



A IMAGEM DO CRA/SC PERCEBIDA POR FUTUROS ADMINISTRADORES

FRANCINI RENSI SCHMITZ
NELSON DELFINO
RUDIMAR ANTUNES DA ROCHA

Resumo: Este artigo tem como objetivo identificar a imagem do Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA/SC) na percepção dos alunos concluintes, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Para alcançar esse objetivo, efetuou-se um levantamento por meio de um estudo de caso, sendo verificada a necessidade de uma abordagem quanti-quali, ou seja, quantitativa com aportes qualitativos. A pesquisa foi orientada por pesquisas bibliográficas e foi caracterizada como exploratória descritiva. O questionário foi utilizado como principal instrumento de coleta de dados, seguido de entrevista e levantamentos que propiciaram o enriquecimento do estudo. Com base nos resultados, a pesquisa pode constatar que, na percepção dos formandos respondentes, o Conselho é considerado ausente, no que diz respeito o contato com os alunos durante a trajetória acadêmica; como um Órgão de classe é pouco representativo e tem baixa participação no que tange a atuação profissional dos Administradores.

Palavras-chave: Formandos. Administradores. Conselho da Classe. Imagem Institucional.

1 INTRODUÇÃO

A administração, embora praticada desde tempos remotos, ainda é considerada, por muitos autores, como uma ciência nova.

No Brasil, o exercício desta profissão foi criado e regulamentado na década de 60. Todavia, a alcunha ‘Administrador’ ainda é distorcida por autores e pela própria academia, o que gera dúvidas quanto à profissão.

No intuito de orientar, disciplinar e fiscalizar o exercício da profissão de Administrador foram criados o Conselho Federal de Administração (CFA) e os Conselhos Regionais de Administração (CRAs). Além de outras funções, estes últimos têm a responsabilidade de expedir a habilitação profissional.

Partindo-se do pressuposto de que os CRAs fortalecem a categoria profissional, resguardam e garantem o mercado de trabalho, visando à defesa da sociedade, entende-se que os Conselhos, além de congregarem os Administradores, focam os seus esforços na classe denominada futuro público alvo, ou seja, os acadêmicos do Curso de Graduação em Administração.

Neste sentido, surge o problema de pesquisa: *como futuros administradores formados pela Universidade Federal de Santa Catarina veem o Conselho Regional de Administração de Santa Catarina?*

Para responder a esta questão, efetuou-se um levantamento por meio de estudo de caso, destacando-se como objetivo principal: identificar a imagem do Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA/SC) na percepção dos alunos concluintes, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

A UFSC foi definida como caso para estudo, tanto pela sua importância como Universidade Federal, pública e gratuita, quanto pelo reconhecimento do seu Curso de Graduação em Administração.

Com o intuito de esclarecer quais os fins a serem atingidos, destacam-se os seguintes objetivos específicos: (a) verificar o grau de conhecimento dos alunos concluintes, ano 2009, com relação ao CRA/SC; (b) identificar os contatos feitos pelo CRA/SC com o público alvo durante a trajetória acadêmica; (c) verificar o grau de importância do CRA/SC, de acordo com a percepção dos alunos concluintes, ano 2009; e (d) identificar a imagem do CRA/SC percebida pelo público alvo.

Para nortear o estudo, foram abordados temas relativos à administração, ao CRA/SC e à imagem institucional, visando o embasamento acerca do assunto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ADMINISTRAÇÃO

“Administração é uma palavra antiga, associada a outras que se relacionam com o processo de tomar decisões sobre recursos e objetivos”. (MAXIMIANO, 2007, p.11).

De acordo com Kwasnicka (1995, p.17), “não há um padrão universalmente aceito para a definição do termo administração”. O uso mais importante e consistente do termo “é aquele em que ele é visto como um processo integrativo fundamental, buscando a obtenção de resultados específicos”.

Ferreira, Reis e Pereira (2008) dizem que a palavra administração tem origem latina e aplica-se, especificamente, à gestão de um bem, defendendo os interesses dos que o possuem.

Em sentido amplo, Stoner e Freeman (1999, p.4) destacam que administração é o “processo de planejar, organizar, liderar e controlar o trabalho dos membros da organização, e de usar todos os recursos disponíveis da organização para alcançar objetivos estabelecidos”.

Alguns autores iniciam a história da Administração pela Revolução Industrial, todavia, convém destacar que, desde o início da história, o homem tinha a necessidade de associar-se a outros para conseguir atingir seus objetivos comuns e garantir a sobrevivência.

Neste sentido, Hampton (1992) lembra que quando as pessoas se unem para alcançar um determinado objetivo, criam uma organização. Ao trabalho que envolve a direção e utilização dos recursos necessários para atingir os objetivos específicos dar-se o nome de administração.

Embora seja uma “prática antiga, a administração tem uma história recente como corpo organizado de conhecimentos”. (MAXIMIANO, 2007, p.14). Foi a Revolução Industrial, fins do Século XIX, que propiciou um novo tempo, transformando o mundo das organizações, bem como de toda a sociedade (FERREIRA; REIS; PEREIRA, 2008).

Frente às circunstâncias jamais ocorridas e tentando adaptarem-se as novas situações, as empresas verificaram a necessidade de melhorar a administração. Kwasnicka (1981) lembra que foi nessa ocasião que surgiram as primeiras obras que buscavam a aplicação do método científico no estudo do trabalho.

No início do Século XX, o aspecto científico da administração deu seus primeiros passos, com os estudos do engenheiro americano Frederick W. Taylor (1856-1915). Considerado o fundador da Teoria da Administração, Taylor teve muitos seguidores. (FERREIRA; REIS; PEREIRA, 2008; KWASNICKA, 1995; HAMPTON, 1992).

Além de Taylor, muitos nomes marcaram a evolução da administração: Gantt, Gilbreth, Ford, Fayol, Urwick, Gulick, Weber, Mayo, entre outros, cada qual defendendo seus princípios e suas teorias. (FERREIRA; REIS; PEREIRA, 2008; GHISI et al, 2004; KWASNICKA, 1981, 1995; HAMPTON, 1992).

Apesar do desenvolvimento da teoria administrativa, Ferreira, Reis e Pereira (2008, p.17) destacam que a administração ainda segue “essencialmente uma série de conceitos ideológicos”, “reeditando modelos administrativos que parecem funcionar, para a partir disso começar a fundar seu corpo teórico”. Na visão dos autores, a observação da prática da administração fornece informações que, aos poucos, constituirão sua teoria.

Embora alguns autores considerem como uma ciência nova, em seu livro *The Practice of Management* (Prática de Administração de Empresas), publicado em 1955, Peter Drucker já dizia que “a administração, sua competência, sua integridade e seu desempenho” seriam fatores decisivos para todo o mundo livre nas décadas seguintes. (DRUCKER, 1981, p.4).

O autor ainda ressalta que a responsabilidade da administração em nossa sociedade seria decisiva não só para a sobrevivência da própria empresa, como também para o prestígio, sucesso e posição do administrador, e para o desenvolvimento econômico e social.

Contudo, Drucker (apud LACOMBE; HEILBORN, 2006, p.4) frisa que “as aspirações, os valores e até a sobrevivência da sociedade dependerão cada vez mais do desempenho, da competência e dos valores dos administradores”.

Dando sequência ao embasamento teórico, verifica-se a necessidade de conceituar o que é ser Administrador e qual o seu papel.

2.1.1 Administrador

O contexto para a formação do Administrador no Brasil ganhou contornos mais claros a partir da década de 40, onde uma sociedade que passava de um estágio agrário para a

industrialização acentuou a necessidade de mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do Ensino de Administração. (CFA, 2009).

Na metade dos anos 60, foi regulamentada a profissão de Administrador, com isso, “o acesso ao mercado profissional seria privativo dos portadores de títulos expedidos pelo sistema universitário”. (CFA, 2009).

A profissão de Administrador foi criada pela Lei n.º 4.769, de 9 de setembro de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Administrador e dá outras providências, e regulamentada dois anos depois, pelo Decreto n.º 61.934, de 22 de dezembro de 1967. (BRASIL, 1965; BRASIL, 1967; BRASIL, 1985).

Na visão de alguns autores, a designação ‘Administrador’ não está de acordo com a legislação, o que causa algumas dúvidas.

Para Bernardes e Marcondes (2006, p.19),

os administradores sempre existiram, porém com características diferentes ao longo da história, mudando à proporção que as organizações se alteravam até chegar ao profissional dos dias atuais. Todavia, mesmo hoje suas funções não se tornaram claras, ficando ainda mais complicadas com a variedade de termos com significados imprecisos, como chefe, gerente e executivo.

Maximiano (2007, p.14) vai mais longe, quando diz que “somos todos gerentes”, ou seja, “as pessoas que administram qualquer conjunto de recursos são administradores, gerentes ou gestores”.

O autor ainda afirma que “você pode ser administrador de si próprio”, quando “como indivíduo, ou membro de uma família, seu dia-a-dia é cheio de decisões que têm conteúdo administrativo”. (p.15).

Destaca que o conteúdo administrativo, ou seja, atividades que exigem habilidades de planejamento, organização, controle e trabalho em equipe, incorporado ao trabalho de profissionais como pesquisadores, engenheiros, médicos, advogados, entre outros, justifica o estudo da administração nas escolas formadoras desses profissionais. (MAXIMIANO, 2007).

Por fim, o autor, chega ao consenso de que, “nas organizações, os administradores ou gerentes são as pessoas responsáveis pelo desempenho de outras, que formam sua equipe, e sobre essa equipe têm autoridade”. (p.15). Lembra que, “nas organizações, os gerentes são também chamados, genericamente, de chefes”. (p.15).

Stoner e Freeman (1999, p.8, grifo do autor) utilizam “a palavra *administrador* para indicar qualquer pessoa responsável pelas quatro atividades principais da administração”, ou seja, planejamento, organização, liderança e controle, na visão dos autores.

Os mesmos ainda classificam os administradores “pelo *nível* que ocupam na organização (de primeira linha, intermediários e altos administradores) e pelo *âmbito* das atividades organizacionais pelas quais são responsáveis (os chamados administradores funcionais e gerais)”. (p.8, grifo do autor).

Diante de tantos conceitos, convém deixar claro que, de acordo com o Decreto n.º 61.934, Capítulo V - Do Registro e da Carteira de Identidade Profissional, Art. 42, nova redação conferida pelo Art. 1º, Parágrafo único, da Lei n.º 7.321,

os profissionais a que se refere este Regulamento só poderão exercer legalmente a profissão, salvo as exceções previstas na Lei n.º 4.769, de 9 de setembro de 1965, mediante prévio registro de seus diplomas ou certificados nos órgãos competentes e após serem portadores da Carteira de Identidade de Administração [...]. (BRASIL, 1965; BRASIL, 1967; BRASIL, 1985).

De forma mais clara, denomina-se **Administrador**, o Bacharel em Administração registrado no Conselho Regional de Administração (CRA). “Sem o registro, o bacharel não

pode se denominar Administrador e tão pouco atuar em quaisquer dos campos privativos dessa profissão”. (CRASC, 2009, grifo nosso).

“O desempenho das atividades de Administração, em qualquer de seus campos, constitui o objeto da profissão liberal de Administrador, de nível superior”. (BRASIL, 1967, Art. 1º; BRASIL, 1985).

A atividade profissional do Administrador, como profissão, liberal ou não, compreende:

- a) elaboração de pareceres, relatórios, planos, projetos, arbitragens e laudos, em que se exija a aplicação de conhecimentos inerentes às técnicas de organização;
- b) pesquisas, estudos, análises, interpretação, planejamento, implantação, coordenação e controle dos trabalhos nos campos de administração geral, como administração e seleção de pessoal, organização, análise, métodos e programas de trabalho, orçamento, administração de material e financeira, relações públicas, administração mercadológica, administração de produção, relações industriais, bem como outros campos em que estes se desdobrem ou com os quais sejam conexos;
- c) exercício de funções e cargos de Administrador do Serviço Público Federal, Estadual, Municipal, Autárquico, Sociedades de Economia Mista, empresas estatais, paraestatais e privadas, em que fique expresso e declarado o título do cargo abrangido;
- d) o exercício de funções de chefia ou direção, intermediária ou superior, assessoramento e consultoria em órgãos, ou seus compartimentos, da Administração pública ou de entidades privadas, cujas atribuições envolvam principalmente, a aplicação de conhecimentos inerentes às técnicas de administração;
- e) magistério em matérias técnicas do campo da administração e organização. (BRASIL, 1967, Art. 3º; BRASIL, 1985).

Por fim, o Decreto deixa claro que os documentos referentes à ação deste profissional, mencionada na citação anterior, serão obrigatoriamente elaborados e assinados por Administradores. (BRASIL, 1967, Art. 6º; BRASIL, 1985).

Tendo em vista o que foi mencionado, verifica-se que a literatura aborda diversas acepções a respeito do Administrador, todavia, o que rege o exercício da profissão e suas definições, de acordo com o Conselho Federal de Administração (CFA), é a legislação mencionada.

2.2 CONSELHO REGIONAL DE ADMINISTRAÇÃO/SC

O Conselho Federal de Administração (CFA) e os Conselhos Regionais de Administração (CRAs) foram criados e instituídos pela mesma legislação que rege o exercício da profissão de Administrador.

Constituem, em seu conjunto, uma autarquia Federal dotada de personalidade jurídica de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira, vinculada ao Ministério do Trabalho e Previdência Social, sob a denominação de Conselho Federal de Administração, com o subtítulo de Regional, com a designação da região quando for o caso. (BRASIL, 1967; BRASIL, 1985; CRASC, 2009; CRASC, [2008?]).

O CRA “é um órgão consultivo, orientador, disciplinador e fiscalizador do exercício da profissão de Administrador”. O Conselho “não recebe nenhuma subvenção do Governo Federal, sendo mantido pela anuidade paga pelos profissionais registrados”. (CRASC, 2009; CRASC, [2008?]).

O Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA/SC) iniciou suas atividades em 22 de dezembro de 1982 (CRASC, [200-?]) e tem como missão, “promover a

difusão da ciência da administração e a valorização do Administrador, em defesa da sociedade Catarinense”. (CRASC, 2009; CRASC, [2008?]).

É dirigido por Conselheiros eleitos pela categoria de Administradores, para um mandato de 4 anos (CRASC, [2008?]) e, atualmente, conta com 12 delegacias regionais espalhadas pelo estado de Santa Catarina e a sede das delegacias, localizada na cidade de Florianópolis. (CRASC, 2009).

Num contexto geral, conforme apresenta CRASC ([200-?]), suas principais finalidades são: (a) fiscalizar o exercício da profissão; (b) fortalecer a categoria profissional; (c) resguardar e garantir o mercado de trabalho; e (d) expedir a habilitação profissional.

2.3 IMAGEM INSTITUCIONAL

De uma forma geral, pode-se dizer que imagem é “a soma das crenças, atitudes e impressões que uma pessoa ou um grupo de pessoas tem de um objeto”. (BARICH; KOTLER, 1991 apud OLIVEIRA; IKEDA, 2003, p.6).

Cobra e Ribeiro (2000, p.148), destacam que “a imagem que as pessoas constroem vem direto do cérebro, que é a caixa postal das marcas. [...]. Porém, o que o cérebro registra procede da alma”.

“O cérebro tem a interessante capacidade de organizar e reorganizar a si mesmo para lidar com as contingências que enfrenta”. “Quanto mais uma pessoa se engaja em uma atividade específica, [...] mais o cérebro se ajusta para facilitar o tipo de fundamento requerido”. (MORGAN, 2007, p.101).

A formação de uma imagem surge na captação do campo visual do ser humano que por meio do cérebro processa, agrupa e reagrupa as informações vistas. Com isto, o mesmo possui a capacidade de processar dados, como um sistema complexo de reações, transmitindo mensagens, que geram ações e criam estímulos e comportamentos variados.

Para Barich e Kotler (1991 apud DE TONI; SCHULER, 2007), numa perspectiva mercadológica, apresentam-se quatro tipos de imagem: (a) da marca, onde as pessoas percebem marca particular em relação às suas concorrentes; (b) dos produtos, ou seja, como as pessoas vêem determinada categoria de produtos; (c) de marketing, que é a forma como é vista a qualidade da oferta e mix de marketing da organização; e (d) corporativa, onde as pessoas percebem a empresa como um todo.

Vislumbrando por este prisma a imagem pode ganhar várias facetas e conjunções, mas um aspecto importante a ser desenvolvido e estudado pela organização é a forma de criação da própria imagem, em termos gerais, para com isto, buscar a diferenciação no mercado e a preferência do consumidor.

Oliveira e Ikeda (2003, p.6) frisam que “a imagem é um aspecto importante a ser desenvolvido e protegido pela empresa, pois ela pode ser trabalhada, por meio das ferramentas de comunicação, para se tornar elemento de diferenciação e de preferência dos consumidores”.

As autoras salientam que, a comunicação estabelecida pela empresa com o mercado, afeta, diretamente, a sua imagem institucional, pois “é a partir da comunicação que o público desenvolve um conjunto de atitudes, crenças, percepções, sentimentos e conhecimentos sobre uma organização [...], e define, com base em todos esses fatores, uma imagem”. (p.6).

Para Barich e Srinivasan (1993 apud OLIVEIRA; IKEDA, 2003, p.6), imagem institucional

é a forma com que os indivíduos enxergam a empresa como um todo, incluindo o relacionamento que ela estabelece com a sociedade, sua interação com o meio ambiente, seu envolvimento com questões sociais e os benefícios oferecidos por ela à comunidade, a seus funcionários e aos demais públicos envolvidos.

Quando o público se identifica com uma organização, significa que compartilha de valores comuns percebidos por meio de sua imagem. Desta forma, criam uma atitude favorável que pode influenciar suas decisões. (OLIVEIRA; IKEDA, 2003).

Rocha (2008, p.9), esclarece que “percepção é o processo pelo qual atribuímos valor ao que nossos corpos sentem”. Por ser resultante dos estímulos físicos ou de informações sensoriais captadas pelos órgãos dos sentidos, a percepção forma conceitos ou representações dos objetos, coordenando o sistema de ação. (DE TONI; SCHULER, 2003).

Neste contexto, Oliveira e Ikeda (2003, p.6) afirmam que “a construção da imagem é, portanto, um processo lento que necessita ser monitorado constantemente”.

Diante do exposto, pode-se dizer que as organizações precisam construir e transmitir ao mercado uma imagem institucional focada no seu público alvo, para que o mesmo se identifique com a filosofia da empresa. As ferramentas de comunicação podem auxiliar na construção de uma identidade, que será repassada ao seu ‘cliente’. Todavia, as ações da empresa devem estar de acordo com o que é comunicado ao mercado, para que a imagem seja clara e fortalecida, bem como para que o público alvo seja comprometido, atribuindo valor positivo a mesma.

3 METODOLOGIA

Para a realização de uma pesquisa é necessário nortear a metodologia a ser seguida, bem como expor os meios e métodos convenientes para o alcance dos objetivos propostos.

De acordo com Gil (1991), uma pesquisa, pode ser classificada, quanto aos objetivos, à abordagem e aos procedimentos.

Com relação aos objetivos, a pesquisa realizada tem uma classificação exploratória descritiva. Exploratória porque “permite ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema” (TRIVIÑOS, 1987, p.109), aprimorando idéias ou descobrindo intuições (GIL, 2002).

Conforme enfatiza Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p.63-64) “esse tipo de pesquisa requer um planejamento bastante flexível para possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos de um problema ou de uma situação”. Esse destaque também é reforçado por Gil (2002).

A pesquisa é descritiva porque apresenta características de determinada população ou fenômeno, podendo estabelecer relações entre variáveis. (GIL, 2002; VERGARA, 1997).

Para o desenvolvimento da pesquisa evidenciou-se a necessidade de uma abordagem quanti-quali, ou seja, quantitativa com aportes qualitativos na análise. Marconi e Lakatos (2007) enfatizam que a primeira abordagem emprega quantificação tanto na coleta de dados quanto no tratamento deles, sendo utilizadas técnicas estatísticas e informações numéricas.

A abordagem qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. (MARCONI; LAKATOS, 2007). Godoy (1995) lembra que essa abordagem envolve dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos, e, por isso, não podem ser padronizados nem quantificados.

Quanto aos procedimentos, Gil (2002) define dois grandes grupos de delineamento: o que se vale das fontes de papel e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas. “No primeiro grupo, estão a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. No segundo, estão a pesquisa experimental, a pesquisa *ex-post facto*, o levantamento e o estudo de caso”. (p.43).

Neste sentido, tendo em vista o procedimento de coleta de dados, a pesquisa caracteriza-se como pesquisa bibliográfica, estudo de caso e levantamento.

Pesquisa bibliográfica porque “é desenvolvida com base em material já elaborado” (GIL, 2002, p.44), ou seja, para orientar a análise do artigo efetuou-se, primeiramente, uma

pesquisa bibliográfica, com temas relacionados à administração, ao CRA/SC e à imagem institucional.

Andrade (2003) lembra que a pesquisa bibliográfica revisa a literatura, possibilitando a determinação de objetivos, a construção de hipóteses e a justificativa da escolha do tema.

Enquadra-se como estudo de caso, pois a pesquisa foi realizada com os alunos concluintes, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

De acordo com Roesch (1999, p.197) o estudo de caso “permite o estudo de fenômenos em profundidade dentro de seu contexto”. Para Gil (2002, p.54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento [...]”.

A UFSC foi definida como caso para estudo, tanto pela sua importância como Universidade Federal, pública e gratuita, quanto pelo reconhecimento do seu Curso de Graduação em Administração.

Apesar da UFSC oferecer o Curso de Graduação em Administração, modalidade à distância, o estudo focou exclusivamente a modalidade presencial. Isto se deve ao fato de que a modalidade à distância iniciou no ano de 2006, tendo como duração de curso, quatro anos e meio, ou seja, 9 (nove) semestres, o que impossibilita possíveis formandos no ano de 2009.

Para finalizar os procedimentos, a pesquisa destaca-se como levantamento, pois interroga diretamente as pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. (GIL, 2002). O autor ainda ressalta que neste tipo de procedimento, solicita-se “informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados”. (p.50).

Neste contexto, convém destacar o universo da pesquisa. De acordo com informações repassadas pela Secretaria da Coordenação do Curso de Graduação em Administração, a pesquisa baseou-se numa população estimada de 120 (cento e vinte) formandos. Estimada porque são possíveis formandos, ou seja, a Coordenação não tem como garantir o ano de formatura de cada aluno.

O Curso em questão, na modalidade presencial, é oferecido no período matutino e noturno, com ingresso semestral, desta forma, a cada ano formam-se alunos de 4 (quatro) turmas: 2 (duas) no primeiro semestre (turnos matutino e noturno) e 2 (duas) no segundo semestre (também dos dois períodos). Calcula-se uma média de 30 (trinta) formandos por turma, totalizando 120 formandos.

Para melhorar o trabalho de levantamento de dados, Godoy (1995) sugere que sejam adotadas técnicas como observações, entrevistas, questionários e levantamentos. Nesta pesquisa, entretanto, foi utilizado o questionário como instrumento principal de coleta de dados. Todavia, contatos foram efetuados com a Secretaria da Coordenação do Curso de Graduação em Administração e com o CRA/SC para sanar algumas dúvidas, o que pode ser caracterizado como uma breve entrevista. Além disso, levantaram-se materiais necessários para estruturar a pesquisa bibliográfica.

Conforme ressalta Severino (2008, p.125), o questionário consiste no “conjunto de questões, sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados, com vistas a conhecer a opinião dos mesmos sobre os assuntos em estudo”. O autor ainda frisa que essas questões devem ser claramente formuladas e pertinentes ao objeto de estudo.

Assim sendo, o questionário foi estruturado basicamente com questões fechadas, norteadas pelos objetivos específicos definidos para a pesquisa, e foi finalizado com uma questão aberta, onde os respondentes puderam fazer comentários a respeito do objeto em estudo.

Buscando englobar a população alvo, aplicou-se o questionário no horário de aula, em disciplinas obrigatórias, para as turmas da 8ª (oitava) fase e da 9ª (nona) fase, consideradas fases finais do Curso, nos dois períodos mencionados anteriormente.

De forma ampla, os alunos regularmente matriculados na 9ª fase são considerados possíveis formandos do primeiro semestre de 2009 (2009/1) e aqueles regularmente matriculados na 8ª fase são considerados possíveis formandos do segundo semestre de 2009 (2009/2).

Ao aplicar o questionário destacaram-se dois pontos cruciais de limitações que convém explicar: o índice de alunos ausentes e o índice de alunos que não quiseram participar da pesquisa. Deste modo, a população foi reduzida a uma amostra de 61 possíveis formandos no ano de 2009.

Contudo, para nortear a pesquisa, bem como para atender ao objetivo proposto do artigo, no instrumento de coleta de dados, utilizou-se um questionamento limite, no qual o respondente só poderia continuar a pesquisa, caso já tivesse ouvido falar no CRA/SC.

Dos 61 formandos respondentes, 3 alunos afirmaram que nunca ouviram falar do CRA/SC, assim foram retirados do público alvo e o universo da pesquisa, direcionado à análise dos objetivos específicos deste artigo, passou a ser representado por uma amostra de 58 alunos, possíveis concluintes no ano de 2009.

Para finalizar a metodologia empregada na pesquisa, destaca-se que os dados foram tabulados valendo-se dos recursos do software Excel. Para a análise dos dados foi utilizada a contagem dos mesmos e seus percentuais, bem como o cruzamento de algumas informações.

Por fim, além dos recursos quantitativos, a análise dos dados seguiu a forma estruturada e qualitativa, pois os dados levantados também se basearam nos objetivos pré-estabelecidos, bem como visaram responder o problema proposto.

4 RESULTADOS

Para concretizar os objetivos deste artigo, foi realizado um estudo de caso, com os alunos concluintes, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DO ESTUDO

Antes de caracterizar o local do estudo, convém destacar que todas as informações apresentadas nesta subseção foram coletadas no site do Departamento de Ciências da Administração (CAD) da UFSC, sendo referenciado como: (CAD, 2009).

O Curso de Graduação em Administração da UFSC, modalidade presencial, tem por base o Curso Superior de Administração e Finanças, criado em 1931, como Curso Técnico, e reconhecido somente em 16 de maio de 1944. O Curso era de responsabilidade do Departamento de Administração e Finanças, da antiga Faculdade de Ciências Econômicas de Santa Catarina.

Em 1965, foi aprovado, pela Congregação da Faculdade, o relatório final de criação do Curso de Administração de Empresas e de Administração Pública, sendo que a primeira turma ingressou em 1966 e 09 (nove) acadêmicos colaram grau como bacharéis em Ciências Administrativas em 1969.

Após uma Reforma Universitária, o Departamento de Administração e Finanças passou a denominar-se Departamento de Ciências da Administração, realizando sua primeira reunião em 1971.

Em 1975, o Curso de Graduação em Administração da UFSC foi reconhecido por meio do “Parecer 445, de 05/02/1975, do Conselho Federal de Educação e do Decreto 75.590, de 10/04/1975, da Presidência da República, publicado no D.O.U. de 11/04/1975”.

Sua criação “foi uma resposta ao reclame da economia catarinense, que no início dos anos 60, clamava por mais administradores, para conduzir os seus destinos”.

O Curso de Graduação em Administração da UFSC, “considerado como um dos melhores do País”, habilita o egresso ao exercício da profissão de Administrador, sendo que

o aluno de Administração da UFSC é preparado para ser um profissional criativo, com capacidade empreendedora, capaz de se integrar facilmente aos objetivos de uma organização e coordenar, em qualquer ramo de atividade, as mais importantes estratégias operacionais.

Atualmente, o Curso de Graduação em Administração é de responsabilidade do Departamento de Ciências da Administração, localizado no Centro Socioeconômico (CSE) da Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis.

4.2 ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção tem por base os objetivos específicos assim destacados: (a) verificar o grau de conhecimento dos alunos concluintes, ano 2009, com relação ao CRA/SC; (b) identificar os contatos feitos pelo CRA/SC com o público alvo durante a trajetória acadêmica; (c) verificar o grau de importância do CRA/SC, de acordo com a percepção dos alunos concluintes, ano 2009; e (d) identificar a imagem do CRA/SC percebida pelo público alvo.

Antes de abordá-los, convém apresentar o perfil do público pesquisado. De acordo com a pesquisa, o Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da UFSC, dentre os seus alunos concluintes, ano 2009, é constituído por 49% de alunos do sexo feminino e 51% do sexo masculino, ou seja, percebe-se um equilíbrio quanto ao gênero dos formandos 2009.

Constatou-se que o público alvo, em sua maioria (77%), encontra-se na faixa etária de 21 a 25 anos, seguida pela faixa de 26 a 30 anos (20%). Verificou-se ainda um percentual de 3% de concluintes com idade superior a 36 anos. Não foram identificados alunos concluintes com faixa etária de até 20 anos e de 31 a 35 anos.

Com relação ao estado civil, 89% são solteiros, 8% são casados, 1,5% enquadram-se na categoria de união estável e 1,5% são separados. Não foram identificados alunos concluintes com estado civil de viúvo.

Para nortear a pesquisa, conforme especificado na metodologia, bem como para atender ao objetivo proposto do artigo, no instrumento de coleta de dados, utilizou-se um questionamento limite, no qual o respondente só poderia continuar a pesquisa, caso já tivesse ouvido falar no Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA/SC).

Desse modo, dos 61 formandos respondentes, 3 alunos afirmaram que nunca ouviram falar do CRA/SC. Assim sendo, o universo da pesquisa direcionado aos objetivos específicos deste artigo, teve por base 58 alunos concluintes (95% dos formandos respondentes).

Dos 95% dos alunos concluintes (58 alunos), 83% ouviram falar do CRA/SC na Universidade e 10% ouviram falar por meio de amigos ou palestras, no local de trabalho, na Ação Júnior ou no próprio CRA. 5% ouviram falar por meio da Internet e 2% pela televisão. O rádio e o jornal, como meios de comunicação, não apresentaram índices de respostas.

Com relação ao quesito conhecer, que aborda mais do que ouvir falar, 60% dos alunos concluintes afirmaram conhecer o CRA/SC, no entanto, apenas 57% desses que afirmaram conhecer, sabem onde está localizada a sede do CRA/SC em Florianópolis. Em contrapartida,

dentre os 40% dos formandos que afirmaram não conhecer o Conselho, 35% sabem a localização do CRA/SC em Florianópolis.

Convém deixar claro que, dos formandos respondentes, 60% não sabem onde está localizada a sede do Conselho em Florianópolis.

Dos 60% que afirmaram conhecer o Conselho, 37% conhecem, sabem onde está localizado, porém nunca visitaram. No contexto geral, 97% dos formandos nunca visitaram o CRA/SC e 3% visitaram durante o Curso de Graduação em Administração, sendo que nenhum dos alunos concluintes visitou o CRA/SC antes de iniciar o Curso.

Ainda no quesito conhecer, 71% dos formandos já leram algo sobre o Conselho, contudo, 24% desses alunos que leram, afirmaram não conhecer o CRA/SC.

Com foco no objetivo específico (a), verificar o grau de conhecimento dos alunos concluintes, ano 2009, com relação ao CRA/SC, pode-se dizer que, tratando-se de futuros Administradores, prestes a entrar no mercado de trabalho, os percentuais quanto ao grau de conhecimento do CRA/SC estão de médio para baixo.

Convém deixar claro que, para a análise, considerou-se o percentual de 100 dividido por 3, ou seja, de 100 a 66,7 (alto); de 66,6 a 33,3 (médio); de 33,2 a 0 (baixo).

Embora 60% dos formandos afirmarem conhecer o CRA/SC, somente 40% sabem onde está localizada a sede do CRA/SC em Florianópolis e 3% já visitaram. Verifica-se que há um conhecimento, porém isso se torna superficial quando uma boa parte dos formandos (71%) diz que já leu algo sobre o Conselho, contradizendo com a afirmação de não o conhecerem (24% desses).

Com relação ao objetivo específico (b), identificar os contatos feitos pelo CRA/SC com o público alvo durante a trajetória acadêmica, verificou-se que o Conselho contactou com poucos alunos respondentes durante o Curso de Graduação em Administração, ou seja, um total de 10%, sendo distribuído em: 5% foram contactados por representante do CRA/SC, 3% por email e 2% por outras formas, destacando o patrocínio de um evento por parte do aluno.

Em meio aos alunos concluintes, 90% afirmaram que o Conselho não fez contato durante o Curso.

Tendo como base um contato informal, subentende-se que as palestras promovidas pelo CRA/SC podem ser consideradas como uma forma de contato. Neste sentido, 21% dos formandos indicaram que assistiram palestras promovidas pelo Conselho, sendo que algumas focaram temas relativos à: apresentação do CRA/SC, mercado de trabalho, previdência privada, motivação no trabalho, importância da regulamentação da profissão/o mercado para os futuros Administradores.

No entanto, 83% dos respondentes que assistiram palestras, não reconhecem estas como uma forma de contato, pois disseram que o CRA/SC não fez contato durante o Curso.

Além disso, outra forma de contato, abordada no instrumento de coleta de dados, é o CRA acadêmico, ou seja, informativo do CRA/SC dirigido aos estudantes de Administração. De acordo com a pesquisa, 15% dos formandos conhecem o jornal acadêmico e tiveram contato com este por meio da Universidade ou no próprio CRA/SC, sendo que 78% destes leram o informativo. Contudo, 85% dos alunos concluintes afirmaram não conhecer o referido CRA acadêmico.

Tendo em vista o grande percentual de alunos que desconhecem o informativo, surgiu um questionamento, por parte dos pesquisadores, com relação à forma de divulgação do mesmo. Feito o contato com o CRA/SC, obteve-se a informação de que o CRA acadêmico parou de ser publicado e distribuído no ano de 2006.

Desta forma, verifica-se que o Conselho não se mostrou presente durante a trajetória acadêmica dos futuros Administradores, alunos da UFSC, no que tange o contato direto ou indireto.

Visando abordar o objetivo (c), verificar o grau de importância do CRA/SC, de acordo com a percepção dos alunos concluintes, ano 2009, formulou-se, no instrumento de coleta de dados, o seguinte questionamento: você considera o CRA/SC como um órgão de classe representativo?

Dos formandos respondentes, 5% consideraram sempre, 30% algumas vezes, 36% raramente e 29% nunca.

Com relação à efetiva participação do CRA/SC na atuação profissional dos futuros Administradores, 10% dos alunos concluintes afirmaram que o CRA/SC sempre terá efetiva participação, 22% responderam algumas vezes, 40% indicaram raramente e 28% consideraram que o Conselho nunca terá efetiva participação na sua atuação profissional.

Buscando um maior esclarecimento quanto ao conhecimento dos formandos no que tange a Legislação e o exercício da profissão de Administrador, verificou-se que 79% dos alunos concluintes respondentes não conhecem a Lei n.º 4.769, de 9 de setembro de 1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Administrador. Apenas 21% afirmaram conhecer a referida Lei.

Quanto ao exercício da profissão de Administrador, 57% dos respondentes afirmaram que, quem é formado no Curso de Graduação em Administração já é considerado Administrador. Além disso, 64% dos formandos pesquisados não concordam com a afirmação: só é Administrador, o Bacharel em Administração registrado no CRA.

O não conhecimento da Lei, por parte de um grande percentual de alunos, pode ser relacionado ao desconhecimento quanto ao exercício da profissão de Administrador, todavia não justifica, pois 69% dos formandos salientaram que somente as pessoas registradas no CRA podem exercer legalmente a profissão de Administrador, bem como atuar em quaisquer dos campos privativos dessa profissão.

Neste sentido, entende-se que os alunos concluintes não conhecem a Lei, não sabem exatamente quando um profissional pode ter a alcunha de Administrador, entretanto, sabem que para exercer legalmente a profissão devem ser registrados no Conselho. Assim, pode-se dizer que não relacionam o fato de ser Administrador, ao fato de ser registrado.

Portanto, na percepção dos alunos concluintes, ano 2009, em sua maioria, o CRA/SC é considerado um órgão de classe pouco representativo e com baixa participação no que tange a atuação profissional dos futuros Administradores.

Visto o CRA/SC como um órgão consultivo, orientador, disciplinador e fiscalizador do exercício da profissão de Administrador, denota-se que o Conselho não foca diretamente a classe acadêmica, quando deixa de ser um esclarecedor presente e ativo, norteador os futuros profissionais da área, com base no seguimento das Leis e do Código de Ética, para o correto exercício da profissão.

Tendo como embasamento o conceito de que o “CRA/SC é um órgão consultivo, orientador, disciplinador e fiscalizador do exercício da profissão de Administrador” (CRASC, 2009), o contexto abordado no parágrafo anterior é reforçado quando os alunos concluintes indicam que o CRA/SC, algumas vezes (33%), atua com base nesse conceito. Seguido de: 29% nunca atua com base nesse conceito, 28% atua raramente e 10% sempre atua baseado nesse conceito.

Para finalizar a análise dos dados, destaca-se o objetivo específico (d), identificar a imagem do CRA/SC percebida pelo público alvo. Tendo em vista o que foi mencionado, verifica-se que a maioria dos formandos, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da UFSC, tem uma visão pouca clara do que representa o Conselho da classe.

Pode-se dizer que a imagem do CRA/SC, baseado na citação de Oliveira e Ikeda (2003), destacada na fundamentação teórica, é diretamente afetada pela comunicação efetivada entre o Órgão e a classe acadêmica de futuros Administradores.

Na percepção dos alunos concluintes respondentes, o Conselho é considerado ausente, no que diz respeito o contato com os alunos do Curso de Graduação em Administração; pouco representativo e com baixa participação no que tange a atuação profissional dos Administradores.

De acordo com os formandos, o Órgão é pouco divulgado e ausente durante a trajetória acadêmica, ou seja, falta uma maior integração entre Conselho e estudantes de Administração.

Por fim, os estudantes frisaram o fato de outros profissionais atuarem em campos privativos da profissão de Administrador e destacaram que não percebem a atuação do CRA/SC no fortalecimento e legalidade da profissão.

5 CONCLUSÃO

Uma pesquisa, após a análise dos dados coletados, procura responder a questão-problema, norteadada pelos objetivos estabelecidos. Neste sentido, verifica-se que a grande maioria dos futuros Administradores formados pela UFSC, no ano de 2009, veem o CRA/SC como um Órgão ausente da trajetória acadêmica.

A imagem do Conselho na percepção dos alunos concluintes, ano 2009, do Curso de Graduação em Administração, modalidade presencial, da UFSC, é bastante prejudicada, quando os mesmos destacam que o CRA/SC é um Órgão pouco representativo e com baixa participação no que diz respeito à atuação profissional dos Administradores.

Além disso, tratando-se de futuros profissionais, prestes a entrar no mercado de trabalho, observa-se um considerável índice de desconhecimento por parte dos formandos, com relação ao Conselho, à localização do mesmo, à Legislação e ao exercício da profissão de Administrador.

Diante desse contexto, verifica-se que o CRA/SC não atende, atualmente, as expectativas do seu futuro público alvo, ou seja, futuros Administradores. Se assim podem ser considerados, pois diante de uma imagem mal formada, ou melhor, uma imagem comprometida, de acordo com a percepção dos formandos apresentada na pesquisa, pode-se dizer que os Bacharéis em Administração continuarão a ser Bacharéis, longe de obter um registro no CRA para tornarem-se Administradores.

Torna-se necessário um contato mais direto por parte do Conselho, para que os futuros administradores sejam esclarecidos, com relação à Legislação, ao Código de Ética e ao exercício da profissão. Não basta querer registrar profissionais, visando o cumprimento da Lei, a valorização dos Administradores ou a defesa da sociedade, se parte daqueles que são o público alvo consideram o registro como algo desnecessário para a atuação no mercado.

Portanto, verifica-se que o CRA/SC, e aqui convém destacar que esta ressalva pode ser direcionada aos CRAs de outros Estados, bem como aos Conselhos de outras classes, precisa criar vínculos com os alunos dos Cursos de Graduação em Administração desde as fases iniciais, visando um comprometimento maior por parte dos futuros profissionais, no que tange a conscientização do registro profissional, o correto exercício da profissão, o fortalecimento da classe e, acima de tudo, o aperfeiçoamento da Ciência da Administração, o desenvolvimento das Instituições e da sociedade.

Sugere-se que esta pesquisa seja aplicada em outras Instituições de Ensino Superior e em outros Estados, para que haja uma maior amplitude dos fatos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BERNARDES, C.; MARCONDES, R. C. **Teoria Geral da Administração**: gerenciando organizações. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2006. (4ª tiragem).

BRASIL. Decreto n.º 61.934, de 22 de dezembro de 1967. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 dez. 1967. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D61934.htm>. Acesso em: 11 jul. 2009. Não paginado.

_____. Lei n.º 4.769, de 9 de setembro de 1965. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 13 set. 1965. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L4769.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2009. Não paginado.

_____. Lei n.º 7.321, de 13 de junho de 1985. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 14 jun. 1985. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L7321.htm>>. Acesso em: 11 jul. 2009. Não paginado.

CAD – Departamento de Ciências da Administração. Disponível em: <<http://www.cad.ufsc.br/>>. Acesso em: 29 maio 2009. Não paginado.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CFA – Conselho Federal de Administração. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2009. Não paginado.

COBRA, M.; RIBEIRO, A. **Marketing**: magia e sedução. São Paulo: Cobra, 2000.

CRASC – Conselho Regional de Administração de Santa Catarina. **Administração**: habilitação legal, consciência e valorização profissional. Cd Institucional. Florianópolis: CRA/SC, [2008?]. CD-ROM.

_____. Disponível em: <<http://www.crasc.org.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2009. Não paginado.

_____. **Institucional**. Florianópolis: CRA/SC, [200-?]. Vídeo. Disponível em: <<http://www.crasc.org.br/>>. Acesso em: 11 jul. 2009.

DE TONI, D.; SCHULER, M. Gestão da imagem: desenvolvendo um instrumento para a configuração da imagem de produto. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Curitiba, v. 11, n. 4, p. 131-151, out./dez. 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_718.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2009.

_____. Imagem de Produto e Comportamento do Consumidor: Explorando o Processo de Formação de Imagens. In: Encontro da ANPAD (EnANPAD), 27., 2003, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2003. 16 p. MKT.

DRUCKER, P. F. **A prática da administração de empresas**. Tradução Carlos A. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1981.

FERREIRA, A. A.; REIS, A. C. F.; PEREIRA, M. I. **Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

GHISI, F. A. et al. A evolução do pensamento administrativo: uma reflexão baseada na metodologia dos programas de pesquisa. In: Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ENANGRAD), 15., 2004, Florianópolis. **Anais...** Rio de Janeiro: ANGRAD, 2004. 15 p. TGA.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

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

HAMPTON, D. R. **Administração contemporânea**. Tradução Lauro Santos Blandy; Antonio Cesar Amaru Maximiano. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill; Makron Books, c1983, 1992. Revisada.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1981.

_____. **Introdução à administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006. (3ª tiragem).

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 7. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2007.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. Tradução Cecília Whitaker Bergamini; Roberto Coda. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007. (12ª reimpressão).

OLIVEIRA, T. V. de; IKEDA, A. A. Comunicação, imagem e marketing para causas sociais: um estudo exploratório na empresa O Boticário. In: Seminários em Administração (SEMEAD), 6., 2003, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA; USP, 2003. 12 p. MKT. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/6semead/>>. Acesso em: 26 jun. 2009.

ROCHA, R. A. da. **Estratégias de Marketing**. Florianópolis: UFSC, 2008. (Apostila do Curso de Pós-Graduação em Gestão e Marketing Estratégicos de Negócios).

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2008. (1ª reimpressão).

STONER, J. A. F; FREEMAN, R. E. **Administração**. Tradução Alves Calado. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.