de responsabilidade do agente de viagens, ou, do atualmente conhecido como consultor de viagens.

Mario (2004) define consultor de viagens como um profissional capaz de orientar seus clientes mais críticos, que exigem dele informações detalhadas sobre sua viagem.

Ao consultor cabe reconhecer a singularidade de cada cliente e, muito mais que realizar tarefas mecânicas, como por exemplo, a emissão de passagens, oferecer um serviço de qualidade, esclarecendo dúvidas, dando importantes dicas, e surpreendendo o passageiro, através da antecipação de suas necessidades.

Quanto ao programa de Intercâmbio de trabalho remunerado nos EUA, uma das funções da agência de viagens é justamente passar todas as informações para o participante sobre o programa que irá realizar.

Informar sobre as características, regulamentos e condições gerais do programa e esclarecer todos os tipos de dúvida do potencial participante são, portanto, a base do serviço prestado.

E, além disso, mostrar claramente, antes da venda do produto, tudo que o mesmo inclui e o que será oferecido paralelamente, com descrição de custos e taxas, datas limite, e documentação.

Os principais produtos e serviços que o pacote do modelo de Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos estudado durante esta pesquisa inclui são:

- Teste de Inglês;
- Assistência e organização da documentação
 - Formulário DS-2019 para a obtenção do visto J1 de trabalho/turismo;
 - Agendamento de entrevista de visto no consulado norte americano
- Assistência de viagem (seguro);
- Assistência para obter uma proposta de trabalho;
- Passagem aérea internacional;
- Reuniões de orientação;

Os custos que geralmente são cobrados paralelamente ao pacote deste mesmo programa podem incluir:

- Passagens domésticas (dentro do Brasil e nos Estados Unidos) e taxas de embarque, que variam de acordo com cada aeroporto;
- Despesas com documentação (custos com obtenção de passaporte e visto, por exemplo);
- Deslocamento para a entrevista consular e embarque internacional.
- Taxa SEVIS (Student Exchange Visa Information System);

2.3.1 TESTE DE INGLÊS

No modelo de programa estudado se faz necessária a avaliação do nível de comunicação e compreensão da língua inglesa por meio de uma prova escrita e/ou entrevista oral, feita antes da inscrição. Dentro da agência de viagens estudada faz-se uso de ambos os testes.

A prova escrita possui questões relacionadas ao conhecimento gramatical, de vocabulário e compreensão de expressões do idioma.

A entrevista oral tem basicamente as características de uma entrevista de emprego, exceto pelo fato de que a mesma é realizada inteiramente em inglês, proporcionando ao participante uma oportunidade de sentir como se sairá ao conversar com um nativo da língua.

O nível do idioma, conhecido através dos testes, define se o participante será ou não apto a participar do programa, uma vez que demonstra se o participante conseguirá de fato ter uma boa comunicação com empregador e demais falantes da língua os quais manterá contato enquanto participando do programa.

2.3.2 DOCUMENTAÇÃO

Logo após a inscrição, fica sob responsabilidade de agência de viagens instruir o participante a organizar toda a documentação necessária para a viagem.

Os principais documentos para a realização da viagem de intercâmbio de trabalho remunerado nos EUA são: Passaporte, Visto J1 e Formulários DS 2019, DS 156, DS 157 e DS 158 (VIAJAR TURISMO, 2009) .

2.3.2.1 PASSAPORTE

O passaporte é um documento de identidade emitido por um governo nacional. No Brasil, o órgão responsável pela emissão dos passaportes é a Polícia Federal, que atesta formalmente o portador como nacional de um Estado em particular e requisita permissão em nome do soberano ou do governo emissor para o detentor poder cruzar a fronteira de um país estrangeiro.

Passaportes estão ligados ao direito de proteção legal no exterior e ao retorno do indivíduo a seu país de origem.

2.3.2.2 VISTO

A entrada de cidadãos brasileiros nos territórios Estadunidenses é somente permitida com obtenção do visto. Dependendo das razões da viagem e do tempo de permanência, existem diferentes categorias de visto no país.

As seguintes definições são apresentadas pela Embaixada Americana (2009):

- Visto F1 (Estudante): Para estudantes que já foram aceitos em algum programa acadêmico nos Estados Unidos. A instituição nos Estados Unidos emite o documento I-20.
- Visto J1 (Intercâmbio): Para pessoas que foram aceitas em um programa de intercâmbio. O programa emite o documento DS-2019.
- Visto B1 (Negócios): O motivo da viagem é realizar negócios, participar de feiras, seminários, congressos e conferências.
- Visto B2 (Turismo): O motivo da viagem é turismo. Participantes de viagens culturais que têm propósito de aprendizagem, dependendo dos casos podem ir com B2 ao invés do F1.

Os participantes do Programa de trabalho remunerado viajam com o visto de estudante J1, que permite que o trabalho legal por um período máximo de 4 meses.

Cabe a agência de viagens que comercializou o pacote de Intercâmbio Cultural agendar a entrevista no consulado americano e explicar ao participante como a mesma funciona.

De acordo com a Embaixada Americana (2009) todas as pessoas interessadas em solicitar um visto para os EUA devem agendar uma entrevista individual, através do *Serviço de Informação de Vistos*. As entrevistas são agendadas de segunda a sexta, nos dias de trabalho normal. O público pode se comunicar com o Serviço de Informação de Vistos pelo site: <http://www.visto-eua.com.br/> ou pelo telefone 0(xx)21-4004-4950, de segunda à sexta, das 8:00 às 20:00 horas.

O processo de obtenção de visto na Embaixada Americana segue um padrão de procedimentos que incluem a entrega de documentos e uma entrevista na qual o participante explica suas razões e expectativas em relação à viagem.

É de responsabilidade dos estudantes fornecerem ao Consulado Americano a documentação complementar necessária para aplicação do visto. De acordo com a operadora Intercultural (2009) os documentos são:

- Uma foto 5 x 5 atual, colorida, fundo branco (máximo de 6 meses).
- Passaporte com validade mínima de 6 meses a partir da data em que o participante for tirar o visto.
- Passaporte(s) anterior(es) (se obteve visto americano em um deles, mesmo que vencido).
- Formulários DS-156, DS-157 e DS-158 preenchidos em letra de forma e assinados
- Cópia do Imposto de Renda completo do último ano com o recibo de entrega. Quando o mesmo for proprietário ou sócio de empresa anexar Imposto de Renda Pessoa Jurídica.
- 3 últimos contra-cheques (holerites) originais ou pró-labores originais com selo do Conselho Regional de Contabilidade (no caso de empresário).
- Cópia do RG e CPF do solicitante e responsável.
- Cópia do CNPJ (quando pessoa jurídica).
- Cópia do Contrato Social (quando pessoa jurídica).
- Extrato bancário original (conta corrente, poupança e aplicação) do último mês (do solicitante e responsável).
- Cópia de escritura de imóveis.
- Cópia de documentos de automóveis.
- Atestado de matrícula da Universidade.

- Documento DS -2019 assinado.
- Para quem não consta como dependente dos pais no Imposto de Renda ou é maior de 25 anos, anexar carta de custeio dos pais ou responsáveis.
- Recibo do pagamento da taxa SEVIS
- Comprovante do pagamento da taxa de pedido de visto.
- US\$40,00 para o pagamento da taxa de emissão do visto J-1 (essa taxa somente deverá ser paga pelo solicitante que tiver seu visto concedido).

O papel da a agência de viagens é, portanto, dar toda a assistência para que o participante consiga obter o seu visto J-1, auxiliando no preenchimento e na organização dos documentos e pagamentos de taxas, porém somente o Consulado Americano tem autonomia para deliberar a este respeito. Em caso do visto ser negado, o estudante não poderá participar do programa e sua oferta de trabalho será cancelada.

2.3.2.3 FORMULÁRIOS

Os formulários necessários para a obtenção de visto são: DS 2019, DS 156, DS 157 e DS 158.

A sigla DS significa Duration of Status, ou seja, é o período de tempo que o viajante é permitido ficar nos Estados Unidos na utilização de um determinado visto (INTERNATIONAL STUDENT GUIDE TO THE USA, 2009).

- DS 156

É o formulário de solicitação de visto não-imigrante, preenchido por todos os solicitantes, em inglês, independentemente do tipo de visto requerido. Este formulário contém dados pessoais sobre os requerentes (VISA FORM, 2009).

- DS 157

É o formulário complementar de solicitação de visto não-imigrante, necessário a todas as pessoas com idade acima de 16 anos, preenchido em português, adicionando informações referentes à formação escolar do requerente.

- DS 158

Contém informações sobre contatos e experiências profissionais para os solicitantes de visto de não-imigrante

- DS 2019

O formulário DS-2019 é, por assim dizer, o certificado oficial de elegibilidade (Certificate of Eligibility) para o requerimento do visto J1.

O DS-2019 só pode ser emitido por algumas poucas organizações nomeadas oficialmente pelo U.S. Department of State que atuam como sponsors (empresas que contratam estudantes brasileiros para a participação no Programa de trabalho remunerado nos EUA), acompanham o programa de intercâmbio em questão e supervisionam a obediência aos requisitos oficiais (DS 2019 FORM, 2009).

O DS-2019 tem um número único de identificação no mesmo, que se conecta ao estudante ou registro acadêmico no banco de dados SEVIS (NEW YORK UNIVERSITY, 2009).

Segundo o International student guide to the USA o sistema SEVIS - Student and Exchange Visitor Information é um sistema de rastreamento baseado na Internet, que permite que às escolas, ao Departamento de Segurança Nacional e ao Departamento de Estado para intercâmbio ter acesso a dados sobre o condição de visitantes de intercâmbio que possuem o visto J1.

As principais informações contidas no DS 2019 são: informações sobre o participante; informações sobre o sponsor (empresa contratante ou responsável pelo intercambista); duração da validade/duração do programa nos EUA.

2.3.3 ASSISTÊNCIA DE VIAGEM

Ao comercializar o pacote do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos a agência de viagens estudada inclui o seguro de viagem. Esse procedimento já é considerado comum na venda de qualquer pacote, ficando geralmente a critério do passageiro as especificidades e o valor de cada seguro.

Um seguro de viagem pode proporcionar coberturas, tais como assistência médica, auxílio caso haja extravio de bagagem, documentos roubados ou perdidos e também cobrindo custos de acidentes, procurando oferecer ao viajante maior segurança durante a viagem.

Segundo a seguradora Assist Card (2009) as principais assistências dizem respeito aos seguintes serviços:

- Despesas médicas para acidente ou doença;
- Gastos com medicamentos;
- Despesas odontológicas;
- Identificação e rastreamento de bagagem;
- Indenização por bagagem extraviada pela companhia aérea;
- Transferência de um parente, no caso de sua internação;
- Auxílio para recuperação e devolução de perda ou roubo de passaporte e outros documentos de viagem.

No programa de intercâmbio os participantes podem estar segurados agregando um programa de assistência de viagem durante o período de realização do programa. Os mesmos são orientados em como acionar o seguro, caso haja necessidade.

2.3.4 EMPREGO

Existe uma variedade de empregadores norte-americanos que contratam portadores do visto J1 para o programa de trabalho remunerado. O participante pode conseguir trabalho em redes de hotéis, resorts, lojas, cassinos, estações de esqui entre outros locais.

O salário mínimo estipulado pelo governo norte-americano é de US\$ 7,25 por hora. Nas posições em que é possível receber gorjetas, a média fica em torno de US\$ 2,15 por hora.

A carga horária semanal fica entre 25 e 40 horas, e os pagamentos são feitos semanalmente ou quinzenalmente.

As funções exercidas são as mais variadas possíveis, e geralmente não exigem experiência prévia ou qualificação. Dentre elas:

Alimentos e Bebidas: caixa de restaurante, auxiliar de garçom, garçom, recepção e reserva de mesas, auxiliar de cozinha, cozinheiro.

Ski Resort: cuidado de crianças, manutenção de cadeiras de lift (transporte até o topo da montanha, equivalente aos teleféricos no Brasil), instrução para praticantes de ski e snowboard (neste caso a qualificação e treinamento são necessários, por envolver um esporte radical), guarda de estacionamento.

Demais funções: venda e aluguel de equipamentos e acessórios em lojas, recepcionista em hotéis, camareiro, mensageiro, serviço de quarto.

Normalmente, há um treinamento de dois dias antes do início do trabalho efetivo, que inclui a familiarização às regras e regulamentos específicos da empresa contratante.

2.3.4.1 CONTRATAÇÃO

O modelo de Programa de trabalho remunerado nos EUA comercializado na agência de viagens estudada oferece 3 maneiras de contratação por empresas norte-americanas: Job fair, Independent e Placement.

As feiras de emprego, ou *Job Fairs*, são uma das opções dos participantes. Ao participar de uma job fair é possível o contato direto com os próprios empregadores norte-americanos.

Nas feiras, o participante, por meio de um agendamento feito pela agência de viagens, escolhe os empregadores que mais o interessam, direcionando sua procura tanto para posições geográficas das empresas quanto áreas profissionais de seu interesse.

A opção *Independent* dá ao participante total autonomia na busca de emprego, o permitindo entrar em contato com empresas de seu interesse por meio de telefone, e-mail ou *webpages* com cadastros para contratação. É ainda possível viajar sem um contrato firmado, sendo assim, ao se estabelecer no local, o

intercambista entrega currículos e faz entrevistas diretamente com os administradores que considera interessantes.

A terceira opção, denominada *Placement*, é a que exige menos esforço do participante em relação à procura de emprego, por outro lado, é também a mais limitante.

Ao contatar empresas americanas, a agência consegue também um determinado número de vagas em determinadas posições de emprego em um número de empregadores. Os participantes que não conseguirem emprego por meio das feiras, ou não quiserem participar das mesmas e também não acharem interessante ir de forma independente podem utilizar dessa opção para sua colocação profissional, deixando nas mãos das agências a busca por sua oferta de emprego.

2.3.5 PASSAGENS

A emissão de passagens internacionais se apresenta de forma cada vez mais facilitada para o consumidor graças aos desenvolvimentos das tecnologias de informação, ao fácil acesso e a comunicação entre agência de viagens, companhia aérea e passageiro.

Na realização do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos o participante define suas datas de viagem de acordo com o empregador norte-americano, pois o mesmo delimita as datas de início e término de contrato empregatício.

Depois de definidas as datas de trabalho a agência emite as passagens internacionais de ida e volta (Brasil – Estados Unidos), e as domésticas (dentro do território brasileiro ou dentro do território norte-americano entre diferentes aeroportos).

2.3.6 REUNIÕES DE ORIENTAÇÃO

Durante o período pré-viagem é importante esclarecer dúvidas que são comuns a todos os participantes, o que pode ser resolvido por meio de reuniões pré-agendadas.

A reunião facilita a demonstração de situações comuns no país, desde o embarque, departamento de imigração até a confecção do social-security (cartão que permite a arrecadação de salário com os mesmo direito de um cidadão americano) e o sistema de trabalho norte-americano.

Ainda com a reunião é possível demonstrar a todos os participantes o processo de ajustamento ao novo ambiente, descrever os sintomas de choque cultural e como os mesmos podem ser superados.

Nas reuniões os intercambistas podem também ter contato com ex-participantes, os quais têm a oportunidade de dividirem as experiências pessoais que tiveram durante a realização do programa.

O estágio realizado dentro a agência de viagens no ano de 2007 permitiu o contato com todos esses serviços aos participantes, e possibilitou ainda o estudo do perfil dos mesmos, o que resultou na formatação do capítulo a seguir, que apresentará os dados coletados durante o estágio, de forma a analisar seus resultados e reconhecer as oportunidades e limitações do modelo de programa de trabalho remunerado estudado.

CAPÍTULO 3

OPORTUNIDADES E LIMITAÇÕES DO PRODUTO INTERCÂMBIO CULTURAL – PROGRAMA DE TRABALHO REMUNERADO NOS ESTADOS UNIDOS COMERCIALIZADO PELA AGÊNCIA DE VIAGENS ESTUDADA

O estágio realizado na empresa J. Degraf Agência de Viagens e Turismo pelo período de 23 de abril de 2007 a 14 de novembro de 2007, contabilizando aproximadamente sete meses, teve como principal finalidade a prática de conhecimentos relacionados à prestação de serviços, venda de produtos e auxílio de passageiros de agências de viagens, com o atendimento aos clientes de um produto específico: Intercâmbio Cultural. O estágio ofereceu ainda a possibilidade de definição do perfil do público-alvo do segmento de um tipo de intercâmbio cultural: o Programa de Trabalho Remunerado nos Estados Unidos, por meio de entrevistas com os participantes no processo pré-viagem.

A agência, que atua no mercado de Ponta Grossa há cerca de 20 anos, oferece serviços relacionados a transportes, como por exemplo, emissão de bilhetes aéreos e venda de pacotes de cruzeiros marítimos, roteiros, na formatação e/ou comercialização de pacotes turísticos a variados destinos, e na comercialização de viagens de intercâmbio, área a qual o estágio permitiu maior contato e participação.

Existem no mercado, vários tipos de programas de intercâmbio, que variam de acordo com os países, a idade, o sexo, características e necessidades específicas do intercambista. Estes programas foram anteriormente citados no item 1.2.1 desta pesquisa.

Na época em que foi realizado o estágio, a agência oferecia os produtos formatados pelas empresas de intercâmbio: Intercultural Cursos no Exterior e Unimundo Intercâmbios. Estas empresas, segundo as definições de Tomelin (2001) podem ser também chamadas de operadoras, uma vez que formatam e distribuem os pacotes, no caso, programas de intercâmbio, tanto para o público como para as

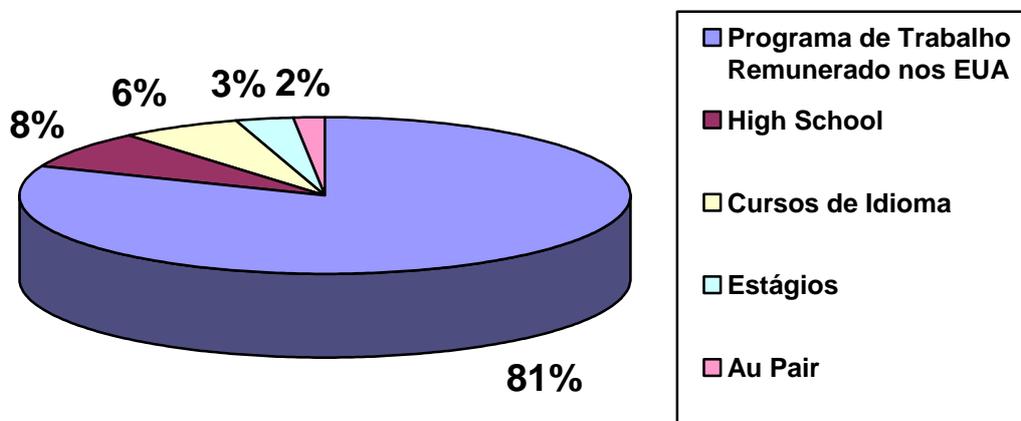
agências detalhistas. Ambas as empresas possuíam escritórios na capital do estado, Curitiba.

Foram vendidos, durante o período do estágio, 4 cursos de idioma e 2 estágios no Canadá oferecidos pela Unimundo Intercâmbios. No mesmo período foram comercializados 5 programas de High School, 1 Au Pair e 51 programas de trabalho remunerado nos Estados Unidos, oferecidos pela Intercultural Cursos no Exterior.

A comercialização do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos dentro da agência de viagens estudada representou destaque se comparado aos demais programas de intercâmbio cultural vendidos, representando 80,95% dos clientes, seguida por 7,93% de venda do programa de High School, 6,34% dos programas de cursos de idioma, 3,17% dos programas de estágio e 1,58% do programa de Au Pair.

Os dados devidamente arredondados são apresentados no gráfico a seguir:

Gráfico 1 - Programas de Intercâmbio vendidos pela agência de viagens no ano de 2007



FONTE: AUTORA (2009)

O destaque na venda do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos dentro da agência de viagens estudada permitiu a realização de uma pesquisa exploratória, por meio de entrevistas com os participantes, a fim de conhecer o perfil do público-alvo do segmento.

Pesquisa de caráter exploratório, a qual, segundo Denker (2000) tem como foco aprimorar idéias ou descobrir intuições, possui um planejamento flexível e envolve levantamento bibliográfico e/ou entrevistas com pessoas.

Os dados relacionados aos participantes foram organizados de acordo com entrevistas individuais seguindo a metodologia exploratória.

3.1 DADOS ANALISADOS

No período do estágio a agência atendeu cerca de 70 pessoas interessadas especificamente no programa de intercâmbio cultural de Trabalho Remunerado nos Estados Unidos, e destes, 51 se inscreveram como participantes.

Para melhor compreender o perfil dos intercambistas deste programa por meio da pesquisa exploratória, aplicaram-se para 50 dos participantes inscritos, entrevistas, a fim de delimitar suas características, motivações e necessidades.

Figura 1 - Participantes do programa do ano de 2007



FONTE: AUTOR

Para tanto se acreditou necessário apontar os seguintes dados dos participantes: nome, idade, curso universitário, meio de divulgação pelo qual

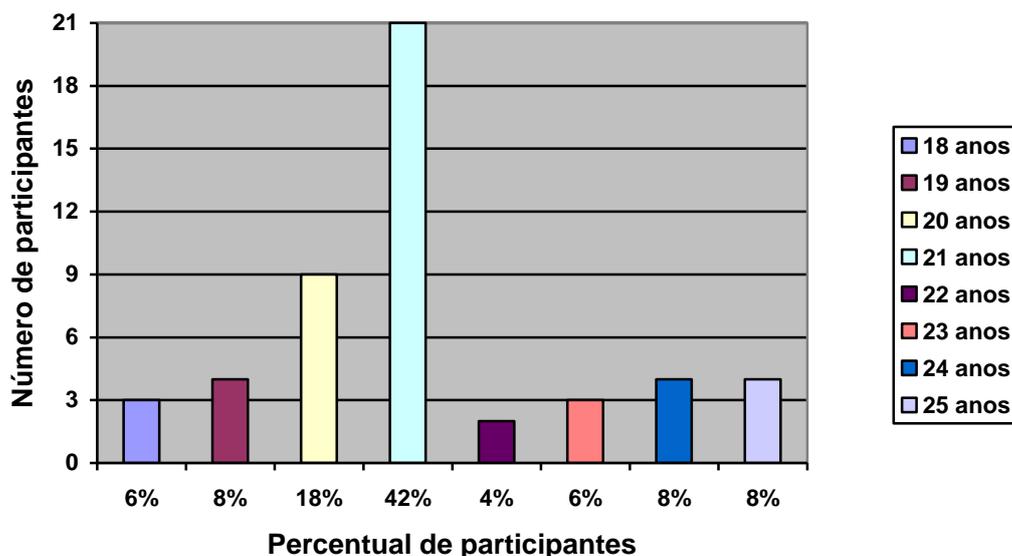
conheceu o programa, motivos que determinaram a escolha pelo programa, meio de contratação escolhido (job fair, placement ou independent) e expectativas quanto aos serviços prestados pela agência durante a comercialização e o atendimento pós-venda do produto.

Os dados coletados nas 50 entrevistas são apresentados a seguir, e correlacionados pela pesquisadora a fim de compreender as especificidades do perfil dos intercambistas que realizaram o programa no ano de 2007 dentro da agência estudada.

3.1.1 FAIXA ETÁRIA

Quanto à faixa etária dos entrevistados, a pesquisa revelou que no ano de 2007, do total de 50 intercambistas: 3 dos participantes possuíam 18 anos, o que representa 6% do total, 4 intercambistas possuíam 19 anos, ou seja, 8% dos participantes entrevistados, 9 possuíam 20 anos, o que demonstra um percentual de 18%, 21 entrevistados possuíam 21 anos, o que corresponde a 42% dos participantes, 2 possuíam 22 anos, ou seja, 4% dos entrevistados, 3 possuíam 23 anos, o equivalente a 6%, 4 possuíam 24 anos, 8% dos participantes e 4 possuíam 25 anos, também 8% dos entrevistados.

Gráfico 2 - Faixa etária dos participantes do ano de 2007



FONTE: AUTORA (2009)

Segundo a Síntese de Indicadores Sociais do IBGE, divulgada no dia 9 de outubro de 2009, publicada no jornal Estadão por Tost (2009) o número de jovens de 18 a 24 anos que cursam uma universidade dobrou de 1998 a 2008.

Dois dos requisitos para participação desse modelo de programa são: estar cursando um curso de graduação ou pós graduação, e estar dentro da faixa etária de 18 a 28 anos. Pôde-se então concluir que apesar do pré-requisito de idade máxima ser 28 anos, a maior procura vai até a idade de 25 anos, uma vez que esta idade corresponde a idade de uma parte considerável dos universitários no país.

3.1.2 MEIO DE DIVULGAÇÃO

A divulgação de novos produtos e serviços por canais interpessoais é também conhecida como propaganda boca a boca (SCHIFFMAN E KANUK, 1995) e pode ocorrer pessoalmente, num encontro face a face, ou por meio de uma tecnologia de comunicação, como um diálogo por telefone (BENTIVEGNA, 2002).

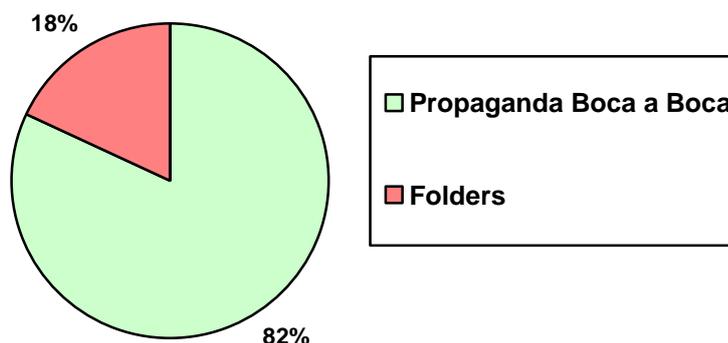
De acordo com Rosen (2000) cada cliente possui uma rede de relacionamentos, sendo essa rede a principal fonte para os consumidores obterem informações sobre inovações. Ainda o mesmo autor afirma que amigos e parentes são a principal fonte de informação sobre novos lugares para visitar, hotéis e passagens aéreas.

Por meio da pesquisa houve a confirmação da importância da propaganda boca a boca no contexto do modelo de programa de intercâmbio cultural estudado.

Quando questionados a respeito do meio de divulgação que os fez ter interesse na realização do programa, 41 participantes citaram a indicação de colegas da faculdade, amigos ou familiares que já haviam realizado o programa. Após a indicação, os participantes procuravam ainda dados na internet, ou iam diretamente à agência de viagens para esclarecer dúvidas a respeito do programa.

O restante, 9 participantes citaram folders espalhados pela universidade que continham o endereço e telefone da agência de viagens.

Gráfico 3 - Meios de divulgação citados pelos participantes



FONTE: AUTOR

Segundo Cafferky (1999), mais de 80% das pessoas seguem as recomendações de um familiar, amigo ou um profissional ao adquirirem um produto ou serviço.

Esta mesma realidade apresenta-se inerente no que tange a comercialização do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos comercializado dentro da agência de viagens estudada, sendo a propaganda boca a boca a mais efetiva para a decisão de participação no modelo de programa estudado no ano de 2007.

3.1.3 ESCOLARIDADE

A cidade de Ponta Grossa, possuía no ano de 2007 duas universidades públicas e 4 universidades particulares.

Dos 50 entrevistados 43 estudavam na cidade de Ponta Grossa, 6 deles na cidade de Curitiba e 1 entrevistado na cidade de Balneário Camboriu. Todos os entrevistados, entretanto, possuíam algum vínculo familiar na cidade de Ponta Grossa, razão pela qual os fez optar por comprar o programa em Ponta Grossa e não nas cidades em que cursam as universidades.

Os cursos de graduação citados foram: Administração / Comércio Exterior, Agronomia, Arquitetura, Engenharia Civil, Engenharia da Computação, Direito, Economia, Educação Física, Enfermagem, Letras Português/Inglês, Tecnologia Mecânica, Medicina, Odontologia e Turismo.

O curso que apresentou maior procura foi o de Administração / Comércio Exterior, representando 30% dos participantes. O curso de Turismo segue em segundo lugar com 18% dos intercambistas. Em terceiro lugar encontra-se o curso

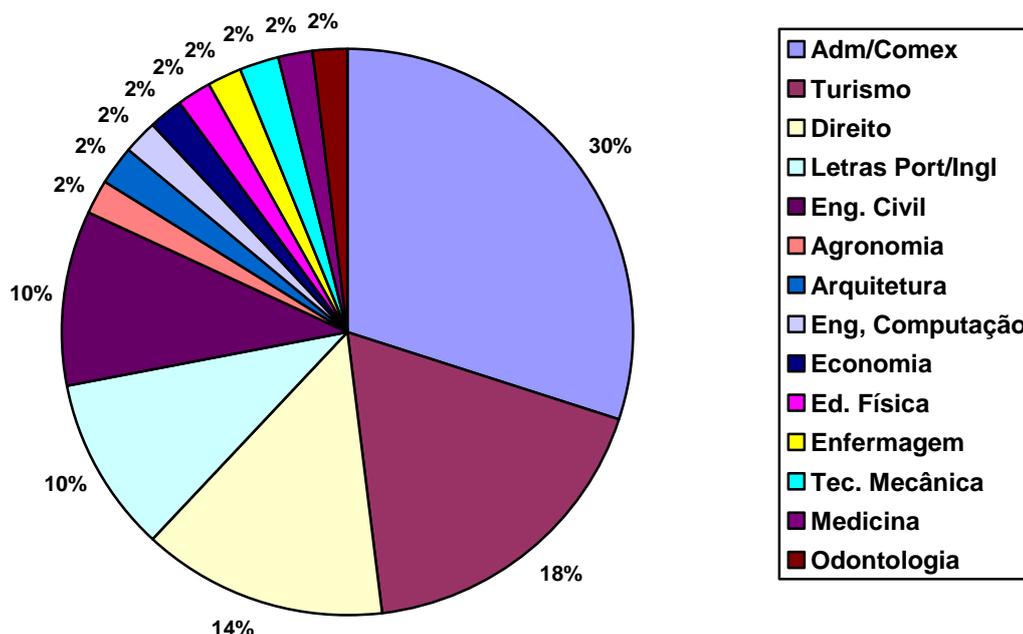
de Direito, com 14%. Os cursos de Letras Português/Inglês e Engenharia Civil apresentam um percentual de 10% cada um, seguidos por Agronomia, Arquitetura, Engenharia da Computação, Economia, Educação Física, Enfermagem, Tecnologia Mecânica, Medicina e Odontologia que representam 2% de cada curso.

Tabela 2- Relação entre número de participantes e cursos superiores

CURSO	NÚMERO DE PARTICIPANTES	PERCENTUAL DE PARTICIPANTES
Adm/Comex	15	30%
Agronomia	1	2%
Arquitetura	1	10%
Engenharia Civil	5	2%
Engenharia da Computação	1	2%
Direito	7	14%
Economia	1	2%
Ed. Física	1	2%
Enfermagem	1	2%
Letras Português/Inglês	5	10%
Tecnologia Mecânica	1	2%
Medicina	1	2%
Odontologia	1	2%
Turismo	9	18%

FONTE: AUTOR

Gráfico 4 - Percentual de participantes e cursos superiores



FONTE: AUTOR

3.1.4 RAZÕES QUE DETERMINARAM A ESCOLHA PELO PROGRAMA

Entende-se por motivação, aquilo que nasce de necessidades intrínsecas e que encontra sua fonte de energia nas emoções, assim sendo, a motivação pode ser compreendida como algo interno de cada um (BERGAMINI, 1990).

A fim de entender as motivações dos intercambistas, ou seja, as razões as quais determinaram a decisão de escolha pelo programa, a pesquisa utilizou-se de entrevistas de respostas abertas. O objetivo deste tipo de pergunta era oferecer liberdade ao participante, para poder expressar exatamente o que desejava alcançar por meio da realização do programa.

Acredita-se que a sensibilidade para a percepção das pessoas seja um importante instrumento na pesquisa, e de acordo com Bergamini (1990) por princípio, na medida em que se aceite o caráter individual da motivação, é necessário que se abandone a maior parte das tentativas de explicação e de tratamento estatístico, que conduzem a generalizações grosseiras.

É importante, entretanto, comparar diferenças e semelhanças entre as respostas, a fim de determinar um perfil para os participantes, um dos focos desta pesquisa.

De acordo com Carvalho *et al.* (2004) a questão da categorização de respostas abertas para fins de análise quantitativa é essencialmente a mesma envolvida na categorização de comportamentos diretamente observados. Trata-se, em princípio, de agrupar por semelhança, e o agrupamento deve responder ao que está sendo perguntado, ou seja, reflete o ponto de vista e os objetivos da análise.

A pergunta: Quais foram os motivos que determinaram a escolha do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos, apesar de aberta, possui o mesmo padrão de respostas, o que confirma um perfil específico deste segmento.

Dentre as respostas mais citadas estão: Cultura; Prática do idioma; Independência; Experiência profissional; Retorno financeiro.

Muitos dos entrevistados apontaram mais de uma razão, como será citado a seguir de acordo com trechos de entrevistas:

“Gostaria de conhecer um os Estados Unidos por sua importância econômica dentro do contexto mundial, e vi no programa a oportunidade de estar em contato direto com a cultura norte-americana. Além disso, poder trabalhar enquanto viajo me traria a possibilidade de praticar o idioma que tenho estudado aqui no Brasil e melhorar meu nível de comunicação e compreensão e de recuperar o investimento que meu pai fez para a realização do programa.” (W. G. C. – 21 anos, estudante de Administração com ênfase em Comércio Exterior)

“Tenho a curiosidade em conhecer lugares famosos como Nova York, Las Vegas, os parques temáticos de Orlando, e vi no programa a possibilidade de conseguir dinheiro por meio do trabalho remunerado, e com isso viajar dentro dos Estados Unidos. Acredito que a viagem me proporcionará também um crescimento pessoal e independência, além da prática de um segundo idioma.” (A. P. B. T. – 20 anos, estudante de Administração com ênfase em Comércio Exterior).

“Estou realizando o programa pela segunda vez. Quando ouvi sobre o programa, soube que alguns empregos estavam relacionados à hotelaria. Busquei emprego em um Resort de Ski na Califórnia e fui contratada. Acredito que esse tipo de experiência internacional, somada a possibilidade da prática do inglês será um diferencial no meu currículo depois de formada.” (A. C. S. – 23 anos, estudante de Turismo).

“Gostaria de conhecer novas pessoas e novos lugares, estar em contato com uma diferente cultura e praticar o inglês, um idioma que considero fundamental na minha profissão” (A. N. – 21 anos, estudante de Letras Português/Inglês)

“Uma experiência como essa pode trazer um grande crescimento pessoal e profissional. Exercer uma atividade remunerada durante o meu período de férias me traz a possibilidade de começar uma poupança e ainda, em dólar. O fato de viver sem meus pais, ainda que por apenas 4 meses, vai me trazer uma noção de independência, liberdade e responsabilidade.” (G. L. – 22 anos, estudante de Direito)

De uma maneira geral, quanto à realização do programa, notou-se que as principais motivações dos intercambistas são as de conhecer uma nova cultura praticando e ganhando fluência em uma segunda língua. Além de administrar o próprio orçamento e a moradia, enfrentar desafios e cumprir uma missão profissional acrescentando pontos em seu currículo e voltando com bagagem cultural, histórias para contar, fotos e lembranças dos momentos e amigos internacionais.

A fim de tornar mais claro o resultado da pesquisa, foram elencados as motivações citadas pelos intercambistas, nomeando-as de acordo com sua abordagem: *fator cultural* (contato com o estilo de vida, forma de governo, moeda, costumes); *idioma* (prática, melhora na compreensão e pronúncia, fluência); *remuneração* (fatores relacionados ao emprego, salário e condições de trabalho, possibilidade de recuperar o investimento, começar uma poupança ainda sendo universitário); *crescimento ou experiência profissional* (diferencial no currículo, conhecimento prático e contato com determinadas áreas profissionais); *independência ou crescimento pessoal* (viver longe da família, noção de responsabilidade, administração de despesas); *viagem dentro do país* (conhecer atrativos turísticos, visitar parques ou cidades que consideram interessantes).

O idioma foi um fator citado por 49 dos 50 participantes, ou seja, 98% dos entrevistados.

Os fatores culturais foram citados por 47 dos 50 intercambistas, representando 94% dos participantes de intercâmbio cultural.

Crescimento ou experiência profissional foi um fator elencado por 40 dos 50 participantes, o que representa 80% dos intercambistas.

A remuneração foi um fator citado por 39 dos 50 entrevistados, 78% dos intercambistas.

Independência ou crescimento pessoal foi a motivação citada por 38 dos 50 participantes, o que significa que 76% dos participantes consideram esse um fator importante na escolha do programa.

A possibilidade de viajar e conhecer outros atrativos dentro dos estados Unidos foi citado por 25 dos 50 participantes entrevistados, o que significa 50% dos intercambistas.

Correlacionando o curso superior cursado pelos participantes, a suas motivações, o quadro a seguir representa em números, quantos intercambistas de cada curso citaram um ou mais dos fatores:

Tabela 3 - Correlação entre cursos superiores e motivação dos participantes

	Fatores Culturais	Idioma	Remuneração	Crescimento ou experiência profissional	Independência ou crescimento pessoal	Viagem dentro do país
Adm/Comex 15 participantes	15	15	13	15	12	7
Agronomia 1 participante	0	1	0	0	1	0
Arquitetura 1 participante	1	1	1	0	1	1
Engenharia Civil 5 participantes	4	5	4	3	5	2
Engenharia da Computação 1 participante	1	1	1	0	1	0
Direito 7 participantes	7	6	5	6	5	3
Economia 1 participante	1	1	1	1	1	0
Ed. Física 1 participante	1	1	0	1	1	0
Enfermagem 1 participante	1	1	1	0	1	0
Letras Português/Inglês 5 participantes	5	5	5	5	2	2
Tecnologia Mecânica 1 participante	0	1	1	0	1	1
Medicina 1 participante	1	1	0	0	1	1

Odontologia 1 participante	1	1	1	0	0	0
Turismo 9 participantes	9	9	6	9	6	8

FONTE AUTOR

Os cursos que possuem maior destaque na procura do modelo de Programa de Trabalho Remunerado dentro da agência estudada, como já apresentados no item anterior, 3.1.3, são: Administração e Comércio Exterior, Turismo, Direito, Letras Português/Inglês e Engenharia Civil.

De acordo com a TABELA 3 os principais fatores de motivação dos estudantes de Administração e Comércio Exterior são: idioma, cultura, crescimento ou experiência profissional e remuneração.

Para os estudantes de Turismo, os itens mais citados foram idioma, cultura, crescimento ou experiência profissional e possibilidade de viajar dentro dos estados Unidos.

O terceiro curso de maior procura pelo programa, Direito, apresentou como principais fatores motivacionais idioma, cultura e crescimento profissional.

O curso de Letras Português/Inglês elencou como razões para a participação nesse tipo de programa de intercâmbio fatores culturais, idioma, remuneração e experiência profissional.

Engenharia civil, que teve o mesmo número de procuras que Letras no ano de 2007, apontaram como principais fatores crescimento pessoal ou independência e também idioma.

A análise das motivações dos grupos estudados na pesquisa pôde demonstrar que os participantes, independentemente da idade, ou do curso superior que cursam, possuem razões similares quanto a decisão de escolha pelo programa específico.

Estes estudantes buscam o programa, principalmente, a fim de praticar o idioma inglês e estar em contato com a cultura norte-americana.

3.1.5 FORMA DE CONTRATAÇÃO

A abordagem do item 2.3.4.1 deste trabalho define as três formas de contratação oferecidas pelo modelo de programa estudado dentro da agência de viagens no ano de 2007: job fair, placement e independent.

A fim de conhecer as preferências do intercambistas em relação à maneira de contratação escolhida demonstrou que dos 50 entrevistados, 37 optaram pela Job Fair como meio de acesso aos empregadores.

As razões foram a possibilidade de contato direto com o empregador antes da viagem, o que aumenta a possibilidade de esclarecimento de dúvidas em relação ao emprego, e também a liberdade de escolher empregadores em determinadas regiões geográficas ou de determinadas áreas de trabalho.

Figura 2 - Job Fair



FONTE: AUTOR

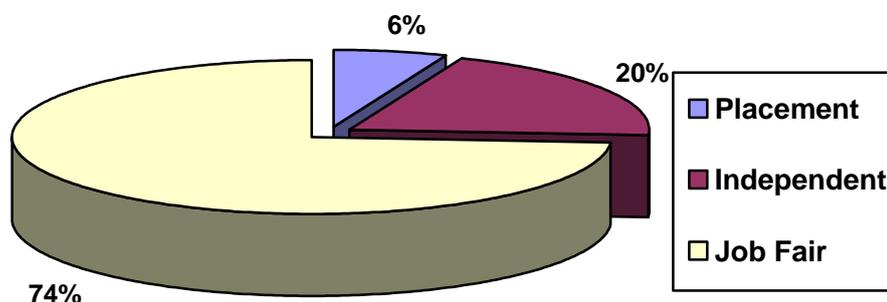
Figura 3 - Participante contratado por meio da Job Fair



FONTE: AUTOR

A segunda opção mais visada pelos participantes foi a Independent, que contou com 10 dos participantes. Essa opção geralmente é visada por pessoas que já possuem amigos ou conhecidos nos Estados Unidos, ou pelos que estão participando do programa pela segunda vez, aumentando as possibilidades de contratação sem entrevista prévia.

Já a opção Placement apresentou interesse de apenas 3 dos entrevistados. A baixa procura por essa opção é justamente a limitação na oferta de empregos e a incerteza da escolha, a qual é feita pela agência de viagens em conjunto com os empregadores que oferecem a vaga de trabalho mesmo sem ter o contato com o participante previamente.

Gráfico 5 - Opções de contratação dos participantes

FONTE: AUTOR

3.1.6 EXPECTATIVAS

A fim de compreender quais eram as necessidades dos 50 participantes entrevistados antes da viagem, no ano de 2007, os mesmos foram questionados a respeito de suas expectativas em relação ao serviço prestado pelas agências de viagem.

A agência de viagens é um elo entre intercambistas brasileiros e empregadores nos Estados Unidos. Cabe a esta ofertar toda a assessoria durante o processo do intercâmbio, que inclui informações detalhadas sobre o programa, auxílio na obtenção e organização documentos para a viagem, esclarecimento de dúvidas, emissão de bilhetes aéreos, entre outros serviços citados no item 2.3 desta pesquisa.

Os intercambistas foram questionados quais eram suas expectativas em relação aos serviços prestados pela agência de viagens, na intenção de saber o que os participantes esperavam do atendimento oferecido, e assim como no item 3.1.4, a resposta aberta deu margem para respostas variadas, que continham um ou mais fatores, os quais serão elencados a seguir:

Fatores relacionados ao auxílio à documentação necessário para viagem, ou seja, formulários e documentos para visto, passaporte foram citados por 100% dos entrevistados.

Serviços complementares como emissão de bilhetes, assistência de viagens, e esclarecimento de dúvidas foram lembrados por 70% dos participantes, ou seja, 35 intercambistas dos 50 entrevistados.

O auxílio na colocação dentro de uma empresa americana foi citado pelos 3 participantes que optaram pela opção Placement, a qual é explicada no item 2.3.4.1, somados a 14 participantes que mesmo optando pela job fair, acreditavam que a agência teria informações importantes sobre os empregadores, e os auxiliariam a selecionar o empregador mais adequado, a soma dos participantes que citaram esta expectativa representa 34% dos 50 intercambistas.

Outro item citado por 30% dos intercambistas foi relacionado à expectativa quanto ao auxílio na localização e aluguel de alojamentos, hotéis, casas ou apartamentos para a estadia enquanto participasse do programa, demonstrando um total numérico de 15 entrevistados.

A tabela a seguir demonstra o número de participantes que citaram cada uma das expectativas. Alguns deles citaram duas ou mais das listadas como já explicado nos parágrafos anteriores.

Tabela 4 - Expectativas dos participantes com relação ao serviço da agência de viagens

EXPECTATIVA	NÚMERO DE PARTICIPANTES
Documentação	50 participantes
Serviços Complementares	35 participantes
Empregadores	17 participantes
Habitação	15 participantes

FONTE:AUTOR

3.2 ANÁLISE E AVALIAÇÃO DAS LIMITAÇÕES E OPORTUNIDADES DO INTERCÂMBIO CULTURAL

Na realização da pesquisa foram feitas entrevistas pré-viagem a 50 dos participantes do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos comercializado pela agência de viagens J. Degraf Viagens e Turismo.

Além disso, com a realização do estágio dentre os meses de abril a novembro do ano de 2007, houve a possibilidade do acompanhamento dos intercambistas durante o processo pré-viagem (auxílio com documentação, reuniões para

esclarecimento de dúvidas, entre outros), contato com alguns dos participantes durante a viagem, e pesquisa participativa.

As entrevistas permitiram traçar um perfil para este segmento dentro da agência de viagens: jovens com idades entre 18 e 25 anos, universitários (sendo três os cursos mais citados: Administração/Comércio Exterior, Turismo e Direito), que em sua maioria conheceram o programa através da indicação de amigos e familiares.

As entrevistas também possibilitaram o conhecimento das motivações dos intercambistas. Sendo que as mais citadas foram:

- Contato e aperfeiçoamento do idioma inglês;
- Contato com a cultura norte-americana;
- Possibilidade de recuperar o investimento feito na viagem por conta da remuneração recebida durante o tempo de trabalho;
- Crescimento pessoal e profissional, e independência fruto da vida em outro país sem o auxílio dos pais;
- Vontade e possibilidade de conhecer os atrativos turísticos do país, também por meio do valor recebido durante a experiência profissional.

A análise das limitações e oportunidade da agência de viagens com relação ao modelo estudado de Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos surgiu, entretanto, do ultimo item da entrevista, que dizia respeito às expectativas dos participantes no que tange aos serviços prestados pelas agências de viagens, somados a experiência empírica da pesquisadora através da pesquisa participativa.

Por meio da questão “quais são suas expectativas em relação aos serviços prestados pela agência de viagens” os 50 intercambistas citaram o auxílio na organização da documentação, deste total, 35 ainda lembraram-se dos serviços complementares como emissão de passagens, assistência de viagem entre outros, mas os fatores habitação e emprego, lembrados por, respectivamente 15 e 17 participantes foram os que despertaram as oportunidades baseadas nas limitações com relação ao papel da agência de viagens.

A pesquisa participativa veio ainda acrescentar nesse foco da pesquisa, uma vez que foi possível presenciar e vivenciar as dificuldades relacionadas à habitação e empregabilidade enfrentadas por intercambistas.

O item apresentado a seguir explica cada um destes fatores, e principalmente, por que são considerados fatores limitantes dentro da venda deste modelo específico de Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos.

3.2.1 LIMITAÇÕES

Enquanto vivendo nos Estados Unidos durante o período de realização do programa, ou seja, dentre os meses de dezembro e março, o participante necessita de uma habitação.

O estágio na agência de viagens permitiu conhecer quinze dos empregadores que contratavam por meio das opções: Placement e Job Fairs. Foi possível saber ainda as posições de trabalho e os salários que os mesmos ofereciam, e se dispunham ou não de alojamento para empregados.

Foi possível notar que sete dos empregadores possuíam a facilidade alojamento. Portanto, intercambistas que optavam por trabalhar para estes empregadores, e eram contratados pelos mesmos, tinham a oportunidade de ficar alojados nas estruturas físicas disponibilizadas pelos empregadores, pagando por isso, uma quantia, geralmente mensal, como um aluguel.

Essa realidade, porém, não acontecia com 53,3% dos empregadores, o quais não disponibilizavam alojamento ou algum outro tipo de habitação. Sendo assim, os intercambistas contratados por estes tinham a necessidade de por si só conseguirem a habitação durante o período de viagem.

As oportunidades para os participantes que optavam por não morar nos alojamentos dos empregadores, ou os que não tinham essa possibilidade eram: o aluguel de residências, apartamentos, quartos, alojamentos ou albergues durante o período de viagem de maneira independente.

As formas de conseguir uma habitação foram reconhecidas através da pesquisa participativa: alguns dos intercambistas entravam em contato com hotéis ou albergues por e-mail, e reservavam quartos por alguns dias, com o objetivo de procurar uma habitação definitiva já dentro da cidade a qual iriam trabalhar. Outros conseguiam entrar em contato com imobiliárias da cidade com a ajuda dos empregadores, ainda no Brasil, e já saiam do Brasil com habitação.

A pesquisa participativa permitiu também compreender como funciona o mercado imobiliário americano, um fator bastante limitante dentro do programa.

Aluguéis residenciais poder ser feitos através de empresas chamadas *Real State* (imobiliárias). A oferta é feita com um período limite de aluguel, que pode, ou não, ser negociado com o proprietário ou o corretor imobiliário. Alguns aluguéis têm como limite mínimo um ano, o que pode não ser interessante para intercambistas, que são permitidos permanecer legalmente no país por no máximo quatro meses.

O mais indicado é encontrar a habitação com limite de três ou quatro meses, evitando quebras de contrato e gastos com taxas extras, o que aumenta a possibilidade de devolução do depósito feito no ato do aluguel.

O depósito é o valor cobrado pelas imobiliárias paralelamente ao valor do aluguel, sendo utilizado como garantia de cuidado e conservação dos bens pertencentes ao imóvel. O valor do depósito é equivalente ao valor do aluguel. E pode, ou não, ser devolvido, de acordo com a inspeção feita após a entrega das chaves pelos inquilinos. Esse valor garante que os inquilinos seguirão as regras do contrato, e caso as inflijam, as paguem com essa quantia, ou uma parte dela.

Esse tipo de informação é necessária para os participantes, que muitas vezes, se deparam com algum problema de cunho imobiliário somente depois de já estarem na casa.

Uma vez que os participantes decidem com autonomia onde viverão, cabe ao agente, portanto, apenas alertá-los com relação ao sistema imobiliário norte-americano.

Um segundo tópico importante que também está fora da alçada da agência de viagens diz respeito às condições de trabalho como: horas de trabalho semanais, salário, e funções exercidas.

Muitos participantes têm a expectativa de trabalhar horas-extras com a finalidade de ganhar um acréscimo no salário.

Os empregadores efetuam o pagamento de acordo com horas de serviço, e os salários geralmente variam de U\$7,25 a U\$12 por hora. O pagamento da hora-extra refere-se a um salário e meio, ou seja, um participante que recebe U\$10 por hora, receberá por cada hora-extra os U\$10 mais U\$5, somando um total de U\$15 a hora de trabalho, o que pode fazer uma diferença significativa no salário final.

A quantia de horas é definida, porém, pela demanda. Quanto maior o número de clientes em um restaurante, por exemplo, maior a necessidade de manter o funcionário em horário de serviço.

Sendo assim, cabe somente ao empregador decidir se o empregado pode ou não trabalhar horas-extras, sendo a agência de viagens incapacitada de prever ou oferecer isso ao participante.

É, portanto, considerado papel da agência, apenas alertar os intercambistas sobre esses fatos, cabendo aos intercambistas negociarem com seus empregadores, ou até mesmo, procurarem um segundo emprego, o que é legalmente permitido pelo visto J1.

Os principais pontos reconhecidos como limitações da agência são assim, os acima citados, já que os agentes devem possuir o conhecimento sobre essas especificidades, uma vez que nem sempre tem o poder de alterar ou intervir nesses processos.

3.2.2 OPORTUNIDADES

A comercialização do programa começa geralmente em abril, quando uma temporada de intercâmbio é finalizada e outra é iniciada, e dura até a partida dos intercambistas, que acontece no mês de dezembro. Esse tempo de aproximadamente 7 meses permite então, um grande contato com os participantes, possibilitando o reconhecimento de todas as suas limitações e questionamentos. Com isso uma série de medidas podem ser aplicadas, otimizando o serviço da agência de viagens e aumentando a satisfação do participante.

Oferta de um manual do participante

Ao se preparar para a viagem muitos participantes possuem dúvidas básicas como, o que levar, como preparar a bagagem, a que telefones ligar em caso de emergência, quanto de dinheiro levar, entre outras.

Esses questionamentos podem tanto ser respondidos pelos agentes, como também escritos em um pequeno manual, permitindo à agência antecipar as respostas e facilitar o processo da viagem, otimizando o atendimento.

Oferta de kits de viagem

Como um acréscimo ao serviço, a agência pode oferecer acessórios necessários durante a viagem como: etiquetas para bagagem, cartão telefônico internacional, porta-documento, camiseta, entre outros.

Preparação para entrevistas

Como já demonstrado na pesquisa, no item 2.3.2.1, é necessária a obtenção do visto para a entrada nos Estados Unidos, quando realizando este tipo de programa.

A pesquisa participativa permitiu o contato direto com a imigração norte-americana, uma vez que como intercambista, a pesquisadora também passou pelo processo de obtenção do visto.

Um dos procedimentos dentro do consulado é justamente uma entrevista, que possui perguntas variadas. Esta entrevista é geralmente feita em inglês. Dos 50 participantes acompanhados pela agência de viagens estudada, 100% tiveram entrevista do visto em inglês.

Além disso, a pesquisa revelou que 74% dos entrevistados optaram pela opção de contratação Job Fair, vista no item 2.3.4.1, que demonstra que 37 dos participantes passariam por uma entrevista com o empregador americano, em inglês, antes da viagem.

Levando em conta os dois momentos em que os intercambistas são passíveis de utilizar o inglês como idioma de comunicação em uma entrevista, foi percebida a oportunidade de otimização nos serviços da agência com a oferta de uma preparação para entrevistas de empregos.

Isso pode envolver tanto a colaboração de antigos participantes, os quais, pelo conhecimento prévio das entrevistas de emprego, poderiam treinar os novos participantes, preparando-os para o estilo de perguntas e as respostas esperadas pelos empregadores.

Além disso, outra possibilidade é a parceria com escolas de inglês, que, durante algumas aulas, ensinariam os participantes expressões e termos interessantes durante entrevistas, e também, os prepararia com perguntas formuladas com base nas mesmas feitas pelos entrevistadores.

Essa oportunidade diminui a tensão dos participantes e aumenta a confiança durante a entrevista, tornando-se um diferencial na assistência ao participante.

Oferta de habitação temporária

Para evitar dificuldades aos intercambistas que não tem a possibilidade de alojamento junto aos empregadores, a agência pode também auxiliá-los ofertando uma habitação temporária em lugares com alta procura e pouca oferta de imóveis. Com isso, participantes que não conseguiram alugar uma habitação antes da viagem não ficarão desabrigados, nem dependerão de reservas em hotéis, que podem acarretar um aumento no custo da viagem.

É possível localizar pontos estratégicos através dos próprios participantes, que meses antes da viagem compram suas passagens e definem seus destinos. O agente pode ficar atualizado sobre a situação dos participantes quanto à moradia, e com isso, apontar as cidades que receberão um grande número de intercambistas.

A definição desses pontos pode ser feita ainda através da experiência de anos anteriores. Participantes que não conseguem habitação, instantaneamente entram em contato com a agência de viagens e explicam as condições. Se o mesmo fato reincide em localidades específicas, a agência já pode direcionar a procura por habitações previamente nessas localizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho foi uma tentativa de compreender as singularidades na comercialização desse produto que ainda é pouco estudado a nível acadêmico, e está aberto a acrescentar outros elementos.

A realização da pesquisa exploratória e participativa, dentro da agência de viagens como estagiária, fazendo entrevistas e estando em contato direto com os participantes, e nos Estados Unidos como intercambista, possibilitou a análise do ponto de vista gerado pelo envolvimento empírico da pesquisadora, que buscou abordá-la a partir de uma perspectiva pessoal, através da experiência em conjunto com outros participantes.

De forma geral pode-se dizer que a comercialização e o atendimento pré-viagem do Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos apresentam-se positivamente inseridos no contexto da agência de viagens. Foi possível perceber um grande conhecimento dentro da agência, e principalmente, um grande interesse por parte dos participantes.

Quanto à pesquisa exploratória, foi percebida uma escassez bibliográfica a cerca do tema Intercâmbio Cultural, o que direcionou esta parte da pesquisa para o conteúdo ofertado pelas próprias operadoras do produto.

Já a pesquisa participativa permitiu conhecer tanto a agência quanto o participante, o que foi de importância significativa na coleta de dados e na análise de resultados.

Como a pesquisa foi realizada no período pré-viagem, os fatores analisados dizem respeito às motivações, expectativas e ao perfil do intercambista. Com base nos serviços prestados pela agência, foi possível avaliar se de fato estas expectativas estão sendo alcançadas no atendimento pós-venda, e quais pontos são passíveis de melhoria e adequação ao perfil dos participantes avaliados.

A pesquisa participativa, que proporcionou o contato direto com alguns participantes durante a realização do programa, permitiu perceber as dificuldades de adaptação no início da viagem. O bloqueio na prática de um novo idioma, as vezes causado simplesmente pela falta de segurança do participante, mas podendo ser também consequência da posição de emprego oferecida, a qual limita o contato com falantes nativos, uma vez que os Estados Unidos possui uma grande população

latina que ainda utiliza o espanhol para se comunicar. O choque cultural é ainda percebido em questões como alimentação e clima, mesmo com a preparação pré-viagem a fim de diminuir estes impactos.

Por outro lado, no decorrer do estudo com os participantes, foi visível a importante contribuição sócio-cultural do programa tanto no país emissor, quanto no país receptor, os quais criam laços através dos intercambistas. A prática do programa permite uma positiva mudança de visão de populações distintas, quebrando qualquer preconceito que possa existir entre diferentes países.

O Programa de trabalho remunerado nos Estados Unidos termina por contribuir no aumento do conhecimento cultural dos participantes, que através de suas experiências acabam colaborando para o desenvolvimento cultural do país, inserindo-o cada vez mais no contexto turístico mundial.

REFERÊNCIAS

ASSIST CARD. **If you are traveling and need help to solve any emergency, who are you going to call.** Tradução de Andressa Maria de Souza Derbis. Disponível em: <<http://www.assist-card.com/>>. Acesso em: 16 de novembro de 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Estudos e Intercâmbio.** Disponível em <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/estruturacao_segmentos/estudos_intercambio.html>. Acesso em: 20 de abril de 2009.

BENI, Mario Carlos. **Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.** São Paulo: Aleph, 2003.

BELTA. **Cursos.** Disponível em <<http://www.belta.org.br/pesquisa.asp?varcPassos=cursos>>. Acesso em: 13 de novembro de 2009.

BERGAMINI, Cecília. **Motivação: mitos, crenças e mal entendidos.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v 30, n. 2, p 23-34, abr/jun 1990. Disponível em: <<http://www16.fgv.br/rae/artigos/862.pdf>>. Acesso em 18 de novembro de 2009.

BENTIVEGNA, Fernando Jucá. **Fatores de Impacto no sucesso de marketing boca a boca on-line.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v 42, n. 1, p 79-87, jan/mar 2002. Disponível em: <<http://www16.fgv.br/rae/artigos/1160.pdf>>. Acesso em 18 de novembro de 2009.

CAFFERKY, Michael. **Venda de boca a boca: deixe seus clientes fazerem a propaganda.** São Paulo: Nobel, 1999.

CARVALHO, Ana et al. **O uso de entrevistas em estudos com crianças.** Psicologia em Estudo, Maringá, v. 9, n. 2, p. 291-300, mai./ago. 2004. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v9n2/v9n2a15.pdf>>. Acesso em: 20 de novembro de 2009.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante do século XX.** Caxias do Sul: EDUCS, 1996.

DENKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** São Paulo: Futura, 2000.

DS2019FORM. **O formulário DS 2019.** Disponível em: <http://www.ds2019form.de/pt_portuguese/pt_basics.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2009.

EMBAIXADA AMERICANA. **Perguntas freqüentes sobre vistos.** Disponível em: <<http://www.embaixadaamericana.org.br/index.php?action=materia&id=2176&submenu=107&itemmenu=86>>. Acesso em: 16 de novembro de 2009.

FERREIRA, Livia Vaughn. **Turismo de intercâmbio: críticas e reflexões, perfil da demanda da cidade de Americana - SP.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Centro Universitário Salesiano, Americana - SP, 2002. Disponível em <<http://www.am.unisal.br/graduacao/Tur/pdf/tcc-liviavferreira.pdf>>. Acesso em 13 de novembro de 2009.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY; Jaime (Org). **Turismo e Patrimônio Cultural.** São Paulo: Contexto, 2001.

GASTAL Suzana. **Turismo & Cultura: por uma relação sem diletantismos.** In: GASTAL, Suzana (Org.) Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

INTERCULTURAL. **Documentação necessária para solicitação de visto J-1.** Disponível em: <http://www.intercultural.com.br/visto/Documentos_visto_J1.pdf>. Acesso em: 30 de abril de 2009.

INTEREXCHANGE. **How the work and travel works.** Tradução de Andressa M. de Souza Derbis. Disponível em: <<http://www.interexchange.org/content/162/>>. Acesso em: 15 de novembro de 2009.

INTERNATIONAL STUDENT GUIDE TO THE USA. **Basic Immigration Terminology.** Tradução de Andressa M. De Souza Derbis. Disponível em: <http://www.internationalstudentguidetotheusa.com/articles/immigration_terms_basics.php>. Acesso em 16 de novembro de 2009.

JORNAL ESTADÃO. **Economia – Queda do dólar amplia viagens para fora do país.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/economia,queda-do-dolar-amplia-venda-de-viagens-para-fora-do-pais,384304,0.htm>>. Acesso em 13 de novembro de 2009.

JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. **Caderno Turismo**. 29 de maio de 2000, p.G3.

MARIO, Francinara. **Agente-consultor em viagens: tendências e desafios para as atuais exigências de mercado**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta grossa, 2004.

NEW YORK UNIVERSITY. **Immigration terminology US**. Tradução de Andressa Maria de Souza Derbis. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/oiss/legal/glossary.html>>. Acesso em 15 de novembro de 2009.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 2.ed.São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

PERRETTO, Gustavo Vieira. **As agências de viagens e a segmentação de mercado: teoria e prática na cidade de Curitiba- PR**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2003.

REVISTA VEJA. **Um bico no exterior**. São Paulo: Abril, v.39, n.43, p 50. Edição 1980. 1º de novembro de 2006

ROSEN, Emanuel. **The anatomy of buzz: how to create word of mouth**. New York: Doubleday, 2000.

ROTARY **História do Intercâmbio**. Disponível em: <<http://www.rotaryintercambio.com.br/pages/aorganizacao/historia.asp>>. Acesso em: 30 de julho de 2009.

SCHIFFMAN, Leon, KANUK, Leslie. **Consumer behavior**. New Jersey: Prentice Hall, 1995.

STB. **Experiências de trabalho**. Disponível em <http://www.stb.com.br/home/work_program.asp>. Acesso em: 13 de novembro de 2009

STINGHEN, Mônica Perpétuo. **Intercâmbio cultural como produto turístico das agências de viagens e turismo**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta grossa, 2005.

TOMELIN, Carlos Alberto. **Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias**. São Paulo: Aleph, 2001.

TORANZO, Bruno. **Intercâmbio de estudantes brasileiros cresce 30% em 2008**. Disponível em: <<http://www.metodista.br/rroonline/economia/intercambio-tem-crescimento-de-30-em-2008/>>. Acesso em: 01 de maio de 2009

TOST, Wilson. **Dobra nº de jovens na universidade**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos, dobra-n-de-jovens-na-universidade,449874,0.shtm>>. Acesso em 20 de novembro de 2009.

TRAVELMATE. **Programas de intercâmbio**. Disponível em: <http://www.travelmate.com.br/novo/programas/programas_intercambios.php?COD_CATEGORIA=13>. Acesso em 13 de novembro de 2009.

TRIGO, LUIZ GONZAGA GODÓI. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. São Paulo: Papirus, 1993.

UNITED STATES OF AMERICA. **Electronic Code of Federal Regulations**. Tradução de Andressa M. de Souza Derbis. Disponível em: <<http://ecfr.gpoaccess.gov/cgi/t/text/text-idx?c=ecfr&sid=c329fb110ea15b0bf4b16f4d88cb4d16&rgn=div5&view=text&node=22:1.0.1.7.37&idno=22#22:1.0.1.7.37.1.1.1>>. Acesso em: 14 de novembro de 2009.

UNITED STATES OF AMERICA. **U. S. Department of Labor**. Tradução de Andressa M. de Souza Derbis. Disponível em: <<http://www.dol.gov/whd/flsa/index.htm>>. Acesso em: 13 de novembro de 2009

UNITED STATES OF AMERICA. **U.S. Department of States – Bureau of Educational and Cultural Affairs**. Tradução de Andressa M. de Souza Derbis. Disponível em: <<http://exchanges.state.gov/jexchanges/programs/swt.html>>. Acesso em: 14 de novembro de 2009

U.S. IMMIGRATION SUPPORT. **Social Security Card Application Guide**. Disponível em <http://www.usimmigrationsupport.org/social_security.html>. Acesso em 19 de novembro de 2009.

VIAJAR TURISMO. **Relação de documentos necessários para solicitações de vistos de entrada nos Estados Unidos Da América**. Disponível em: <http://www.viajarturismo.com.br/?url=documentacao_necessaria&md=1>. Acesso em: 15 de novembro de 2009

VISA FORMS. **Formulários Eletrônicos para Solicitação de Visto**. Disponível em: <http://evisaforms.state.gov/instructions_Portuguese.asp>. Acesso em 16 de novembro de 2009.

APÊNDICE A – ENTREVISTA PARA COLETA DE DADOS

MODELO DE ENTREVISTA FEITA AOS PARTICIPANTES

NOME:**IDADE:****CURSO UNIVERSITÁRIO:****MEIO PELO QUAL TOMOU CONHECIMENTO DO PROGRAMA DE INTERCÂMBIO CULTURAL:****FORMA DE CONTRATAÇÃO ESCOLHIDA:****QUAIS FORAM OS MOTIVOS QUE DETERMINARAM A ESCOLHA DO PROGRAMA DE TRABALHO REMUNERADO NOS ESTADOS UNIDOS?****QUAIS SÃO AS EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA AGÊNCIA DE VIAGENS?**

APÊNDICE B – RELATÓRIO DE ESTÁGIO 2007

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
Colegiado de Curso de Turismo

FICHA DE PROPOSTA DE ESTÁGIO

- 1. Acadêmico:** ANDRESSA MARIA DE SOUZA DERBIS

- 2. R.A.:** 041011788

- 3. Endereço:** RUA MANOEL MACHUCA, 204 – JD. FLORENÇA

- 4. Telefone:** (42)30289969

- 5. Local para realização do Estágio:** J. DEGRAF AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO

- 6. Professor Supervisor:** PAULO ROBERTO BAPTISTA STACHOWIAK

- 7. Área do Estágio:** AGÊNCIA DE VIAGENS E INTERCÂMBIO CULTURAL

- 8. Período para a realização do Estágio:** ABRIL/2007 – NOVEMBRO / 2007

- 9. Informações Gerais:** ESTÁGIO REALIZADO NA AGÊNCIA DE VIAGENS J. DEGRAF, NO PERÍODO VESPERTINO, DAS 13:00 ÀS 18:00, DIRECIONADO À PROMOÇÃO, VENDA E AUXÍLIO PÓS-VENDA DO PRODUTO INTERCÂMBIO CULTURAL.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
Colegiado de Curso de Turismo

PLANO DE ESTÁGIO

1. Identificação do estagiário

Nome: ANDRESSA MARIA DE SOUZA DERBIS

R.A.: 041011788

Endereço residencial: RUA MANOEL MACHUCA, 204 – JD. FLORENÇA

Telefone: (42) 30289969

Curso: BACHARELADO EM TURISMO

2. Identificação do Professor Supervisor: PAULO ROBERTO BAPTISTA STACHOWIAK

3. Identificação da Empresa/Entidade

Nome: J. DEGRAF AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO

Departamento: INTERCÂMBIO CULTURAL

Supervisor Técnico: LETÍCIA STREMEL BARROS

Função: AGENTE DE VIAGENS

Formação Profissional: BACHAREL EM TURISMO

4. Proposta de Ação

Título: Aplicação de conhecimentos teóricos relacionados à prestação de serviços em uma agência de viagens, trabalhando especificamente com a comercialização de um produto da agência, o intercâmbio cultural.

Justificativa: Segundo ACERENZA (1990) a agência de viagens de viagens é uma empresa de serviços dedicada à realização de “arranjos” para viagens e à venda de serviços isolados ou organizados, atuando como intermediária, e/ou organizadora, e/ou assessora, estabelecendo elos entre os prestadores de serviços turísticos e o usuário final, para fins turísticos, comerciais, ou de qualquer índole.

As agências de viagens são organizações que têm a finalidade informar e/ou organizar, tomando as medidas necessárias, para que se realize uma viagem. Elas orientam as pessoas que desejam viajar, estudam as melhores condições tanto em nível operacional quanto financeiro, e assessoram os clientes acerca da definição dos itinerários (PETROCCHI & BONA, 2003).

Atualmente há uma grande gama de produtos oferecidos pela agência de viagens, mas, muito mais que comercializá-los, o agente atual tem como foco a prestação de serviços de qualidade, agregando valor e atingindo/superando as expectativas de cada cliente.

Um dos produtos ofertados atualmente pela agência de viagens que, devido a sua complexidade, podem demonstrar bem o papel do agente de viagens na venda é a venda de programas de intercâmbio cultural.

O intercâmbio cultural se popularizou no período pós-guerra, por iniciativa de organizações como o Rotary e Cruz Vermelha Internacional, com o objetivo de aproximar os povos e promover paz entre as nações, por meio do contato entre diferentes culturas e países.

Na agência de viagens, esse produto turístico representa um segmento, podendo existir inclusive agências especializadas na comercialização apenas desse produto e dos serviços e produtos que o complementam.

Cartões de assistência de viagens, passagens aéreas, auxílio com documentação, entre outros produtos representam a grande complementaridade na venda do intercâmbio cultural, com os demais produtos turísticos oferecidos pela agência de viagens.

Esse tipo de atividade acaba por definir um público alvo mais específico, o que permite um melhor estudo de demanda.

Por meio desse estágio pretende-se definir o perfil do público alvo desse produto da agência de viagens, por meio de entrevistas com os participantes, e estudar as necessidades específicas do mesmo, a fim de otimizar o processo de promoção, venda e auxílio pós-venda do produto.

Objetivos: Relacionar a teoria ligada agência de viagens vista em aula à prática na prestação de serviços, comercialização de intercâmbio cultural e demais produtos agregados a esse primeiro, e auxílio ao cliente no que diz respeito à documentação, e orientação pré-viagem.

Metas: Estar em contato com clientes da agência interessados em Intercâmbio Cultural no período de 7 meses, avaliando seu nível de comunicação em inglês, e procurando responder todas suas dúvidas em relação ao produto, além de auxiliar no preenchimento de documentos e agendamento de visto.

Estratégias: Colocar em prática conceitos de agenciamento e prestação de serviços, paralelamente buscando o maior número de informações em relação à intercâmbio cultural no Estados Unidos e documentação.

Cronograma:

Cronograma Mensal	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov
Atendimento de clientes interessados em Intercâmbio Cultural	X	X	X	X	X	X	X	X
Entrevistas com os participantes	X	X	X	X	X	X	X	X
Auxílio ao participante com a documentação e compra de produtos complementares	X	X	X	X	X	X	X	X
Elaboração do Plano de Estágio	X							
Elaboração do Relatório de Estágio								X

Início: 23/04/2007

Previsão/término: 14/11/2007

Carga horária semanal: 30 horas semanais

Total: 4290 horas

Referência Bibliográfica

ACERENZA, M. A. **Agência de viagens de Viajes: Organización y Operación.** México: Trillas, 1990.

PETROCCHI, M & BONA, A. **Agência de viagens de turismo: planejamento e gestão.** São Paulo: Futura, 2003.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
Colegiado de Curso de Turismo

RELATÓRIO PARCIAL

1. Identificação do Estagiário

- 1.1 Nome:** Andressa Maria de Souza Derbis
- 1.2 Registro Acadêmico:** 041011788
- 1.3 Área de Estágio:** Agenciamento
- 1.4 Professor Supervisor:** Paulo Roberto Baptista Stachowiak

2. Identificação da Empresa

- 2.1 Nome:** J. Degraf Agência de Viagens e Turismo
- 2.2 Endereço:** Rua Coronel Dulcídio, nº. 1086 - Centro
- 2.3 Descrição da empresa (serviços prestados, infra-estrutura, clientela)**
Transportes (emissão passagens aéreas, ferroviárias, traslados, etc.), pacotes, seguro de viagem, intercâmbio cultural, cruzeiros e reservas de hotéis. Prestação de serviços relacionada a assistência de passageiros em viagens de pequena, média e longa duração, como auxílio com documentação de viagem e disponibilização de guias de turismo.

3. Atividades realizadas

- 3.1 Período:** 23/04/07 – 14/11/07
- 3.2 Horário:** 13:00 – 18:00 (segunda a sexta-feira)
- 3.3 Carga-horária:** 30 horas semanais
- 3.4 Remuneração:** sem remuneração
- 3.5 Atividades desenvolvidas:** Venda de Programas de Intercâmbio Cultural, aplicação de prova escrita aos participantes com a finalidade de avaliar o nível de compreensão da língua Inglesa, entrevistas com os participantes a fim de delimitar o

nível de comunicação da língua e o perfil dos mesmos, e assistência aos clientes de intercâmbio cultural com relação a documentação e dúvidas relacionadas a viagem.

Como agente de viagens especializada na comercialização das pacotes de intercâmbio “Work Experience USA”, deve-se ter domínio de todas as informações referentes a tarifas e taxas a serem pagas para participar do programa, de todos os documentos exigidos pelas operadoras, brasileira e americana, e ter conhecimento das regiões e empregos ofertados por cada região do país a fim de esclarecer os participantes quanto a pontos fortes e fracos, salário, acomodação e transporte.

O repasse de documentos e taxas é feito para a matriz da operadora de intercâmbio cultural, em Curitiba, por meio de correspondência, e-mail e transferência bancária.

Além do trabalho na agência, o estágio inclui o acompanhamento dos participantes as feiras de emprego “Job Fairs”, que acontecem em Curitiba, Florianópolis e São Paulo. O auxílio aos participantes baseia-se em dicas para a entrevista e ajuda na escolha dos empregadores, e além disso, toda a assistência pré-viagem, com auxílio na compra de passagens, seguro de viagem, procura de acomodação nos estados Unidos e toda e qualquer dúvida relacionada ao programa.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES

RELATÓRIO FINAL

1 – Apresentação

1.1 Identificação do Acadêmico: Andressa Maria de Souza Derbis

1.2 Identificação da Empresa: J. Degraf Viagens e Turismo

2 – Introdução

2.1 Relação da área de estágio realizado com a atividade turística

O estágio realizado na empresa J. Degraf Agência de Viagens e Turismo pelo período de 7 meses (abril/2007 – novembro/2007), teve como principal finalidade a prática de conhecimentos relacionados à prestação de serviços, venda de produtos e auxílio de passageiros de agências de viagem e turismo. Com um foco mais direcionado a um produto específico: Intercâmbio Cultural.

A agência, que atua no mercado de Ponta Grossa há 20 anos, oferece serviços relacionados a transportes, como por exemplo, emissão de bilhetes aéreos e venda de pacotes de cruzeiros marítimos, roteiros, na formatação e/ou comercialização de pacotes turísticos à variados destinos, e na comercialização de viagens de intercâmbio, área a qual o estágio permitiu maior contato e participação.

O intercâmbio cultural, no agenciamento, é caracterizado como um produto comercializado na agência de viagens, e tem por diferencial o contato aprofundado com a cultura de outro país.

Existem no mercado, vários tipos de programas de intercâmbio, que variam de acordo com os países, a idade, o sexo, e diferenciais específicos do intercambista. Os principais são: Au pair; High Scholl, Estágios voluntários; Estágios remunerados; Empregos temporários (Work Experience); Cursos de idiomas; Cursos específicos; Programas que incluem cursos e autorização para trabalho.

Existe, na agência de viagens a qual o estágio foi realizado, a oferta de todos os tipos de intercâmbio acima citados, destacando-se a procura dos empregos temporários (Work Experience), ofertado apenas por Estados Unidos e Canadá.

Caracteriza-se por ser um programa de intercâmbio para trabalho, especialmente para estudantes universitários (graduação, mestrado, doutorado, etc.), interessados em trabalhar em uma companhia americana por um período mínimo de 3 meses e máximo de 4 meses, durante as férias de verão brasileiras (novembro até abril). O objetivo do programa é proporcionar ao participante a oportunidade de ter uma experiência de trabalho em uma empresa nos Estados Unidos ao mesmo tempo em que aperfeiçoa seus conhecimentos da língua inglesa e aprende sobre o povo, a cultura e o modo de vida americana.

A agência atendeu cerca de 70 pessoas interessadas nesse tipo de intercâmbio, e desses, 51 se inscreveram como participantes, sendo portanto, o foco do estágio que pretendia delimitar o perfil do público-alvo e suas necessidades específicas quanto aos serviços da agência de viagens.

3 – Objetivos

3.1 Objetivo geral

Aplicar os conhecimentos relacionados à agenciamento e prestação de serviços em um setor específico da agência de viagens, a venda de programas de intercâmbio cultural.

Delimitar o perfil do público alvo desse produto e conhecer suas necessidades e anseios no que diz respeito às atividades da agência.

3.2 Apontar resultados parciais de estágio

No período de sete meses a agência inscreveu cerca de 50 pessoas no programa de intercâmbio cultural Work Experience e por meio do contato direto com os participantes, através de entrevistas e explicações, além do contato com toda a parte burocrática (inscrição, contratos, documentação para passaporte, visto e para a organização americana ligada ao Brasil), foi possível entender o processo e os serviços prestados aos passageiros, suas características comuns e que os

diferenciam dos demais clientes de uma agência de viagens e suas preocupações e necessidades.

4 – Estrutura da Empresa

4.1 Evolução histórica

A J. Degraf Viagens e Turismo Ltda. é uma pequena empresa de capital limitado com sede na cidade de Ponta Grossa, à rua Cel. Dulcídio, 1086, centro, atuante nas áreas de passagens aéreas, turismo e intercâmbio cultural.

Sua especialidade é o B2B (*bussines to bussines*), porém sofre uma grande demanda de B2C (*bussines to consumer*) dos segmentos AB da região dos Campos Gerais.

Há 20 anos no mercado, atua em imóvel próprio e gera dez empregos diretos. A J. Degraf detém aproximadamente 70% do mercado de Ponta Grossa em sua carteira de clientes corporativos, porém projeta os serviços para alguns municípios dentro e fora do estado, atendendo também algumas prospecções e solicitações de outros países.

4.2 Estrutura física (equipamentos)

Em termos de estrutura física, o imóvel da J. Degraf Viagens e Turismo Ltda. possui cerca de 80 m².

No espaço se 10 escrivaninhas, cadeiras, 10 computadores, uma impressora e copiadora, 2 aparelhos de fax e 12 aparelhos de telefone.

Além de todo o material característico de agências de viagens como folders, fotos e souvenirs.

4.3 Estrutura administrativa

A administração da empresa possui uma hierarquia verticalizada onde a Sr^a Jeanine Degraf Enei, sócia-proprietária, figura como diretora.

A gerência administrativa, de finanças e de recursos humanos é representado pela Sr^a Regina Verchoor.

4.4 Recursos humanos

Diretora: Jeanine Degraf Enei

Gerente Administrativo/Financeiro/R. H.: Regina Verchoor

Agente de viagens – promoção: Alexandre Augusto dos Santos

Agente de viagens – pacotes: Cristine Gerlinge

Agente de viagens – pacotes: Egle Vergani

Agente de viagens – pacotes e intercâmbio cultural: Letícia Barros

Agente de viagens – passagens: Cristine Felix

Agente de viagens – passagens: Nilva Langer

Auxiliar financeiro: Daniele Silva

Auxiliar administrativo: Yoshico Hayashi

Recepção: Paulo Lima

4.5 Serviços prestados

A agência comercializa pacotes turísticos nacionais e internacionais, cruzeiros, intercâmbio cultural, emite passagens aéreas nacionais e internacionais e dos demais meios de transporte (rodoviário, ferroviário e marítimo), comercializa ingressos de apresentações, entradas de parques e lugares turísticos, e oferece assistência aos passageiros no preenchimento de documentos.

5 - Atividades desenvolvidas

5.1 Relação e análise do desempenho do estagiário, destacando a aplicabilidade da proposta de ação, contida no plano de estágio

Através do estágio foi possível compreender a prática das atividades relacionadas ao agenciamento, mais especificamente direcionado a um produto: o intercâmbio cultural.

Por meio das entrevistas feitas aos participantes, do contato com todo o processo desde a inscrição até o embarque foi possível detectar o perfil do público alvo, seu comportamento e suas expectativas em relação ao atendimento por parte da agência de viagens.

A proposta de ação contida no plano de estágio foram atingidas, visto que houve a possibilidade de inter-relacionar conceitos teóricos às atividades da agência, e delimitar um produto que gera um segmento dentro da mesma, Intercâmbio Cultural.

6 - Conclusão

6.1 Resultados obtidos (propostas, sugestões, recomendações e críticas)

Constatou-se, por meio do estágio realizado na agência de viagens J. Degraf Viagens e Turismo Ltda. que o programa de intercâmbio cultural é de grande procura dentro da agência. O público alvo enquadra-se na faixa etária de 18 a 25 anos. Os participantes são todos estudantes universitários, com nível intermediário de inglês. Seus principais interesses ao participar do programa são: melhorar a compreensão e comunicação da língua inglesa, entrar em contato outra cultura e as grandes cidades de outros países, fazer novas amizades, e também recuperar o investimento feito para a viagem por meio do emprego em empresas americanas.

O investimento geralmente é feito pelos pais dos participantes, os quais, como universitários, não possuem renda suficiente.

As principais necessidades dos intercambistas estão relacionadas à emprego e alojamento para viver no outro país e auxílio na busca de todos os documentos para a viagem.

A assistência da agência faz-se necessária, portanto, durante todo o processo, desde a inscrição, e como estagiária, pude participar ativamente dessas atividades, o que resultou em uma gama de conhecimentos e habilidades relacionadas ao atendimento de uma demanda com características específicas, e que aumenta a cada dia devido às facilidades desse tipo de programa, que tem como princípio o conhecimento, o respeito e a troca entre diferentes culturas.

ANEXO A – FORMULÁRIO DS2019

868



U.S. Department of State
CERTIFICATE OF ELIGIBILITY FOR EXCHANGE VISITOR (J-1) STATUS

OMB APPROVAL NO.1405-0119
EXPIRES: 04-30-2008
ESTIMATED BURDEN TIME: 45 min
*See Page 2

1. Family Name: Derbis		First Name: Andressa		Middle Name: Souza		Gender: FEMALE		N0004744057						
Date of Birth (mm-dd-yyyy): 10-01-1986		City of Birth: PONTA GROSSA		Country of Birth: BRAZIL		Citizenship Country Code: BR		Citizenship Country: BRAZIL						
Legal Permanent Residence Country Code: BR		Legal Permanent Residence Country: BRAZIL		Position Code: 215		Position: UNIVERSITY UNDERGRADUATE STUDENTS								
U.S. Address: 2330 Marinship Way Suite 250 Sausalito, CA 94965														
2. Program Sponsor: Camp Counselors USA/Work Experience USA								Exchange Visitor Program Number: P-4-05533						
Participating Program Official Description: SUMMER TRAVEL/WORK														
Purpose of this form: Begin new program; accompanied by number (0) of immediate family members.														
3. Form Covers Period:					4. Exchange Visitor Category:									
From (mm-dd-yyyy): 11-20-2007					SUMMER TRAVEL/WORK									
To (mm-dd-yyyy): 03-15-2008					Subject/Field Code: 32.0101		Subject/Field Code Remarks: x							
5. During the period covered by this form, the total estimated financial support (in U.S. \$) is to be provided to the exchange visitor by: Personal funds : \$700.00 Total : \$700.00														
6. U.S. DEPARTMENT OF STATE / DRS USE OR CERTIFICATION BY RESPONSIBLE OFFICER THAT A NOTIFICATION COPY OF THIS FORM HAS BEEN PROVIDED TO THE U.S. DEPARTMENT OF STATE (INCLUDE DATE) 					7. Marielle den Hollander					Responsible Officer				
					Name of Official Preparing Form: 2330 Marinship Way Suite 250 Sausalito, CA 94965					Title: 415-339-2728 ext. 46				
Signature of Responsible Officer or Alternate Responsible Officer					Telephone Number: 10-19-2007					Date (mm-dd-yyyy)				
8. Statement of Responsible Officer for Releasing Sponsor (FOR TRANSFER OF PROGRAM) Effective date (mm-dd-yyyy): _____ Transfer of this exchange visitor from program number _____ sponsored by _____ to the program specified in item 2 is necessary or highly desirable and is in conformity with the objectives of the Mutual Educational and Cultural Exchange Act of 1961, as amended. Signature of Responsible Officer or Alternate Responsible Officer _____ Date (mm-dd-yyyy) of Signature _____														
PRELIMINARY ENDORSEMENT OF CONSULAR OR IMMIGRATION OFFICER REGARDING SECTION 212(e) OF THE IMMIGRATION AND NATIONALITY ACT AND PL 94-484, AS AMENDED (see item 1(a) of page 2). The Exchange Visitor in the above program: 1. <input checked="" type="checkbox"/> Not subject to the two-year residence requirement. 2. <input type="checkbox"/> Subject to two-year residence requirement based on: A. <input type="checkbox"/> Government financing and/or B. <input type="checkbox"/> The Exchange Visitor Skills List and/or C. <input type="checkbox"/> PL 94-484 as amended (ALL USAID PARTICIPANTS G-2-00263 AND ALL ALIEN PHYSICIANS SPONSORED BY P-3-04510 ARE SUBJECT TO THE TWO-YEAR HOME RESIDENCE REQUIREMENT) Name: <u>Bernice Powell</u> Title: <u>file</u> Signature of Consular or Immigration Officer: <u>[Signature]</u> Date (mm-dd-yyyy): <u>11/1/07</u> THE U.S. DEPARTMENT OF STATE RESERVES THE RIGHT TO MAKE FINAL DETERMINATION REGARDING 212 (e).						TRAVEL VALIDATION BY RESPONSIBLE OFFICER (Maximum validation period is one year*) *EXCEPT: Maximum validation period is up to six months for Short-term Scholars and four months for Camp Counselors and Summer Travel/Work. (1) Exchange Visitor is in good standing at the present time Date (mm-dd-yyyy) Signature of Responsible Officer or Alternate Responsible Officer (2) Exchange Visitor is in good standing at the present time Date (mm-dd-yyyy) Signature of Responsible Officer or Alternate Responsible Officer								
EXCHANGE VISITOR CERTIFICATION: I have read and agree with the statement on item 2 on page 2 of this document. Signature of Applicant: <u>Andressa M de Souza Derbis</u> Place: <u>São Paulo - Brazil</u> Date (mm-dd-yyyy): <u>11.01.2007</u>														

INSTRUCTIONS FOR AND CERTIFICATION BY THE ALIEN BENEFICIARY NAMED ON PAGE 1 OF THIS FORM:

Read this page and sign the Exchange Visitor Certification block on the bottom of page 1 and prior to presentation to a United States Consular or Immigration Official.

1. I understand that the following conditions are applicable to exchange visitors:

(a) TWO-YEAR HOME-COUNTRY PHYSICAL PRESENCE REQUIREMENT (SECTION 212(e) OF THE IMMIGRATION AND NATIONALITY ACT AND PL 94-484, AS AMENDED):

RULE: Exchange visitors whose programs are financed in whole or in part, directly or indirectly by either their government or by the U.S. Government, are required to reside in their home-country for two years following completion of their program before they are eligible for immigrant status, temporary worker (H) status, or intracompany transferee (L) status. Likewise, if exchange visitors are acquiring a skill which is in short supply in their home country (these skills appear on the "Exchange Visitor Skills List") they will be subject to the same two-year home-country residence requirement. The requirement also is applicable to alien physicians entering the United States to receive graduate medical education or training. The U.S. Department of State reserves the right to make the final determination regarding 212(e).

NOTE: MARRIAGE TO A U.S. CITIZEN OR LEGAL PERMANENT RESIDENT, OR BIRTH OF A CHILD IN THE UNITED STATES DOES NOT REMOVE THIS REQUIREMENT.

(b) Extension of Stay/Program Transfers: A completed Form DS-2019 is required in order to apply for a program extension or program transfer, and must be obtained from or with the assistance of the sponsor.

(c) Limitation of Stay: STUDENTS - as long as they pursue a full course of study towards a degree, or if engaged full-time in a non-degree program, up to 24 months. Students for whom the sponsor recommends academic training may be permitted to remain for an additional period of up to 18 months after receiving their degree or certificate; post-doctoral academic training may be approved by the sponsor for a period not to exceed 36 months; **SECONDARY STUDENTS** - up to 1 academic year; **TRAINEES** - 18 months; **FLIGHT TRAINEES** - 24 months; **TEACHERS, PROFESSORS, and RESEARCH SCHOLARS** - 3 years; **SHORT-TERM SCHOLARS** - 6 months; **SPECIALISTS** - 1 year; **INTERNATIONAL VISITORS** - 1 year; **ALIEN PHYSICIAN** - the time typically required to complete the medical specialty involved but limited to 7 years with the possibility of extension if approved by the U.S. Department of State; **GOVERNMENT VISITOR** - up to 18 months; **CAMP COUNSELOR** - up to 4 months; **SUMMER TRAVEL/WORK** - up to 4 months; **AU PAIR** - 1 year; **INTERN** - up to 12 months.

(d) Documentation Required for Admission/Readmission as an Exchange Visitor: To be eligible for admission to the United States, an exchange visitor must present the following at the port of entry: (1) a valid nonimmigrant visa, unless exempt from nonimmigrant visa requirements; (2) a passport valid for 6 months beyond the anticipated period of admission, unless exempt from passport requirements; (3) a properly executed Form DS-2019 (with 2-D barcode) which must be retained by the exchange visitor for readmission within the period of previously authorized stay. Exchange visitors are permitted to travel abroad and maintain status (e.g., obtain a new visa) under duration of the program as indicated by the dates on this form (see item 3 on page 1 of this form).

(e) Change of Visa Status: Exchange visitors (and dependents) are expected to leave the United States upon completion of their program objective. Exchange visitors who are subject to the two-year home-country physical presence requirement are not eligible to change their status while in the United States to any other nonimmigrant category except, if applicable, that of official or employee of a foreign government(A) or an international organization(C) or member of the family or attendant of either of these types of officials or employees.

(f) Insurance: Exchange visitors are required to have medical insurance in effect for themselves and any accompanying spouse and minor children on J visas for the duration of their exchange program. At a minimum, insurance coverage shall include: (1) medical benefits of at least U.S. \$50,000 per person per accident or illness; (2) repatriation of remains in the amount of U.S. \$7,500; and (3) expenses associated with medical evacuation in the amount of U.S. \$10,000. A policy secured to fulfill the insurance requirements shall not have a deductible that exceeds U.S. \$500 per accident or illness, and must meet other standards specified in the Exchange Visitor Program regulations, 22 CFR Part 62.14. For details, consult your program's Responsible Officer (see item 7 on page 1 of this form).

2. EXCHANGE VISITOR CERTIFICATION: I have read and understand the foregoing, including the Two-Year Home-Country Physical Presence Requirement, and agree to comply with the Exchange Visitor Program regulations, as amended (22 CFR Part 62). I certify that all the information on the Form DS-2019 is true and correct to the best of my knowledge. I agree that I will maintain compliance with the insurance regulations as specified in 22 CFR 62.14, including maintaining health insurance coverage for myself and my J-2 dependents throughout my J-1 program. **I understand that it is my responsibility to maintain my exchange visitor status.** For the purposes of 20 U.S.C. 1232g and 22 CFR 62, I authorize the U.S. Department of State-designated sponsor and any educational institution named on the Form DS-2019 to release information to the U.S. Department of State relating to compliance with Exchange Visitor Program regulations.

NOTICE TO ALL EXCHANGE VISITORS

To facilitate your readmission to the United States after a visit in another country other than a contiguous territory or adjacent islands, you should have the Responsible Officer of your sponsoring organization indicate on the TRAVEL VALIDATION BY RESPONSIBLE OFFICER or Alternate Responsible Officer section of the Form DS-2019 that you continue to be in good standing.

The signature of the Responsible Officer or the Alternate Responsible Officer on the Form DS-2019 is valid for up to one year* or until the end date in item 3 on page 1 of this Form, or to the validation date authorized by the Responsible Officer, whichever occurs sooner.

*EXCEPT: Maximum validation period is up to six months for Short-term Scholars and four months for Camp Counselors and Summer Travel/Work.

* Under the Mutual Educational and Cultural Exchange Act of 1961, as amended, the U.S. Department of State has been delegated the authority to designate Exchange Visitor Programs for U.S. Government agencies, and for public and private educational and cultural exchange organizations. The information is used by Exchange Visitor Program sponsors to appropriately identify an individual seeking to enter the United States as an exchange visitor. The completed form is sent to the prospective exchange visitor abroad, who takes it to the U.S. Consulate (Embassy) to secure an exchange visitor (J-1, J-2) visa. Responses are mandatory. An Agency or organization may not conduct or sponsor, and the respondent is not required to respond to a collection of information unless it displays a valid OMB control number. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average 45 minutes per response, including the time for reviewing instructions, researching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to: U.S. Department of State, A/RPS/DIR, Washington, D.C. 20520.

ANEXO B – FORMULÁRIO DS 156



**U.S. Department of State
NONIMMIGRANT VISA APPLICATION**

Approved OMB 1405-0018
Expires 5/31/2011
Estimated Burden 1 hour
See Page 2

PLEASE TYPE OR PRINT YOUR ANSWERS IN THE SPACE PROVIDED BELOW EACH ITEM					
1. Passport Number	2. Place of Issuance: City _____ Country _____ State/Province _____			DO NOT WRITE IN THIS SPACE B-1/B-2 MAX B-1 MAX B-2 MAX Other _____ MAX Visa Classification _____ Mult or _____ Number of Applications _____ Months _____ Validity _____ Issued/Refused On _____ By _____ Under SEC. 214(b) 221(g) Other _____ INA Reviewed By _____	
3. Issuing Country		4. Issuance Date (dd-mmm-yyyy)		5. Expiration Date (dd-mmm-yyyy)	
6. Surnames (As in Passport)					
7. First and Middle Names (As in Passport)					
8. Other Surnames Used (Maiden, Religious, Professional, Aliases)					
9. Other First and Middle Names Used				10. Date of Birth (dd-mmm-yyyy)	
11. Place of Birth: City _____ Country _____ State/Province _____			12. Nationality		
13. Sex <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female	14. National Identification Number (if applicable)		15. Home Address (Include apartment number, street, city, state or province, postal zone and country)		
16. Home Telephone Number		Business Phone Number		Mobile/Cell Number	
Fax Number		Business Fax Number		Pager Number	
17. Marital Status <input type="checkbox"/> Married <input type="checkbox"/> Single (Never Married) <input type="checkbox"/> Widowed <input type="checkbox"/> Divorced <input type="checkbox"/> Separated			18. Spouse's Full Name (Even if divorced or separated. Include maiden name.)		19. Spouse's DOB (dd-mmm-yyyy)
20. Name and Address of Present Employer or School Name: _____ Address: _____					
21. Present Occupation (If retired, write "retired". If student, write "student".)			22. When Do You Intend To Arrive In The U.S.? (Provide specific date if known)		23. E-Mail Address
24. At What Address Will You Stay in The U.S.?					
25. Name and Telephone Numbers of Person in U.S. Who You Will Be Staying With or Visiting for Tourism or Business				 S1Y32CHPVR DO NOT WRITE IN THIS SPACE 50 mm x 50 mm PHOTO staple or glue photo here	
Name _____		Home Phone _____			
Business Phone _____		Cell Phone _____			
26. How Long Do You Intend To Stay in The U.S.?		27. What is The Purpose of Your Trip?			
28. Who Will Pay For Your Trip?		29. Have You Ever Been in The U.S.? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No			
		WHEN? _____ FOR HOW LONG? _____			

<p>30. Have You Ever Been Issued a U.S. Visa? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No WHEN? _____ WHERE? _____ WHAT TYPE OF VISA? _____</p>	<p>31. Have You Ever Been Refused a U.S. Visa? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No WHEN? _____ WHERE? _____ WHAT TYPE OF VISA? _____</p>										
<p>32. Do You Intend To Work in The U.S.? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No (If YES, give the name and complete address of U.S. employer.)</p>	<p>33. Do You Intend To Study in The U.S.? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No (If YES, give the name and complete address of the school.)</p>										
<p>34. Names and Relationships of Persons Traveling With You</p>											
<p>35. Has Your U.S. Visa Ever Been Cancelled or Revoked? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No</p>	<p>36. Has Anyone Ever Filed an immigrant Visa Petition on Your Behalf? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No If Yes, Who?</p>										
<p>37. Are Any of The Following Persons in The U.S., or Do They Have U.S. Legal Permanent Residence or U.S. Citizenship? Mark YES or NO and indicate that person's status in the U.S. (i.e., U.S. legal permanent resident, U.S. citizen, visiting, studying, working, etc.).</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</td> <td style="width: 25%;">Husband/ Wife _____</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</td> <td style="width: 25%;">Fiance/ Fiancee _____</td> <td style="width: 25%;"><input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</td> <td>Father/ Mother _____</td> <td><input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO</td> <td>Son/ Daughter _____</td> <td>Brother/ Sister _____</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Husband/ Wife _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Fiance/ Fiancee _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Father/ Mother _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Son/ Daughter _____	Brother/ Sister _____
<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Husband/ Wife _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Fiance/ Fiancee _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO							
<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Father/ Mother _____	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Son/ Daughter _____	Brother/ Sister _____							
<p>38. IMPORTANT: ALL APPLICANTS MUST READ AND CHECK THE APPROPRIATE BOX FOR EACH ITEM. A visa may not be issued to persons who are within specific categories defined by law as inadmissible to the United States (except when a waiver is obtained in advance). Is any of the following applicable to you?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Have you ever been arrested or convicted for any offense or crime, even though subject of a pardon, amnesty or other similar legal action? Have you ever unlawfully distributed or sold a controlled substance (drug), or been a prostitute or procurer for prostitutes? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO ● Have you ever been refused admission to the U.S., or been the subject of a deportation hearing, or sought to obtain or assist others to obtain a visa, entry into the U.S., or any other U.S. immigration benefit by fraud or willful misrepresentation or other unlawful means? Have you attended a U.S. public elementary school on student (F) status or a public secondary school after November 30, 1996 without reimbursing the school? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO ● Do you seek to enter the United States to engage in export control violations, subversive or terrorist activities, or any other unlawful purpose? Are you a member or representative of a terrorist organization as currently designated by the U.S. Secretary of State? Have you ever participated in persecutions directed by the Nazi government of Germany; or have you ever participated in genocide? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO ● Have you ever violated the terms of a U.S. visa, or been unlawfully present in, or deported from, the United States? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO ● Have you ever withheld custody of a U.S. citizen child outside the United States from a person granted legal custody by a U.S. court, voted in the United States in violation of any law or regulation, or renounced U.S. citizenship for the purpose of avoiding taxation? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO ● Have you ever been afflicted with a communicable disease of public health significance or a dangerous physical or mental disorder, or ever been a drug abuser or addict? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO <p>While a YES answer does not automatically signify ineligibility for a visa, if you answered YES you may be required to personally appear before a consular officer.</p>											
<p>39. Was this Application Prepared by Another Person on Your Behalf? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No (If answer is YES, then have that person complete item 40.)</p>											
<p>40. Application Prepared By: NAME: _____ Relationship to Applicant: _____ ADDRESS: _____ Signature of Person Preparing Form: _____ DATE (dd-mm-yyyy) _____</p>											
<p>41. I certify that I have read and understood all the questions set forth in this application and the answers I have furnished on this form are true and correct to the best of my knowledge and belief. I understand that any false or misleading statement may result in the permanent refusal of a visa or denial of entry into the United States. I understand that possession of a visa does not automatically entitle the bearer to enter the United States of America upon arrival at a port of entry if he or she is found inadmissible.</p> <p>APPLICANT'S SIGNATURE _____ DATE (dd-mm-yyyy) _____</p>											
<p style="text-align: center;">Privacy Act and Paperwork Reduction Act Statements</p> <p>INA Section 222(f) provides that visa issuance and refusal records shall be considered confidential and shall be used only for the formulation, amendment, administration, or enforcement of the immigration, nationality, and other laws of the United States. Certified copies of visa records may be made available to a court which certifies that the information contained in such records is needed in a case pending before the court.</p> <p>Public reporting burden for this collection of information is estimated to average 1 hour per response, including time required for searching existing data sources, gathering the necessary data, providing the information required, and reviewing the final collection. You do not have to provide the information unless this collection displays a currently valid OMB number. Send comments on the accuracy of this estimate of the burden and recommendations for reducing it to: U.S. Department of State, A/RPS/DIR, Washington, DC 20520.</p>											

ANEXO C – FOMULÁRIO DS 157



U.S. Department of State
SUPPLEMENTAL NONIMMIGRANT VISA APPLICATION

Approved OMB 1405-0134
Expires 11/30/2011
Estimated Burden 1 Hour*

PLEASE TYPE OR PRINT YOUR ANSWERS IN THE SPACE PROVIDED BELOW EACH ITEM PLEASE ATTACH AN ADDITIONAL SHEET IF YOU NEED MORE SPACE TO CONTINUE YOUR ANSWERS						
1. Last Name(s) <i>(List all Spellings)</i>		2. First Name(s) <i>(List all Spellings)</i>		3. Full Name <i>(In Native Alphabet)</i>		
4. Clan or Tribe Name <i>(If Applicable)</i>			5. Spouse's Full Name <i>(If Married)</i>			
6. Father's Full Name			7. Mother's Full Name			
8. Full Name and Address of Contact Person or Organization in the United States <i>(Include Telephone Number)</i>						
9. List All Countries You have Entered in the Last Ten Years <i>(Give the Year of Each Visit)</i>			10. List All Countries That Have Ever Issued You a Passport		11. Have you ever lost a passport or had one stolen? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No	
12. Not Including Current Employer, List Your Last Two Employers						Dates of Employment <i>(mm-dd-yyyy)</i> or "Present"
<u>Name</u>	<u>Address</u>	<u>Telephone Number</u>	<u>Job Title</u>	<u>Supervisor's Name</u>	<u>From</u>	<u>To</u>
13. List all Professional, Social and Charitable Organizations to Which You Belong (Belonged) or Contribute (Contributed) or with Which You Work (Have Worked).				14. Do you have any specialized skills or training, including firearms, explosives, nuclear, biological, or chemical experience? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No If YES, please explain		
15. Have you ever performed military service? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No If yes, complete below.						Dates of Service <i>(mm-dd-yyyy)</i> or "Present"
<u>Name of Country</u>	<u>Branch of Service</u>	<u>Rank/Position</u>	<u>Military Specialty</u>	<u>From</u>	<u>To</u>	
16. Have you ever been in an armed conflict, either as a participant or victim? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No If YES, please explain.						
17. List all educational institutions you attend or have attended. Include vocational institutions but not elementary schools.						Dates of Attendance <i>(mm-dd-yyyy)</i> or "Present"
<u>Name of Institution</u>	<u>Address/Telephone Number</u>	<u>Course of Study</u>	<u>From</u>	<u>To</u>		
18. Have you made specific travel arrangements? <input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No If YES, please provide a complete itinerary for your travel, including arrival/departure dates, flight information, specific location you will visit, and a point of contact at each location.						
Paperwork Reduction Act Statement						
Public reporting burden for this collection of information is estimated to average 1 hour per response, including time required for searching existing data sources, gathering the necessary documentation, providing the information and/or documents required, and reviewing the final collection. You do not have to supply this information unless this collection displays a currently valid OMB control number. If you have comments on the accuracy of this burden estimate and/or recommendations for reducing it, please send them to: A/ISS/DIR, Room 2400 SA-22, U.S. Department of State, Washington, DC 20522-2202						

DS-157
01-2009

ANEXO D – FORMULÁRIO 158



U.S. Department of State
**CONTACT INFORMATION AND WORK HISTORY
 FOR NONIMMIGRANT VISA APPLICANT**

OMB APPROVAL NO. 1405-0144
 EXPIRES: 10/31/2012
 ESTIMATED BURDEN: 1 HOUR

Please Type or Print Your Answers in the Space Provided Below Each Item Please Attach an Additional Sheet if You Need More Space to Continue Your Answers			
1. Last Name(s)	First Name(s)	Middle Name	
2. Date of Birth (mm-dd-yyyy)	3. Place of Birth Country	City/Town	State/Province
4. Permanent Home Address and Telephone Number (Include Apartment Number, Street, City, State or Province, Postal Zone, and Country)			
5. Full Name and Address of Spouse (If Applicable) (Postal box numbers are unacceptable.)			
Name (Last, First, Middle)			Telephone Number
Address			
6. Full Names and Addresses of Children, Parents, and Siblings (Postal box numbers are unacceptable.)			
Name (Last, First, Middle)			Relationship
Address			Telephone Number
Name (Last, First, Middle)			Relationship
Address			Telephone Number
Name (Last, First, Middle)			Relationship
Address			Telephone Number
Name (Last, First, Middle)			Relationship
Address			Telephone Number
Name (Last, First, Middle)			Relationship
Address			Telephone Number
7. List at Least Two Contacts in Applicant's Country of Residence Who Can Verify Information About Applicant (Do not list immediate family members or other relatives. Postal box numbers are unacceptable.)			
Name (Last, First, Middle)			Telephone Number
Address			
Name (Last, First, Middle)			Telephone Number
Address			
Paperwork Reduction Act Statement			
*Public reporting burden for this collection of information is estimated to average 1 hour per response, including time required for searching existing data sources, gathering the necessary data, providing the information required, and reviewing the final collection. In accordance with 5 CFR 1320 5(b), persons are not required to respond to the collection of this information unless this form displays a currently valid OMB control number. Send comments on the accuracy of this estimate of the burden and recommendations for reducing it to: U.S. Department of State (A/GIS/DIR) Washington, DC 20520.			

Work Experience - Present		
Job Title	Date (mm-dd-yyyy) From	Date (mm-dd-yyyy) To
Employer's Name and Address		
Telephone Number		
Describe Your Duties		
Work Experience - Previous		
Job Title	Date (mm-dd-yyyy) From	Date (mm-dd-yyyy) To
Employer's Name and Address		
Telephone Number		
Describe Your Duties		
Work Experience - Previous		
Job Title	Date (mm-dd-yyyy) From	Date (mm-dd-yyyy) To
Employer's Name and Address		
Telephone Number		
Describe Your Duties		
Work Experience - Previous		
Job Title	Date (mm-dd-yyyy) From	Date (mm-dd-yyyy) To
Employer's Name and Address		
Telephone Number		
Describe Your Duties		
<p>I certify that I have read and understood all the questions set forth in this form and the answers I have furnished on this form are true and correct to the best of my knowledge and belief. I understand that any false or misleading statement may result in the permanent refusal of a visa or denial of entry into the United States.</p>		
Applicant's Signature _____		Date (mm-dd-yyyy) _____

ANEXO E – SOCIAL SECURITY CARD

YOUR SOCIAL SECURITY CARD

The Social Security number shown on your card is yours alone. Do not allow others to use your number as their own. Record your number in a safe place in case your card is lost or stolen. Protect both your card and your number to prevent their misuse.

You should contact us to update your Social Security number records if your name, your U.S. citizenship status, or your status as an alien in the U.S. changes. You will need to file an application for a corrected Social Security card and provide proof of your identity, and we may request certain other evidence supporting the change.

Show your card to your employer when you start a new job. Make sure your employer uses the name and number exactly as it is shown on your Social Security card so we can record your earnings correctly.

Some private organizations use Social Security numbers for record keeping purposes. Such use is neither required nor prohibited by Federal law. The use of your Social Security number by such an organization for its own records is a private matter between you and the organization. Private organizations cannot get information from your Social Security record just because they know your number.

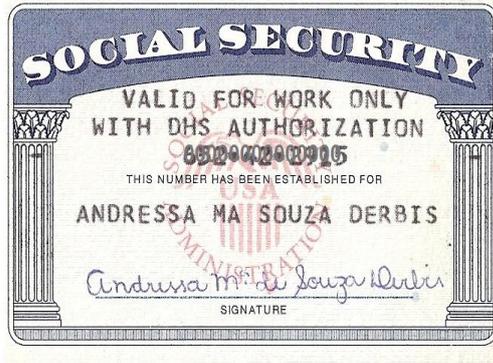
Any government agency that asks for your number must tell you: whether giving it is mandatory or voluntary, its authority for requesting the number, and how the number will be used.

If you are an alien without permission to work in the U.S., your Social Security card will be marked "NOT VALID FOR EMPLOYMENT". We will notify U.S. immigration officials if you use the number to work.

If you are an alien legally in the U.S. with temporary permission to work, your Social Security card will be marked "VALID FOR WORK ONLY WITH DHS AUTHORIZATION". If you show this card to an employer as evidence of employment eligibility, you will also have to show your U.S. immigration document authorizing employment.

You should contact Social Security right away to apply for benefits if you become disabled, reach retirement age or are about to attain age 65.

You can reach us at 1-800-772-1213 or through our website at www.socialsecurity.gov.



ANEXO F – JOB OFFER FORM

