

ÁREA: Gestão de pessoas

CÓDIGO DA ÁREA: GPSS

**OS FATORES MOTIVACIONAIS DA NOVA GERAÇÃO DE ESTAGIÁRIOS
PAULISTAS MANIFESTOS NA PLATAFORMA VIRTUAL DE EMPREGO
GLASSDOOR**

RESUMO

O estágio é uma função de relevância para a formação do graduando em Administração. Pesquisas recorrentes nesta área do conhecimento apontam para novos hábitos e valores das novas gerações no mercado de trabalho atual, como o uso das plataformas virtuais de emprego. Assim, este estudo investigou os fatores motivacionais que mais influenciam a satisfação de jovens estagiários paulistas na plataforma de emprego Glassdoor. Por meio de uma abordagem quantitativa, através da análise fatorial, os resultados evidenciaram que o valor da remuneração não foi relevante, mostrando outros anseios destes jovens profissionais, como a cultura e liderança praticadas pela organização. Além disto, o estudo destacou novos caminhos para a reflexão a respeito de mudanças nos fatores motivacionais das novas gerações, a necessidade de repensar os programas de estágio neste novo mercado globalizado, e a contribuição de plataformas virtuais de emprego como fontes atuais para o processo de coleta e análise de dados no campo da Administração.

Palavras-chave: Graduando em Administração, Estagiário, Novas gerações, Plataformas Virtuais de Emprego.

ABSTRACT

The internship is a function of relevance for the formation of the graduate student in Administration. Recurrent research in this area of knowledge points to new habits and values of new generations in the current job market, such as the use of virtual employment platforms. Thus, this study investigated the motivational factors that most influence the satisfaction of young interns from São Paulo in the Glassdoor job platform. Through a quantitative approach, through factor analysis, the results showed that the value of remuneration was not relevant, showing other desires of these young professionals, such as the culture and leadership practiced by the organization. In addition, the study highlighted new ways to reflect on changes in the motivational factors of the new generations, the need to rethink internship programs in this new globalized market, and the contribution of virtual employment platforms as current sources for the process of data collection and analysis in the field of Administration.

Keywords: Graduating in Administration, Intern, New Generations, Virtual Employment Platforms

1 INTRODUÇÃO

O estágio é uma função de relevância para a formação do estudante, sendo a ponte entre o ambiente acadêmico e o profissional, que permite a experimentação e a aplicabilidade dos conhecimentos em um ambiente empírico, marcado por desafios reais. Esta atividade tem se mostrado essencial para as empresas e a sociedade, já que ela colabora com o desenvolvimento econômico, a competitividade, o progresso social e o nível de empregabilidade de uma nação.

Para a organização, a busca por indivíduos talentosos é um dos elementos importantes para alcançar a vantagem competitiva, a retenção destes indivíduos depende cada vez mais do grau de satisfação, envolvimento e comprometimento das pessoas com os objetivos organizacionais (Carrara et al., 2014), o estagiário possui potencial para atender estes requisitos, ele é um profissional em formação e geralmente se mostra entusiasmado com sua primeira oportunidade, criativo e proativo na solução de desafios.

Além disso, as empresas precisam se atentar que estes jovens profissionais possuem valores individuais diferentes das gerações anteriores, com novos estímulos motivacionais, objetivos e interesses de vida, valores estes que foram construídos através do contexto atual em que foram educados, por meio do acesso tecnológico e do conhecimento em massa.

Como forma de colaborar com a temática, o presente estudo tem como objetivo principal investigar os fatores motivacionais que mais influenciam a satisfação de jovens estagiários paulistas de ensino superior, e entender até que ponto a estrutura atual oferecida pelas empresas está alinhada com as novas gerações, por meio de seus pacotes de remuneração, cultura, programas de qualidade de vida, planejamentos de carreira, e outros estímulos motivacionais.

Este objetivo será atendido por meio da análise dos fatores motivacionais de estagiários do mercado de trabalho paulista, divulgados na plataforma virtual de emprego Glassdoor, um dos maiores sites de recrutamento e carreiras do mundo, e amplamente utilizado no mercado de trabalho brasileiro (Silveira, 2019; Glassdoor, 2020).

Do ponto de vista teórico, o trabalho colabora com o estudo de fatores motivacionais de estagiários e o uso de plataformas virtuais de emprego no mercado de trabalho atual, temáticas estas que têm se mostrado escassas nos debates e pesquisas no campo da Administração, isto pode ser comprovado por meio de buscas em bases científicas nacionais, como o Portal SPELL e o Portal de Periódicos da Capes. A pesquisa se mostra relevante na prática ao oferecer subsídios ao mercado de trabalho e as empresas sobre os fatores motivacionais de seus jovens estagiários, podendo repensar e aperfeiçoar seus programas de estágio, tornando-os mais atraentes para a captação e retenção de talentos, ao estímulo da produtividade, satisfação, e no desenvolvimento desse capital intelectual, futuro líder e gestor estratégico organizacional.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Fatores Motivacionais

As teorias clássicas sobre motivação no trabalho argumentam que a satisfação do trabalhador é influenciada por diferentes fatores motivacionais, como a cultura de uma organização, o senso de propósito do trabalho ou a perspectiva por um

autodesenvolvimento profissional (Herzberg, 1959; Maslow, 1943; McGregor, 1960). Para Herzberg (1959), o salário é um fator que afeta a desmotivação do indivíduo. Ao analisar a sua mudança de comportamento ao longo do tempo, o efeito salarial no trabalhador é quase três vezes maior para salários baixos, podendo assim ser classificado como um fator desmotivacional em potencial.

Herzberg (1959) propõe em sua teoria o uso do termo “fator higiênico” para indicar o contexto laboral visto como injusto, desorganizado ou mentalmente insalubre, e que resultam em descontentamento no trabalho. A analogia está relacionada com a medicina, onde se demanda ações para remover os perigos de saúde do ambiente, as quais não devem ser vistas como meio para a cura da enfermidade, mas como profilaxia. Já os “fatores motivacionais” elegidos pelo autor são a realização, o reconhecimento, o trabalho em si, a responsabilidade e o crescimento, demonstrando a multidimensionalidade da motivação para o colaborador.

Para entender a satisfação e seus efeitos, é necessário dissociá-la do conceito de motivação, já que esta construção se iniciou antes do surgimento das teorias motivacionais, e deu base conceitual para elas (Siqueira, 2008). A satisfação é entendida como um componente da motivação que aumenta as chances de os colaboradores apresentar índices de comportamento favoráveis, como a melhoria na produtividade, o engajamento nas atividades laborais, a colaboração em equipe, e o aumento de tempo de permanência na empresa.

Existem diversas teorias que definem a satisfação no trabalho, como a de Martinez e Paraguay (2003), cuja satisfação é definida como um fenômeno individual, subjetivo, circunstancial e sujeita a influências internas e externas no ambiente de trabalho. Para Siqueira (2008), a satisfação no trabalho é apresentada como a atitude do colaborador em relação a realização do trabalho, sendo um fator capaz de predizer comportamentos laborais, como absenteísmo, rotatividade e o nível de desempenho no seu ambiente laboral.

A satisfação no trabalho é um estado emocional agradável, resultado da avaliação do indivíduo em seu espaço laboral. Ela é complexa e considera o vínculo afetivo do colaborador com o seu trabalho (Siqueira, 2008). Para Paschoal, Torres e Porto (2010), o suporte organizacional tem impacto direto no bem-estar deste indivíduo. De acordo com Eisenberger et al. (1986), suporte organizacional refere-se às percepções do trabalhador em relação ao tratamento que recebe da organização como retribuição ao seu esforço profissional. Ainda, segundo Oliveira-Castro, Borges-Andrade e Pilati (1999), o suporte organizacional somente é percebido favoravelmente pelos trabalhadores quando este tratamento organizacional ocorre de forma sincera, transparente, bem-intencionada e de forma não manipulada.

As diferentes concepções da satisfação no trabalho convergem em considerar a sua multidimensionalidade e possuem dimensões semelhantes como a satisfação de remuneração, promoções, o conteúdo do trabalho, os relacionamentos interpessoais, e a liderança (Siqueira e Gomide Jr., 2004), esta última dimensão investigada por Sant'anna, Paschoal e Gosendo (2012) sobre a sua capacidade de oferecer suporte e gerar um estado geral de bem-estar laboral e de competitividade nas empresas. Outro estudo interessante foi o de Satuf et al. (2018), que analisou a influência da satisfação laboral no bem-estar subjetivo, e como a intensidade desta relação é afetada pelos fatores e diferenças de gerações.

2.2. A Geração Z

Quando se fala em gerações, não há como delimitar de forma exata os períodos de início de cada uma, já que diferentes estudos levarão a diferentes datas. Como verificado por Melo et al. (2019), existe na literatura pelo menos sete períodos indicando o início da geração Z.

Quadro 1: Comparativo entre teorias sobre o período de início da geração Z

Período	Referência	Idade em 2020 (anos)
1989	Levy; Weitz, 2000 Santos e Lisboa, 2014	31
1990	Tapscott (2009) apud Colet, Beck, e Oliveira, 2015 Csobanka, 2016 Ceretta; Froemming, 2011	30
1991	Kapil e Roy, 2014	29
1992	Radons, Battistella, e Grohmann, 2016	28
1993	Mccrindle, 2011 Turner, 2015	27
1995	Priporas, Stylos, e Fatiadis, 2017 Bassiouni e Hackley, 2015	25
2000	Ozkan e Solmaz, 2015	20

Fonte: adaptado de Melo et al. (2019).

Melo et al. (2019) destaca que para considerar uma geração, outros aspectos além do ano de nascimento de ser considerado, como compartilhar “uma identidade de respostas, uma certa afinidade na maneira como todos se movem e são formados por suas experiências comuns”.

De acordo com Mahmoud et al. (2020), os nascidos a partir da década de 1990 acompanharam o avanço das novas tecnologias e foi influenciada por ela, em especial, a Internet, e presenciou as crises econômicas globais e o crescimento das ameaças terroristas (Smola e Sutton, 2002). Indivíduos da geração Z receberam influência da evolução da computação, acesso ao conhecimento em massa, das redes sociais e difusão de jogos virtuais, sendo capazes de lidar com grandes volumes e variedade de informações (Melo et al., 2019; Proserpio e Gioia, 2007).

A geração Z apresenta semelhanças com a geração Y, como a facilidade tecnológica, o desejo por flexibilidade e autonomia no trabalho, e valores que defendem a diversidade e a sustentabilidade na sociedade (Parry e Urwin, 2011; Mahmoud et al., 2020). Como diferenciais da geração Z em relação a geração Y, se dá por meio da manifestação de um perfil mais empreendedor no mercado de trabalho, a precocidade em cargos de liderança nas empresas, a naturalização de valores globais e amizades multiculturais, e a maior facilidade para trabalhar com várias tarefas simultaneamente, de maneira presencial e/ou virtual, já que esses jovens nasceram imersos nessas tecnologias contemporâneas (Flippin, 2017; Mahmoud et al., 2020; Melo et al., 2019).

2.3. Os Programas de Estágio e as Novas Gerações

Sabendo-se que os programas de estágio são utilizados pelos jovens como primeiro passo no mercado de trabalho, e utilizados pelas empresas para a atração deste tipo de público, a proporção de indivíduos formando a base de estagiários é composta majoritariamente por pessoas pertencentes as gerações mais recentes

O estágio foi regulamentado inicialmente no Brasil por meio da criação da Lei nº 6.494, de 7 de dezembro de 1977, que foi atualizada a partir do Decreto nº 87.497, de 18 de agosto de 1982. Atualmente, os estágios são regulamentados pela Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, que revoga a lei anterior e define o estágio como: “ ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior [...]”

Callefi e Neto (2019) definem o estagiário como um prestador de serviços supervisionado, que tem como objetivo a aprendizagem prática de uma profissão, após possuírem o conhecimento teórico do tema. Para muitos jovens profissionais, o estágio é a primeira experiência no mercado de trabalho, uma oportunidade de confirmação da escolha profissional, para outros estudantes, porém, o estágio é visto apenas como uma exigência curricular ou uma forma de ganhar dinheiro (Barbosa e Marques, 2018).

O programa de estágio para um jovem estudante é uma oportunidade para ele completar a formação preenchendo as lacunas entre teoria e prática e uma porta de entrada para o mercado de trabalho. Para as instituições de ensino, as vantagens estão na integração entre a instituição e o mercado de trabalho. Para a empresa se dá por meio da obtenção de vantagens competitivas a partir da incorporação de jovens talentos em seus quadros. Assim, se conduzido de forma efetiva, o processo de estágio se torna benéfico para todos os envolvidos (Barbosa e Marques, 2018; Callefi e Neto, 2019). São por estas razões que grandes empresas e multinacionais têm investido recursos e tempo no desenvolvimento de programas de estágio competitivos e que busquem atrair os melhores talentos para incorporar os seus processos internos.

De acordo com uma pesquisa realizada entre outubro de 2019 e janeiro deste ano com mais de 17 mil estagiários brasileiros, pelo Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) com suporte do Ibope, por meio de 719 empresas que participaram do “11º Prêmio CIEE Melhores Programas de Estágio”, mostrou que 93% dos estudantes consideram o estágio essencial para o seu desenvolvimento de carreira, e que a principal satisfação deste jovem está na aprendizagem laboral, nos feedbacks construtivos que recebe sobre seu desempenho e na oportunidade de poderem aumentar as chances de conseguirem um emprego futuro (CIEE, 2020).

Os resultados desta pesquisa revelaram que a remuneração não foi escolhida entre os principais fatores motivacionais dos respondentes, apesar de ter sido considerada importante por conta da sua capacidade em custear diferentes necessidades desses jovens, como alimentação e locomoção até o estágio. A pesquisa também mostrou um forte interesse desses jovens em atuarem em ambientes que respeitem a diversidade, empreendedores e que possam trazer retorno sustentável para a sociedade, por meio da oportunidade de realizarem estágios no terceiro setor, através de instituições como ONGs (CIEE, 2020).

Estes achados são confirmados por uma pesquisa realizada em 2019 por meio da plataforma virtual de emprego Glassdoor, com 1.456 usuários que atuavam no mercado de trabalho nacional, e que apresentavam uma faixa etária entre 18 e 60

anos. Os resultados mostraram que a cultura do local de trabalho tem importância superior em relação a remuneração para o brasileiro, onde 61% afirmaram preferir a satisfação com seu ambiente e cultura laborais do que o salário, 81% se inscreveriam para uma vaga apenas se estivessem alinhados com o propósito e valores da empresa, e 65% afirmaram que estariam dispostos a se demitir caso a cultura atual de sua empresa se modificasse a tal ponto que não fizesse mais sentido para ele (Glassdoor, 2020). Assim, segundo o presidente da Glassdoor, os achados desta pesquisa revelaram um novo perfil de profissionais das gerações atuais, que mais do que almejar um pacote de remuneração atraente, anseiam por experiências de trabalho significativas.

2.4. As Plataformas Virtuais de Emprego no Mercado de Trabalho Atual

As mídias sociais são um conjunto disruptivo de plataformas de comunicação que permitem que os usuários de Internet criem seu próprio conteúdo e expressem suas opiniões por meio de textos, imagens, vídeos e outros (Ramos, Rita e Moro, 2019). Dentre os diversos tipos dessas mídias, se destacam blogs, *wikis*, fóruns de discussão, sites de compartilhamento onlines, e as redes sociais virtuais, estas últimas classificadas em genéricas, como o Facebook, Twitter e Instagram, ou especializadas, como o ResearchGate, plataforma virtual especializada em conectar pesquisadores e acadêmicos pelo mundo (Ramos, Rita e Moro, 2019).

As redes sociais virtuais de emprego são plataformas especializadas no mercado de trabalho e permitem fornecer informações valiosas sobre empresas, oferecer serviços de conexão entre empregadores e futuros empregados, exercendo um papel relevante na dinâmica do mercado e na empregabilidade das pessoas, por conta do seu potencial de disseminação do conhecimento. Dentre as redes sociais de negócios mais usadas nos mercados internacional e nacional, se destacam o LinkedIn e a Glassdoor (Yokoyama e Sekiguchi, 2014; Silveira, 2019).

Estima-se que 86% dos candidatos às vagas de emprego recorrem a rede social virtual Glassdoor para levantar informações das empresas e das entrevistas antes de efetivamente aplicarem ao processo seletivo (Glassdoor, 2020).

A plataforma Glassdoor fornece informações relevantes sobre o relacionamento entre empresas e colaboradores, ela permite realizar avaliações voluntárias e anônimas sobre as empresas, não há custos e podem ser feitas em qualquer período do ano (Chen, Lee e Ting, 2019; Grennan, 2013; Huang, Meschke e Guthrie, 2015; Silveira, 2019).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é de natureza quantitativa, cujo objetivo é investigar os fatores motivacionais que mais influenciam a satisfação de jovens estagiários paulistas de ensino superior. A amostra de dados é composta por avaliações dadas a empresas fornecidas espontaneamente por estagiários paulistas de ensino superior.

A pesquisa se dá por meio da aplicação de uma estatística descritiva e inferencial, em específico, a análise fatorial exploratória por meio de mineração de dados. De acordo com Cooper e Schindler (2010), a análise fatorial permite identificar padrões entre as variáveis para descobrir uma combinação implícita das variáveis originais e que podem resumir o conjunto original.

A preparação da base de dados foi realizada em duas etapas. A primeira etapa considerou o ranking anual “Valor 1.000”, da revista Valor Econômico, cujo ranking avalia as principais empresas de capital aberto no Brasil, e ordena os valores por

receita líquida, independente do setor e da natureza das informações contábeis. Este critério foi escolhido para delimitar a amostra e considerar as empresas pelo demonstrativo de seus resultados, a fim de evitar o uso de critérios que podem ser enviesados por interesses políticos e econômicos, conforme afirma Silveira (2019).

Na segunda etapa os dados foram coletados da rede social de trabalho Glassdoor, que mensura a satisfação por meio de avaliações anônimas enviadas pelos colaboradores as suas empresas. Para acessar estas avaliações, é necessário realizar uma pesquisa no site com o nome da empresa, o resultado pode ser filtrado por região e cargo, para esta pesquisa configuramos os filtros para retornar resultados das empresas contidas na cidade São Paulo e avaliações realizadas por pessoas com o cargo de estagiário.

As avaliações utilizam a escala likert, onde 1 é a pior avaliação e 5 a melhor. As empresas são avaliadas a partir de 5 dimensões: cultura e valores, qualidade de vida, alta liderança, oportunidade de carreira, remuneração e benefícios.

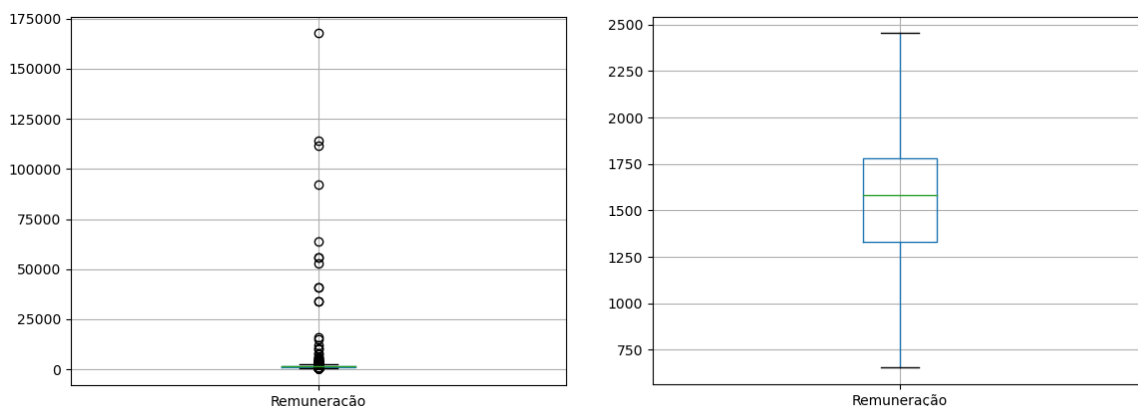
Quadro 2: Definição das dimensões de satisfação no trabalho

Glassdoor	Definição
Alta Liderança	Contentamento com a organização e a capacidade profissional do chefe, com o seu interesse pelo trabalho dos subordinados e entendimento com eles
Oportunidade de Carreira	Contentamento com o número de vezes que já recebeu promoções, com as garantias oferecidas a quem é promovido, com a maneira de a empresa realizar promoções e com o tempo de espera pela promoção
Salário	Valor bruto
Cultura e Valores	Contentamento com a transparência, diversidade e responsabilidade social nas corporações
Qualidade de Vida	Contentamento com Equilíbrio entre vida pessoal e profissional
Remuneração e Benefícios	Contentamento com a remuneração e os benefícios como o plano de saúde, plano de previdência, férias e folgas

Fonte: adaptado do site Glassdoor (2020).

Embora as avaliações dos profissionais estejam disponíveis de forma pública no site Glassdoor para os usuários registrados, o site não facilita a extração dos dados. Assim, após a consulta aos termos de uso do site foi desenvolvido um algoritmo para minerar as informações do site. Foram extraídos apenas informações de empresas na cidade de São Paulo com avaliações feitas por estagiários, cujo conjunto de dados resultou em 358 empresas e 17.103 respostas. Após uma avaliação na consistência dos dados, realizou-se a remoção de *outliers* no campo de remuneração, este campo é aberto e permite a inserção de qualquer valor numérico, o conjunto de dados foi reduzido para 16.756 respostas, conforme representado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Distribuição dos registros de remuneração dos estagiários e comparativo com os registros sem outliers



Fonte: elaborado pelos autores.

Os dados coletados foram armazenados planilha eletrônica e, posteriormente, transferidos para a ferramenta Python para a análise estatística. Consideraram-se apenas as respostas de estudantes com o perfil de estagiário. A etapa de análise dos dados utilizou a estatística descritiva e análise fatorial exploratória, para validar as amostras e os resultados das análises, e a avaliação considerou o teste de esfericidade de Bartlett e pelo menos 0,70 no teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Análise da Satisfação pelas Matrizes de Correlação

De acordo com Cooper e Schindler (2010), a correlação é uma medida de associação que demonstra a relação entre duas ou mais variáveis, necessariamente não descrevem uma relação causal, mas a intensidade da relação entre as variáveis. A partir dos dados primários e secundários foi gerado as matrizes de correlação entre as dimensões de satisfação no trabalho, cujos resultados podem ser acompanhados por meio do Gráfico 2.

Gráfico 2: Matriz de correlação R de Pearson entre as dimensões da pesquisa

		Glassdoor								
Remuneração	1	0.16	0.19	0.17	0.042	0.27	0.22	0.065	0.048	
Geral	0.16	1	0.8	0.74	0.57	0.76	0.62	0.82	0.49	
Cultura e Valores	0.19	0.8	1	0.68	0.62	0.56	0.72	0.69	0.44	
Qualidade de Vida	0.17	0.74	0.68	1	0.44	0.64	0.46	0.65	0.31	
Alta Liderança	0.042	0.57	0.62	0.44	1	0.42	0.5	0.46	0.57	
Benefícios	0.27	0.76	0.56	0.64	0.42	1	0.43	0.6	0.37	
Oportunidade de Carreira	0.22	0.62	0.72	0.46	0.5	0.43	1	0.45	0.38	
Recomendam a um amigo	0.065	0.82	0.69	0.65	0.46	0.6	0.45	1	0.49	
Perspectiva Positiva da Empresa	0.048	0.49	0.44	0.31	0.57	0.37	0.38	0.49	1	
	Remuneração	Geral	Cultura e Valores	Qualidade de Vida	Alta Liderança	Benefícios	Oportunidade de Carreira	Recomendam a um amigo	Perspectiva Positiva da Empresa	

Fonte: elaborado pelos autores.

A dimensão “Geral”, que avalia a percepção global da empresa pelo colaborador, apresenta correlações fortes entre as dimensões “Cultura e Valores” (0,8), “Benefícios” (0,76) e “Qualidade de Vida” (0,74).

As correlações com a dimensão da “Remuneração” são pouco significativas, podemos inferir que a sua representatividade sobre a avaliação da empresa tem baixa influência, ou seja, a remuneração possui importância subjetiva para o colaborador, sendo outras dimensões mais representativas para este indivíduo. Vale ressaltar que as outras dimensões analisadas também apresentaram correlações pouco significativas nas duas análises.

A percepção da remuneração na motivação e satisfação está de acordo com a teoria de Herzberg (1959), já que o mesmo é percebido com maior frequência como um fator higiênico, cuja presença não garante necessariamente a motivação do indivíduo. Também se alinha com os achados de Paschoal, Torres e Porto (2010) que avaliou o impacto do suporte organizacional sobre o bem-estar no trabalho, e encontrou baixas correlações entre o fator ascensão, promoção e salário com as dimensões de experiência cumulativa de afetos no trabalho e as experiências de realização pessoal e de expressão dos potenciais individuais.

4.1. Testes de Validade da Matriz de Correlação

Para avaliar a adequação dos resultados é necessário atender a critérios de validade e confiabilidade. Para Hair et al. (2009), confiabilidade é o grau de consistência entre uma ou mais variáveis com o que se pretende mensurar, e a validade está relacionada com o modo de mensuração. Na avaliação dos resultados foram aplicados os seguintes testes sobre os constructos: medida de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), teste de esfericidade de Bartlett (BST),

variância total explicada (TVE), carga fatorial e pontos comuns. A confiabilidade de cada construto foi investigada pelo coeficiente alfa de Cronbach. Os resultados apresentados na Tabela 2 referem-se às construções finais já adequadas para análise.

Tabela 2: Resultado da análise fatorial exploratória

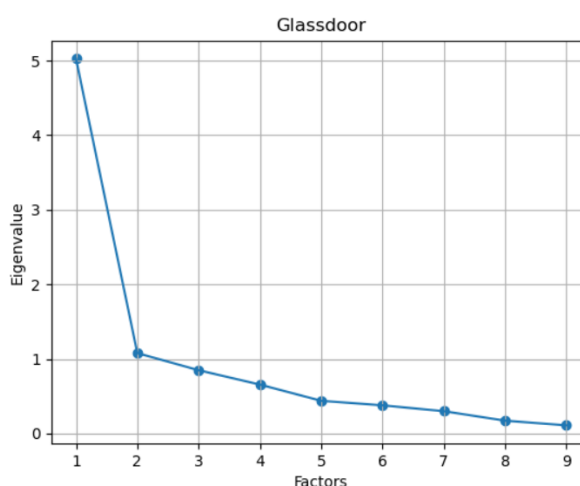
CA	KMO	BST	TVE	Dimensões	IT	IR	AV	ME	SD
0,898	0,863	2.034,39 (0,000)	58,05%	Remuneração	-	474-3.379	1.451,37	1.436,00	447,39
				Geral	0 – 5		3,77	3,80	0,32
				Cultura e Valores	0 – 5	0 – 5	3,51	3,50	0,42
				Qualidade de Vida	0 – 5	0 – 5	3,40	3,40	0,41
				Alta Liderança	0 – 5	0 – 5	3,15	3,20	0,50
				Benefícios	0 – 5	0 – 5	3,57	3,60	0,45
				Oportunidade de Carreira	0 – 5	0 – 5	3,16	3,20	0,42
				Recomendam a um amigo	0 – 100	39 – 100	79,92	82,00	10,67
				Perspectiva positiva	0 – 100	0 – 100	56,98	56,00	18,06

Legenda: CA: Coeficiente Alfa de Cronbach; BST: Teste de Esfericidade de Bartlett; TVE: Variância Total Explicada; IT: Intervalo Teórico; IR: Intervalo Real; AV: Média; ME: Mediana; SD: Desvio Padrão

Os resultados da análise fatorial exploratória apresentada na Tabela 2 atingiram os coeficientes alfa de Cronbach esperados, e o teste KMO de esfericidade de Bartlett apresentou significância estatística. Desta forma, foi atestada a validade e confiabilidade da amostra e o prosseguimento com a análise fatorial dos dados.

A análise inicial dos resultados dos autovalores (eigenvalues) recomenda o uso de dois fatores, que podem explicar mais de 50% da variância total acumulada (TVE). É possível observar esta recomendação no Gráfico 3 (Gráfico de Scree) ao aplicar o critério de Kaiser.

Gráfico 3: Gráfico de Scree e critério de Kaiser (Eigenvalue > 1)



Fonte: elaborado pelos autores.

4.2. Análise da Satisfação pela Interpretação dos Fatores

Após a primeira rotação Varimax, foi percebido que pode ser desconsiderado da análise a dimensão “Remuneração” (fator 1 = 0,2484, fator 2 = 0,0198), os resultados podem ser observados por meio da Tabela 3.

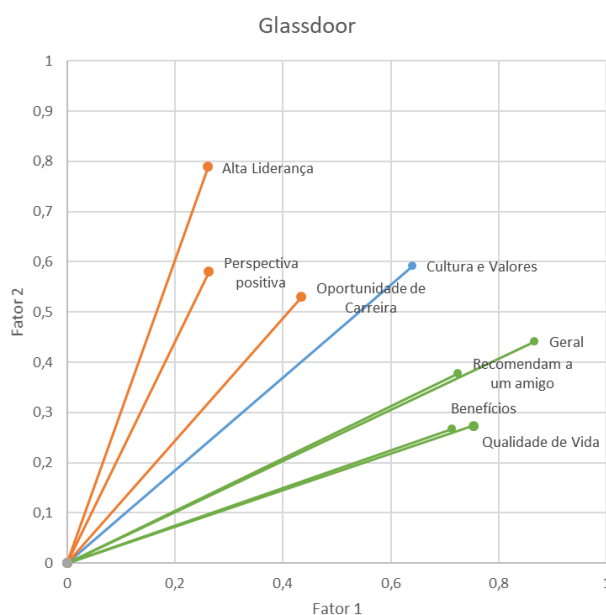
Tabela 3: Cargas Fatoriais rotacionadas por Varimax e Dimensões em comum

Dimensões	Fator 1	Fator 2
Remuneração	-	-
Geral	0,8665	0,4413
Cultura e Valores	0,6409	0,5920
Qualidade de Vida	0,7530	0,2731
Alta Liderança	0,2608	0,7882
Benefícios	0,714	0,2677
Oportunidade de Carreira	0,4343	0,5297
Recomendam a um amigo	0,7243	0,3779
Perspectiva positiva	0,2633	0,5795
Análise	Fator 1	Fator 2
Variância Proporcional	38,62%	25,90%
Variância Cumulativa	38,62%	64,52%

Fonte: elaborado pelos autores.

Ao analisar o Gráfico de Loading (Gráfico 4), é possível identificar que dimensão que traz a percepção geral da empresa e é representativa no fator 1 e pode ser associada às dimensões “Qualidade de Vida”, “Benefícios” e “Recomendar a um Amigo”, cujo processo mensura a percepção sobre os próprios benefícios e o relacionamento do colaborador com a empresa a ponto de promovê-la, essa associação pode explicar 38,62% da variação total. No fator 2, as dimensões “Alta Liderança”, “Perspectiva Positiva” e “Oportunidade de Carreira” são representativos e associa as percepções sobre a gestão, comunicação e possibilidade de crescimento na empresa, este agrupamento consegue explicar 25,90% da variação total. Os dois fatores explicam 64,52% da variação total.

Gráfico 4: Gráfico de Loading (carga fatorial)



Fonte: elaborado pelos autores.

Em relação aos dados coletados através do instrumento de pesquisa, as dimensões “Qualidade de Vida” e “Cultura e Valores” é representativa no fator 1 e explica 29,92% da variação total, estas dimensões tratam do bem-estar dentro da organização. As dimensões “Remuneração”, “Benefícios” e “Oportunidade de Carreira” explicam 22,95% da variação total, estas dimensões tratam do plano de carreira do estagiário e relaciona os interesses pessoais e profissionais e é representativa no fator 2. Os dois fatores explicam 52,86% da variação total.

O fator 1 considera a dimensão “Qualidade de Vida”, e relacionado com a percepção sobre os próprios benefícios, o bem-estar e o bom relacionamento do colaborador com a empresa é explicada por Eisenberger et al. (1986) que entende que os colaboradores desenvolvem um relacionamento de expectativas de reciprocidade com a organização, onde as pessoas devem ajudar aqueles que as ajudaram, e a percepção de suporte organizacional ocorre a partir de um processo de personificação da organização. Esta percepção também corrobora com Oliveira-Castro, Borges-Andrade e Pilati (1999), onde o colaborador desenvolve percepções favoráveis do suporte organizacional quando julga que as retribuições organizacionais são honestas, bem-intencionadas e não ocorrem de forma manipulada.

Também é observado a proximidade entre as dimensões de “Perspectiva Positiva” e “Alta Liderança”, a relação entre estes constructos é moderada, pela matriz de correlação a gestão possui correlação máxima com a cultura organizacional, 0,62. Segundo Sant'anna, Paschoal e Gosendo (2012) as ações específicas dos líderes em seus grupos, como ações de retribuição compatível com os esforços individuais podem influenciar as respostas afetivas dos trabalhadores.

Apesar da dimensão “Remuneração” ter baixa correlação com as demais dimensões investigadas e ter mostrado que o valor monetário em si não influencia diretamente na satisfação, como já afirmava a teoria de Herzberg (1959), a remuneração é representativa entre os participantes desta pesquisa quando contextualizada como um benefício, podendo inferir que sua percepção é subjetiva e pessoal, e isso por si só não é suficiente para explicar a satisfação. Os resultados corroboram com a literatura existente sobre bem-estar subjetivo e demonstram que a satisfação, embora possa colaborar e estimular um estado de bem-estar no indivíduo, é também multidimensional e complexa (Sánchez-Sellero et al., 2014; Satuf et al., 2018).

5 CONCLUSÃO

Os resultados mostraram uma relação entre a “perspectiva positiva” e a “alta liderança”, cuja correlação é observável em todas as amostras e evidencia a importância da liderança como fator motivador para o bem-estar dos colaboradores, já que a percepção do estagiário sobre a empresa é influenciada pela gestão institucional. O valor da remuneração apresentou baixas correlações entre as dimensões investigadas, porém, quando a mesma é contextualizada como um benefício, é observado uma correlação forte e positiva sobre a percepção geral da empresa, demonstrando que esta dimensão possui significado subjetivo e pessoal para os indivíduos.

Ao analisar os fatores, a dimensão da “qualidade de vida” é relacionada com a dimensão “benefícios”, a percepção sobre a qualidade de vida está relacionada com a forma como o indivíduo percebe os cuidados recebidos pela empresa. Estas dimensões possuem correlações fortes com a dimensão “percepção geral da

empresa". O estudo também atestou a validade da literatura existente sobre motivação e satisfação de profissionais pertencentes as gerações atuais (Parry e Urwin, 2011; Mahmoud et al., 2020), além de demonstrar a multidimensionalidade de fatores que podem ser determinantes para a satisfação de um indivíduo no seu ambiente de trabalho.

O trabalho limitou-se a analisar todas as empresas contida no ranking Valor 1.000, assim, algumas sugestões de pesquisas futuras seria a expansão do escopo da pesquisa para todas as empresas do estado de São Paulo ou do país para realizar uma análise estratificada por empresas com tamanhos e segmentos diferentes, por localidade geográfica e podendo fornecer resultados relevantes para o mercado de trabalho e para a competitividade das empresas, por meio de uma análise precisa sobre os valores motivacionais e de satisfação dos estagiários em seus espaços laborais. Este trabalho ganha relevância ao fornecer subsídios para refletir sobre a importância do estagiário para a recuperação financeira do país, após o final do período de quarentena gerado pela pandemia do Covid-19, onde as empresas terão recursos financeiros limitados para investimento e necessitando de uma força de trabalho competente para auxiliá-las.

REFERÊNCIAS

ABRES - Associação Brasileira de Estágios. **Estágio é essencial para o país.** Disponível em: abres.org.br. Acesso em: 20/07/2020.

BARBOSA, L.; MARQUES, K. **Estilos de Aprendizagem e Desempenho de Estagiários em Contabilidade.** Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, 12(4), 2018. 504-526.

CALLEFI, J. S.; NETO, G. A.. **Mão-de-Obra Barata: O Sofrimento no Trabalho de Estagiários.** Revista Pretexto, 20(3), 2019. 22-35.

CARRARA, T. M. P; NUNES, S. C.; SARSUR, A. M. **Fatores De Retenção, Permanência E Desligamento De Talentos E De Performers.** RACE - Revista De Administração, Contabilidade E Economia, 13(3), 2014. 1119-1148.

CHEN, J.-H., LEE, T.-L., E TING, I.-H. **A Study of Headhunter's Recruiting on Social Network Sites: Take LinkedIn as an Example.** MISNC '17, 2017. pp. 1-6.

CIEE - Centro de Integração Empresa-Escola. **Relatório de Pesquisa - 11º Prêmio CIEE Melhores Programas de Estágio.** Disponível em: portal.ciee.org.br. Acesso em: 20/07/2020.

COOPER, D. R., E SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração.** Vol. 7ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.

EISENBERGER, R., HUNTINGTON, R., HUTCHISON, S., E SOWA, D. **Perceived organizational support.** Journal of Applied Psychology, 71(3), 1986. 500-507.

FLIPPIN, C. **Generation Z in the Workplace: Helping the Newest Generation in the Workforce Build Successful Working Relationships and Career Paths.** Candace Steele Flippin, 2017.

Glassdoor. Disponível em: <https://www.glassdoor.com.br/empresas/blog/por-que-cultura-pode-importar-mais-que-salario-para-os-brasileiros/>. Acesso em: 10/05/2020.

GRENNAN, J. **A corporate culture channel: how increased shareholder governance reduces firm value**. Elsevier, 2013.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., E TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. (6ª ed.). Porto Alegre: Bookman, 2009.

HERZBERG, F. **The motivation to work**. New York, NY: Wiley, 1959.

HUANG, M., LI, P., MESCHKE, F., E GUTHRIE, J. P. **Family firms, employee satisfaction, and corporate performance**. Journal of Corporate Finance, 34, 2015. 108-127.

YOKOYAMA, M. H., E SEKIGUCHI, T. **A utilização de sites de rede social no trabalho: um estudo de caso em empresas brasileiras**. Brazilian Business Review - BBR, v. 11, n. 2, 2014.

MAHMOUD, A., FUXMAN, L., REISEL, W., E GRIGORIOU, N. **"We aren't your reincarnation!" workplace motivation across X, Y and Z generations**. International Journal of Manpower, 2020.

MARTINEZ, M., PARAGUAY, A. **Satisfação e saúde no trabalho: aspectos conceituais e metodológicos**. Cadernos De Psicologia Social Do Trabalho, 6, 59-78, 2003.

MASLOW, A. H. **A theory of human motivation**. Psychological Review, 50(4), 1943. 370-396.

MELO, A. O.; TAVARES, M. V. B.; FELIX, B. S.; SANTOS, A. C. B. D. **Identidade da Geração Z na Gestão de 'Startups'**. Revista Alcance, 26(3), 2019, 320-333.

MCGREGOR, D. **The human side of enterprise**. New York, NY: McGraw-Hill, 1960.

OLIVEIRA-CASTRO, A.; BORGES-ANDRADE, E.; PILATI, R. **Percepção de suporte organizacional: desenvolvimento e validação de um questionário**. Revista RAC - Anpad, 3(2), 1999. 29-51.

PARRY, E., E URWIN, P. **Generational Differences in Work Values: a review of theory and evidence**. International Journal of Management Reviews, 13, 2011, 79-96.

PASCHOAL, T.; TORRES, C. V.; E PORTO, J. B. **Felicidade no trabalho: relações com suporte organizacional e suporte social**. Revista RAC - Anpad, 14(6), 2010. 1054-1072.

PROSERPIO, L.; E GIOIA, D. **Teaching the virtual generation**. Academy of Management Learning e Education, v.6, n.1, 2007, 69–80.

RAMOS, R.; RITA, P.; MORO, S. **From institutional websites to social media and mobile applications: A usability perspective**. European Research on Management and Business Economics, v. 25, n. 3, 2019. 138–143.

SÁNCHEZ-SELLERO, C., SÁNCHEZ-SELLERO, P., CRUZ-GONZÁLEZ, M., e SÁNCHEZ-SELLERO, J. **Características organizacionales de la satisfacción laboral en España**. Revista RAE, v.54, n.5, 2014.

SANT'ANNA, L. L., PASCHOAL, T., e GOSENDO, E. E. **Bem-estar no trabalho: relações com estilos de liderança e suporte para ascensão, promoção e salários**. Revista RAC - Anpad, 16(5), 2012, 744-764.

SATUF, V.; MONTEIRO, J.; PEREIRA, H.; ESGALHADO, G.; AFONSO, M.; LOUREIRO, M. **A influência da satisfação laboral no bem-estar subjetivo: uma perspectiva geracional**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 34, 2018.

SILVEIRA, A. D. **The Employee is Always Right: Employee Satisfaction and Corporate Performance in Brazil**. Revista RAC - Anpad, v. 23, 2019, 739-764.

SIQUEIRA, M. **Satisfação no trabalho**. Medidas do Comportamento Organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SIQUEIRA, M.; GOMIDE JR., S. **Vínculos do indivíduo com a organização e com o trabalho**. Psicologia, organizações e trabalho. Porto Alegre: Artmed, 2004.

SMOLA, K.; SUTTON, C. **Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium**. Journal of Organizational Behavior, v. 23, n. 4, 2002, 363-382.