



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO NORTE_CAMPUS ZONA NORTE.

YASMINY ANNYELLY CAMPOS PAULA

**AS DIFICULDADES NA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS FAMILIARES DA
ZONA NORTE DE NATAL: UM ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS DA AVENIDA
GOVERNADOR ANTONIO DE MELO SOUZA.**

NATAL (RN)

2017

YASMINY ANNYELLY CAMPOS PAULA

AS DIFICULDADES NA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS FAMILIARES DA ZONA NORTE DE NATAL: UM ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS DA AVENIDA GOVERNADOR ANTONIO DE MELO SOUZA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de nível médio Técnico Integrado em Comércio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, em cumprimento às exigências legais como requisito parcial à obtenção do título de técnica em comércio.

Orientador: Marilson Donizetti Silvino, M.Sc.

NATAL (RN)

2017

YASMINY ANNYELLY CAMPOS PAULA

**AS DIFICULDADES NA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS FAMILIARES DA
ZONA NORTE DE NATAL: UM ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS DA AVENIDA
GOVERNADOR ANTONIO DE MELO SOUZA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de nível médio Técnico Integrado em Comércio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, em cumprimento às exigências legais como requisito parcial à obtenção do título de técnica em comércio.

Orientador: Marilson Donizetti Silvino, M.Sc.

Trabalho de conclusão de curso apresentado e aprovado em ___/___/___ . Pela seguinte banca examinadora:

Marilson Donizetti Silvino, M. Sc.

Professor Orientador

Karla Angelica Dantas de Lima, M.Sc.

Professor Avaliador

Dedico este TCC a todos que fizeram parte e contribuíram de alguma maneira para a construção do mesmo. Especialmente a meus pais, por todo o apoio e incentivo e a Bruce por sua compreensão e apoio. Obrigado! Sem vocês este trabalho não seria possível.

AGRADECIMENTO

Agradeço, primeiramente a Deus, e a todos que me acompanharam neste processo de TCC, principalmente a minha família e a Bruce. Foi um período difícil e sem vocês eu não teria chegado ao final do curso, e muito menos teria conseguido concluir este trabalho, sou verdadeiramente grata por tê-los em minha vida.

Agradeço também ao meu orientador, Marilson Silvino, por ter tido paciência e me ajudar a escrever este trabalho, por ter me acompanhado ao longo de todo o ano e por ter chegado até aqui comigo.

Agradeço, por fim, ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, e a todos que o compõe, especialmente o coordenador e aos professores que tive ao longo do curso, por me incentivarem a continuar até o final e concluir o curso juntamente com a minha turma original.

RESUMO

Para Loveloc e Wright (2003, apud GOSLING, 2006) a gestão de serviços é o ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra. Dado o exposto este trabalho vem com o intuito de distinguir quais os principais problemas da gestão de serviços dentro do segmento específico das empresas familiares através de um estudo de caso com as empresas da AV. Governador Antônio de Melo e Souza. A motivação do mesmo se deu na constatação da necessidade de um estudo na área, visto que as empresas familiares têm um índice de fechamento relativamente alto em comparação com empresas fora desse segmento e que estudos apontam que a causa se encontra dentro da gestão dessas empresas, além da importância que estas representam para o comércio de Natal, e do Brasil. Após uma pesquisa teórica para fins de embasamento na área estudada, procedeu-se uma pesquisa com empresas familiares de pequeno a médio porte da avenida comercial pesquisada, na zona norte de Natal(RN) de forma metodológica explorando a organização a partir da visão dos gestores a fim de termos ciência dos possíveis problemas da empresa. Os dados obtidos serão coletados através de questionários avaliativos aplicados com os gestores em busca da visão que estes possuem e observação crítica; vale ressaltar que “Uma observação controlada e sistemática se torna um instrumento fidedigno de investigação científica. Ela se concretiza com um planejamento correto do trabalho e preparação prévia do pesquisador/observador” (LÜDKE, 1986 apud GOSLING, 2006). Ao final houve a junção dos dados coletados e a comparação entre eles e as pesquisas realizadas para a identificação dos problemas comuns entre eles, sendo assim, os principais. E através desta pesquisa almejamos identificar os problemas da gestão de serviços das empresas familiares em Natal RN, com o estudo de caso na Avenida Governador Antônio de Melo e Souza.

Palavras-chave: Gestão de serviços, Empresas Familiares, Avenida Comercial.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO.....	9
1.2. JUSTIFICATIVA.....	10
1.3. OBJETIVO.....	11
1.3.1. OBJETIVO GERAL.....	11
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1. EMPRESAS FAMILIARES NO BRASIL.....	12
2.2. GESTÃO DE SERVIÇOS NAS ÁREAS URBANAS POPULARES	13
2.3. RELAÇÕES DE PROBLEMAS COM RESULTADOS ORGANIZACIONAIS	14
3. METODOS.....	15
3.1. TIPO DE PESQUISA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	15
3.2. UNIVERSO DA PESQUISA E AMOSTRA.....	16
3.3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS PARA A PESQUISA.....	17
4. ANÁLISE DOS DADOS E VERIFICAÇÃO DA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS NA AV. GOVERNADOR ANTONIO DE MELO E SOUZA.....	19
4.1. COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS PELA COLETA DOS DADOS.....	19
5. RESULTADOS DA PESQUISA.....	23
6. CONCLUSÃO.....	30
REFERENCIAS	31
 APENDICES.....	33
 APENDICE A.....	33
APENDICE B.....	35
APENDICE C.....	36

1. INTRODUÇÃO

No contexto da atualidade são expostas a todos diversas oportunidades de negócios com o intuito de conseguirem seus subsídios financeiros para arcar com os custos de suas famílias. Muitas pessoas escolhem montar seus próprios negócios e escolhem para compor suas equipes, componentes de sua própria família, por muitas vezes ser mais barato e por ser uma opção viável para empresas de todos os tipos.

De acordo com Gonçalves (2000) o que vai caracterizar uma empresa como familiar forma um conjunto composto por três pontos base:

- a) empresa é propriedade de uma família, detentora da totalidade ou da maioria das ações ou cotas, de forma a ter o seu controle econômico; b) a família tem a gestão da empresa, cabendo a ela a definição dos objetivos, das diretrizes e das grandes políticas; c) finalmente, a família é responsável pela administração do empreendimento, com a participação de um ou mais membros no nível executivo mais alto. (GOLÇAVES, 2000, p. 8)

Podemos inferir que as principais caracterizações de uma empresa familiar são: o corpo gestor ser composto, em sua maioria, de uma mesma família e este mesmo corpo gestor tomar para si as decisões administrativas da empresa.

Historicamente vemos que as empresas familiares existem desde muito tempo no Brasil. Até a década dos anos 50 as empresas familiares obtiveram participação em todos os segmentos empresariais (GONÇALVES, 2000, p. 7), e só a partir de então elas passaram a dividir aos poucos o espaço com multinacionais.

Para o surgimento destas eram considerados dois fatores: o patrimonialismo e o patronato político. Nos dias modernos percebemos que as empresas ainda possuem resquícios de ambas as coisas, agregado a isso temos o surgimento das empresas por oportunidade e por necessidade financeira.

No Brasil a empresa familiar compõe boa parte do setor privado, sendo de fundamental importância no cenário econômico do país.

Estatisticamente, as empresas familiares constituem no país cerca de 90% da economia privada, sendo estes dados de 2016 do IBGE. Vale salientar que tais dados são relacionados a todo o país, e comprovamos assim que esse segmento empresarial é de fundamental importância. Dados pesquisados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) de Santa Catarina. (SEBRAE, 2016).

No Rio Grande do Norte, um dos estados brasileiros, as empresas familiares ocupam cerca de 49% dos pequenos negócios. Sendo um estado voltado para o comércio e turismo, portanto gerando uma parte considerável da renda do mesmo. Dados da agência SEBRAE de notícias. (SEBRAE, 2016)

Todavia os índices de fechamento dessas empresas são alarmantes. Pesquisas apontam que de cada 100% das empresas familiares apenas 30% sobrevivem à primeira sucessão e somente 5% a segunda sucessão. Em Natal o índice de fechamento em 2016 foi de 85%, com mais de 504 empresas fechadas, dados estes retirados do jornal local. (TRIBUNA DO NORTE, 2016)

Tendo em vista este contexto, nota-se que ainda há espaço para estudos neste segmento. E a partir do descrito é possível visualizar a seguinte problemática. Quais os principais problemas nas empresas familiares de Natal? Sendo capital do Rio Grande do Norte.

Este trabalho vem com intuito de pesquisar quais os principais problemas na gestão de serviços, especificamente, dentro das empresas familiares de Natal que podem causar desde problemas simples até estes fechamentos, através de um estudo de caso nas empresas familiares da AV. Governador Antônio de Melo e Souza.

Ressaltamos aqui que serviços podem ser definidos como ações, esforços ou desempenhos, portanto a gestão de serviços vai se inteirar dos referidos, sendo um dos principais responsáveis pela organização da empresa e satisfação do cliente.

Este trabalho está dividido em introdução, desenvolvimento, onde estarão inclusos a contextualização, o objetivo, a justificativa, o referencial teórico e a metodologia; e conclusão onde serão expostos os resultados do trabalho e as considerações finais.

Espera-se que este trabalho possa contribuir no âmbito acadêmico, bem como servir de base/ referência para empresas familiares e, portanto, ajuda-las na profissionalização, por meio da apresentação de um estudo no campo teórico e prático sobre os principais problemas relacionados à gestão de serviços das empresas familiares em Natal, a partir de uma amostra da Avenida Governador Antônio de Melo e Souza.

1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

O presente trabalho se passa em Natal- Rio Grande do Norte. A expansão comercial de Natal ocorreu em 1980, e sua atividade comercial teve de se expandir junto para atender as necessidades da população. A partir da década de 1990 essa expansão ocorreu também na zona norte de natal, onde se localiza a Avenida Governador Antônio de Melo e Souza, devido à descentralização das áreas comerciais daquele período.

A Avenida, conhecida popularmente como Pompéia é uma das mais antigas existentes, visto que sua ocupação se deu ainda na década de 70. No início estas visavam apenas ser um conjunto populacional, porém com o passar dos tempos para atender a carência da população, que pediam lojas na zona norte, essa Avenida se tornou preponderantemente comercial.

De acordo com Costa (2017) essas atividades comerciais neste ponto se caracterizam por um comércio de proximidade física com os clientes, pois atendem as populações dos bairros e localidades vizinhas, a fim de suprir a necessidade destes consumidores e para as empresas conseguirem seus sustentos.

Tendo em vista esse cenário onde as empresas surgiram de um local destinado a habitação de famílias, viu-se a oportunidade de realizar um estudo, visto que os comércios em sua maioria se caracterizam como familiares e são de pequeno a médio porte. E a partir disto este trabalho veio com a proposta de identificar os principais problemas na gestão de serviços das empresas familiares.

1.2. JUSTIFICATIVA

Tal segmento de pesquisa, empresas familiares, foi escolhido devido a ser de fundamental importância para o Brasil, tendo em vista que sua composição histórica desde tempos passados até os tempos atuais tem uma presença marcante ligada a essa parcela de empresas.

Segundo Gersick (1998, apud BELMONTE e FREITAS, 2013) as empresas familiares representam um número considerável de organizações que existem não só no Brasil e sim em todo o mundo, estima-se que entre 65% a 80% das empresas, a nível mundial, se enquadram neste segmento. Podemos ilustrar esses dados por 40% das maiores empresas listadas pela Revista Fortune, conhecida por sempre publicar listas de empresas por faturamento e de grande relevância não só nos Estados Unidos (EUA) (onde surgiu) mas em todo o mundo, serem configuradas como empresas familiares.

No Brasil, como já citado neste trabalho, cerca de 90% das empresas no setor privado são encaixadas no segmento de empresas familiares.

Como pesquisador (a) observa-se que ainda existe determinado espaço para se aprofundar neste tema, e sendo ele de tal relevância, neste trabalho optou-se por fazer um estudo dos problemas das empresas familiares relacionados à gestão de serviços. Exteriorizando este trabalho para que possa ser útil no âmbito acadêmico e para que as empresas que necessitem/ desejarem fazer uso desta pesquisa tenha uma base sobre quais problemas existentes para que então possam se aprofundar e ver a melhor maneira de manejar a sua empresa.

Este trabalho pode contribuir para a área científica e administrativa. Melo, Oliveira e Paiva (2008) realizaram um levantamento dos dados pesquisados sobre as empresas familiares até 2007, e afirmam que:

Explicitam-se duas questões: primeira, que alguns autores têm ampliado suas discussões e realizado pesquisas diferenciadas sobre a temática, enquanto outros são citados pelos mesmos trabalhos; segunda, causa preocupação o fato anteriormente exposto, pois pode dizer do “paroquialíssimo” a que alguns campos da administração – e mesmo dos estudos organizacionais – têm se submetido. Torna-se necessário, portanto,

expandir a pesquisa no país, desde que se respeitem as diferenças regionais e locais, principalmente num país de dimensões continentais como é o Brasil. (MELO, OLIVEIRA E PAIVA, 2008, p. 171)

Com tal afirmação podemos comprovar que pesquisas nesta área são interessantes e de relevância para o meio acadêmico, agregando valor e tornando-se mais uma fonte de pesquisa disponível. Portanto este trabalho pode oferecer uma contribuição nesta parcela visto que aborda um tema associado não só a empresas familiares como também a gestão de serviços, sendo assim pouco visto-explorado por pesquisas acadêmicas.

Após uma análise de possíveis temas e ao observar as informações acima, como pesquisadora viu a oportunidade de juntar uma realidade constante da maioria dos moradores de Natal, que possuem suas próprias empresas ou frequentam empresas neste segmento, com os conhecimentos aprendidos durante o curso médio-técnico de Comércio. E fazer a relação com a matéria de gestão de serviços, pois é uma área com poucos estudos e de extrema importância para a empresa.

1.3. OBJETIVO

1.3.1. OBJETIVO GERAL

A pesquisa tem como objetivo geral “Analisar os principais problemas na gestão de serviços das empresas familiares da AV Antônio de Melo e Souza”.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Diagnosticar os principais problemas nas empresas familiares pesquisadas a partir da coleta de dados;
- b) Verificar, especificamente, a gestão de serviços das empresas;
- c) Comparar os problemas identificados;

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo irá abordar o embasamento científico para o trabalho, levando em consideração as definições, as pesquisas acerca do tema, e toda a parte teórica que for de cabível aqui mencionar. Será subdividido em: empresas familiares, problemas organizacionais em empresas familiares no Brasil, gestão de serviços em organizações nas áreas urbanas populares, relação de problemas com resultados organizacionais, Análise dos dados coletados pela pesquisa, Identificação dos principais problemas nas empresas familiares pesquisadas, verificação, a gestão de serviços das empresas estudadas na Av. Governador Antônio de Melo Souza, relacionamento dos problemas identificados com o desempenho das organizações familiares.

2.1. EMPRESAS FAMILIARES NO BRASIL

As empresas familiares existem desde muito tempo no Brasil, e podemos observar isso ao longo de todo o período histórico. Antigamente as empresas adotavam o referencial do patrimonialismo, onde as parentelas se juntavam geralmente sobre o comando de um senhor, e a empresa passava de pai pra filho, esta tem como a característica a visão da família, o patrimonialismo permitia que a família visse na empresa seu patrimônio pessoal, sem distingui-los e isso deixassem eles mais impulsionados para estarem naquela empresa. (GONÇALVES, 2000, p. 8)

Tal característica acabava tornando os empregados/ familiares mais permissivos, por terem ali seus laços parentais, e traziam para dentro da empresa a informalidade, conseqüentemente a falta de profissionalismo, pois se sabe que uma relação familiar é informal também. Podemos observar que tal fato ainda perdura nos dias atuais nas pequenas empresas familiares.

Com o passar dos anos as empresas familiares vieram a lidar com a globalização, o surgimento da tecnologia e a dependência da mesma, isso fez com que as empresas deixassem um pouco de lado sua visão patrimonialista e buscassem se manter e participar de forma ativa do mercado.

Segundo Braga (2006, apud OLIVEIRA, 2010):

“Dentro de uma perspectiva histórica, é possível notar que a família sofreu inúmeras transformações, dado a influência de aspectos econômicos, sociais, e culturais ao longo dos anos. Esses aspectos propiciaram que um modelo de família até então predominante nos sistemas sociais (patriarcalismo) fosse questionado, cedendo espaço para a emergência de novos arranjos familiares.” (BRAGA, 2006 apud OLIVEIRA, 2010, p. 2)

Com esse cenário as empresas passam a surgir também através de oportunidades observadas. A competitividade passa a abrir novas possibilidades e assim surgem mais oportunidades, as pessoas veem então a possibilidade de abrir o seu próprio negócio e trabalhar de forma autônoma. E assim perduram até os dias atuais.

Sendo assim como já foi mencionado anteriormente, as empresas familiares tornaram-se de grande influência e importância no setor privado, referentes às atividades econômicas brasileiras.

2.2. GESTÃO DE SERVIÇOS NAS ÁREAS URBANAS POPULARES

Serviços podem facilmente serem interpretados como bens. Apesar disso é de extrema importância saber a definição do que são serviços, a fim de obter um ponto de partida para se embasar. De acordo com Hoffman e Bateson (2003) bens podem ser definidos como objetos ou dispositivos, já os serviços podem ser definidos como ações, esforços ou desempenhos.

De acordo com a definição do que é serviço é sabido que a gestão de serviços estuda justamente tal definição. Ela é responsável pelas ações dos funcionários, ela representa um diferencial no mercado e também serve de base para medidas que a empresa deve tomar. Sendo assim a gestão de serviços é muito usada nas áreas urbanas populares pelas empresas.

Guedes (2008) afirma:

“Os serviços possuem uma interatividade maior com os clientes, enquanto os produtos localizam sua interatividade nas empresas. Por sua

proximidade com os clientes, os serviços hoje são considerados os maiores responsáveis pela conquista e fidelização dos clientes.”

Podemos ver que todos os relacionamentos e interatividade da empresa tem influência deste setor, seja em relações entre gestor e funcionários, funcionários e funcionários ou funcionários e clientes. Assim a gestão de serviços em áreas urbanas populares é visível e traz para a empresa uma visão diferenciada e vantajosa, a fim de utilizar isso praticamente.

É importante ressaltar que se tratando de serviços existe a variável “pessoa” esta pode influenciar em algum momento onde o processo está ocorrendo, visto que geralmente o serviço é feito e consumido pelo cliente ao mesmo tempo. De acordo com Zeithaml e Bitner (2003, apud GOSLING, 2006) “A variável “pessoas” abrange todos os agentes humanos que desempenham um papel no processo de execução de um serviço e, nesse sentido, influenciam as percepções do comprador”.

2.3. RELAÇÕES DE PROBLEMAS COM RESULTADOS ORGANIZACIONAIS

Sabemos que uma empresa naturalmente vai possuir problemas ao longo do tempo, e que esses problemas podem afetar os resultados da empresa de alguma maneira alterando-os de forma positiva ou negativa, e cabe ao corpo gestor da empresa observar tais fatores e porque estes estão ocorrendo a fim de melhorar o desempenho da empresa da melhor maneira possível.

3. METODOS

Este capítulo irá conter os métodos utilizados nesta pesquisa, bem como os dados obtidos em campo, o universo da pesquisa e todos os dados pertinentes.

3.1. TIPO DE PESQUISA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

O presente trabalho é de cunho científico. Segundo Alyrio (2009) “a pesquisa científica supõe uma conjunção de teoria e averiguação de fatos particulares.”. Tendo em vista tal conceito há uma análise de dados, a elaboração de uma teoria e em conjunto a pesquisa prática para averiguar a teoria.

Esta pesquisa se enquadra como pesquisa de campo, de acordo com Fontelle (2009)

Pesquisa de campo – Uma pesquisa de campo procura coletar dados que lhe permitam responder aos problemas relacionados a grupos, comunidades ou instituições, com o objetivo de compreender os mais diferentes aspectos de uma determinada realidade, sendo mais frequentemente utilizada pelas áreas das ciências humanas e sociais. (FONTELLES, 2009, p.7)

De acordo com pesquisas realizadas, mesmo sendo predominante no Brasil às empresas familiares possuem um alto índice de fechamento, a partir de tal fato percebemos que grande parte dos problemas giram em torno da gestão dessas empresas, sendo assim expomos neste trabalho especificamente problemas relacionados à gestão de serviços nas empresas familiares.

Esta pesquisa faz a utilização do processo quantitativo. De acordo com Fontelles (2009)

Pesquisa quantitativa – É aquela que trabalha com variáveis expressas sob a forma de dados numéricos e emprega rígidos recursos e técnicas estatísticas para classificá-los e analisá-los, tais como a porcentagem, a

média, o desvio padrão, o coeficiente de correlação e as regressões, entre outros. (FONTELLES, 2009, p. 6)

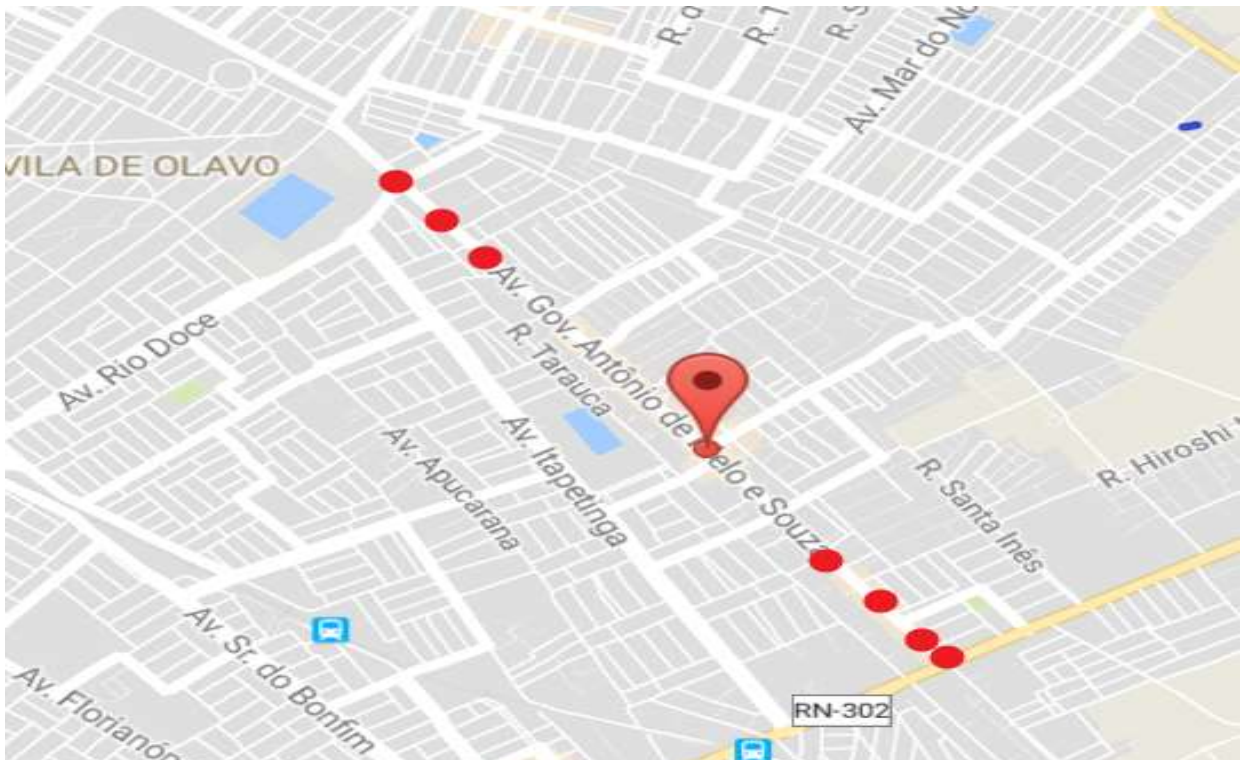
Os gráficos e a porcentagem estarão presentes, assim como tabelas. As tabelas irão conter as respostas obtidas com o questionário.

O questionário foi o método de obtenção de dados considerado o mais propício para este trabalho, sendo acompanhado do fator observação, para que juntos obtenham os resultados de forma clara e concisa.

3.2. UNIVERSO DA PESQUISA E AMOSTRA

A pesquisa foi realizada na Avenida Governador Antônio de Melo e Souza, sendo este o universo da pesquisa.

De acordo com Costa (2017) a quantidade de empresas distribuídas nessa avenida são de 252 empresas ao todo, distribuídas ao longo de toda a avenida.



Sua amostra vai desde a Rua das Flores até a Rua Castelo Branco. Nesta localização foram entrevistadas 50 empresas, cerca de 19,8% das empresas dessa avenida foram entrevistadas e o resultado será exposto no decorrer da pesquisa.



3.3. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS PARA A PESQUISA

Os dados coletados para a pesquisa foram obtidos através de um questionário com cerca de 8 questões, sendo 7 delas objetivas e 1 delas subjetivas. A análise dos dados será feita através de porcentagem e será analisada a partir de gráficos criados com esses dados.

Segundo Parasuraman (1991, apud CHAGAS, 2000) “um questionário é tão somente um conjunto de questões, feito para gerar os dados necessários a uma pesquisa.” Sendo assim não existe um modelo padrão para a criação dos questionários, o que vai existir são recomendações para a criação de um.

Ainda de acordo com Chagas (2000) os componentes necessários para a criação de um questionário são: a identificação do respondente, geralmente posicionado ao final do questionário, a solicitação de cooperação, instruções e

informações solicitadas de acordo com o nível das pessoas que estarão respondendo o questionário.

Em nosso caso, optou-se por fazer uma pesquisa onde os dados não seriam divulgados, ainda assim houve a coleta do nome do entrevistado através de sua assinatura em uma autorização para utilizarmos os dados coletados na pesquisa de campo. Além disso, a linguagem do questionário foi feita de forma simples, onde existe a identificação da pesquisadora e de seu orientador, e logo em seguida as questões enumeradas de 1 a 8.

A porcentagem será feita de forma descritiva, a fim de não haver alteração nos dados coletados. Esta será calculada e apresentada primeiramente em uma tabela e logo após com gráficos.

A questão subjetiva será analisada e comparada com todos os outros questionários e será colocada também em uma tabela apresentando as respostas obtidas.

Outro fator que será utilizado nesta pesquisa é a observação, esta irá ser feita de modo que descreva as impressões e aspectos que não puderam ser observados no questionário. Fontelles (2009) irá descrever como método de observação:

Pesquisa observacional – Neste tipo de estudo, o investigador atua meramente como expectador de fenômenos ou fatos, sem, no entanto, realizar qualquer intervenção que possa interferir no curso natural e/ou no desfecho dos mesmos, embora possa, neste meio tempo, realizar medições, análises e outros procedimentos para coleta de dados. (FONTELLES, 2009, p. 6).

A partir do desenvolvimento destes métodos propostos foi possível realizar a devida análise que possibilitou chegar à conclusão da pesquisa.

4. ANÁLISE DOS DADOS E VERIFICAÇÃO DA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS NA AV. GOVERNADOR ANTONIO DE MELO E SOUZA.

Sabendo da definição da gestão de serviços, a aplicaremos para analisar os dados coletados e assim ter o parâmetro dos problemas relacionados nas empresas familiares da Avenida Governador Antônio de Melo e Souza.

Esta análise será feita de modo descritivo a partir dos dados obtidos e das observações que foram anotadas ao longo do período de pesquisa, vale ressaltar que o nome da empresa e os pesquisados não serão aqui identificados.

Após ser feita a análise dos dados obtidos eles serão comparados para acharmos os problemas que estas empresas possuem em comum umas com as outras, e sendo este resultado os motivos das empresas familiares passarem por dificuldades.

Posteriormente, com essa análise será feita a conclusão deste trabalho, e assim saberemos os resultados que obtivemos e sua influência no meio das empresas familiares.

4.1. COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS PELA COLETA DOS DADOS

QUESTÃO 1

SIM	NÃO
43 EMPRESAS	7 EMPRESAS

A pergunta da questão um dizia: “VOCÊ CONSIDERA ESSA EMPRESA COMO SENDO FAMILIAR?”, esta pergunta se deu para medir o próprio conhecimento do gestor sobre sua empresa. Foi observado que a maior parte dos gestores possuíam conhecimento do que era uma empresa familiar e poucas não sabiam esta definição, essas optaram por marcar “não” no questionário.

QUESTÃO 2

SEMPRE	QUASE SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA	NÃO POSSUI OPINIÃO
--	7 EMPRESA	26 EMPRESA	16 EMPRESA	1 EMPRESA

A pergunta número dois questionava: “VOCÊ CONSIDERA EXISTIR MUITOS PROBLEMAS NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES?”, tal questionamento foi com o objetivo de sabermos a frequência com que ocorriam problemas relacionados ao atendimento ao cliente, visto que este está relacionado com a gestão de serviços de forma direta, a maior parte dos gestores afirmaram que raramente possuíam problemas, a segunda maior quantidade afirmou que nunca tinham problemas com clientes, algumas empresas afirmaram sempre possuir problemas com os clientes, e apenas uma empresa não manifestou a sua opinião.

QUESTÃO 3

SEMPRE	QUASE SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA	NÃO POSSUI OPINIÃO
32 EMPRESA	8 EMPRESA	6 EMPRESA	1 EMPRESA	3 EMPRESA

A questão de número 3 abordava: “VOCÊ CONSIDERA OS MEMBROS DA EMPRESA DISPOSTOS E SATISFEITOS”? “, essa pergunta tinha como objetivo saber sobre a disposição dos funcionários, pois este fator é de extrema importância e afetar diretamente no rendimento do trabalho, e, por conseguinte, nos serviços que este trabalhador presta a empresa e aos clientes. foi possível observar que a maior parte das empresas responderam que sempre estavam dispostas, e a menor parte se dividiu entre as opções propostas.

QUESTÃO 4

SIM	NÃO
49 EMPRESAS	1 EMPRESA

Esta pergunta se referia: “VOCÊ CONSIDERA OS MEMBRO CAPACITADOS PARA O TRABALHO?”, este é outro fator que interfere nos resultados do trabalhador quando ele está prestando um serviço, sendo assim esta foi também acrescentada ao questionário. Nesta parte do questionário as empresas quase que em 100% afirmaram que os membros eram capacitados para o trabalho.

QUESTÃO 5

SEMPRE	QUASE SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA	NÃO POSSUI OPINIÃO
42 EMPRESA	2 EMPRESA	2 EMPRESA	2 EMPRESA	2EMPRESA

A questão de número cinco irá questionar: “VOCÊ CONSIDERA EXISTIR UM RELACIONAMENTO DE COOPERAÇÃO ENTRE OS MEMBROS DA EMPRESA?”, esta pergunta vem com o objetivo de medir o relacionamento interno dos membros da empresa, se estes trabalham em sincronia o trabalho irá sair melhor, porém se existem conflitos o trabalho pode ser afetado negativamente. Novamente a grande maioria afirmaram trabalhar em sincronia.

QUESTÃO 6

SEMPRE	QUASE SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA	NÃO POSSUI OPINIÃO
43 EMPRESA	5 EMPRESA	1EMPRESA	EMPRESA	1 EMPRESA

A questão seis trata: “OS CLIENTES DEMONSTRAM SATISFAÇÃO AO FREQUENTAR A EMPRESA?”, um claro modo de medição se os serviços estão sendo agradáveis é o retorno dos clientes, isso mostra sua satisfação e os fazem desejar voltar para aquela empresa. Neste questionamento a maioria das empresas responderam que os seus clientes eram satisfeitos e retornavam.

QUESTÃO 7

SEMPRE	QUASE SEMPRE	RARAMENTE	NUNCA	NÃO POSSUI OPINIÃO
37 EMPRESA	9EMPRESA	3 EMPRESA	EMPRESA	1EMPRESA

Sendo a última questão objetiva esta dizia: “VOCÊ CONSIDERA A EMPRESA ORGANIZADA?”, este questionamento tinha o objetivo de medir a organização das empresas, uma empresa organizada pode ofertar um melhor serviço aos seus clientes. Grande parte das empresas afirmaram que a empresa era organizada.

Por fim o questionário continha uma questão objetiva:

“QUAIS OS PROBLEMAS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS EVIDENTES?”, esta pergunta foi a que obtivemos mais dificuldades, visto que a maior parte das empresas optaram por não responder o questionamento, 28 empresas.

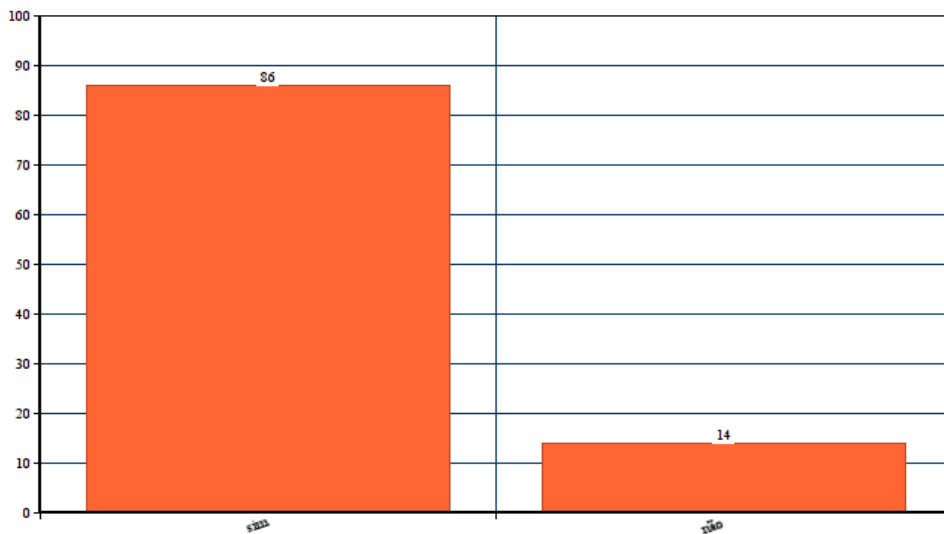
A falta de informatização da empresa dificultando o atendimento	2 empresa
Culpa do governo que não oferece auxílio, afetando no rendimento da empresa	4 empresa
Falta de conhecimento sobre o preço	2 empresa
A demora em abrir após o horário de almoço, afetando os clientes negativamente	1 empresa
Um mau atendimento ao cliente	7 empresa
Falta de higiene dos produtos	1 empresa
Falta de atenção dos funcionários	1 empresa
Ampliar a empresa para atender melhor aos clientes	4 empresa

Esses resultados acima foram das empresas que optaram por responder, e a maior parte considerou como problema o atendimento aos clientes.

5. RESULTADOS DA PESQUISA

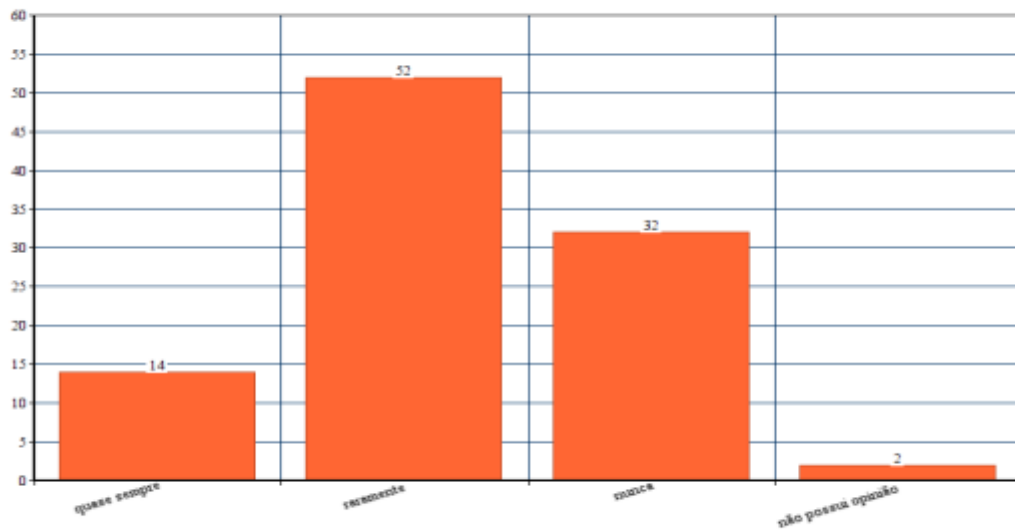
De acordo com a pesquisa, na questão de número um, “VOCÊ CONSIDERA ESSA EMPRESA COMO SENDO FAMILIAR?”, como mostra o gráfico abaixo, podemos perceber que 86% das empresas pesquisadas são familiares, e somente 14% se declaram não familiares.

GRÁFICO DA QUESTÃO 1:



Já na questão de número dois, “VOCÊ CONSIDERA EXISTIR MUITOS PROBLEMAS NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES?”, podemos observar que a maioria das empresas declarou que raramente possuíam problemas no atendimento aos clientes, 52%, enquanto 14% declararam possuir problemas quase sempre, 32% declararam nunca possuir problemas, e 2% não deram sua opinião. Isso demonstra que a maioria das empresas não possuem conflitos com o atendimento aos seus clientes e assim podem oferecer um bom serviço a eles, porém algumas empresas ainda oferecem um mau atendimento correndo assim riscos de prejudicar suas empresas. De acordo com a EMBRAPA “A imagem de uma empresa é a percepção que os clientes têm da organização como um todo. E, para que a imagem seja positiva, é fundamental atender ao cliente da melhor forma possível.”

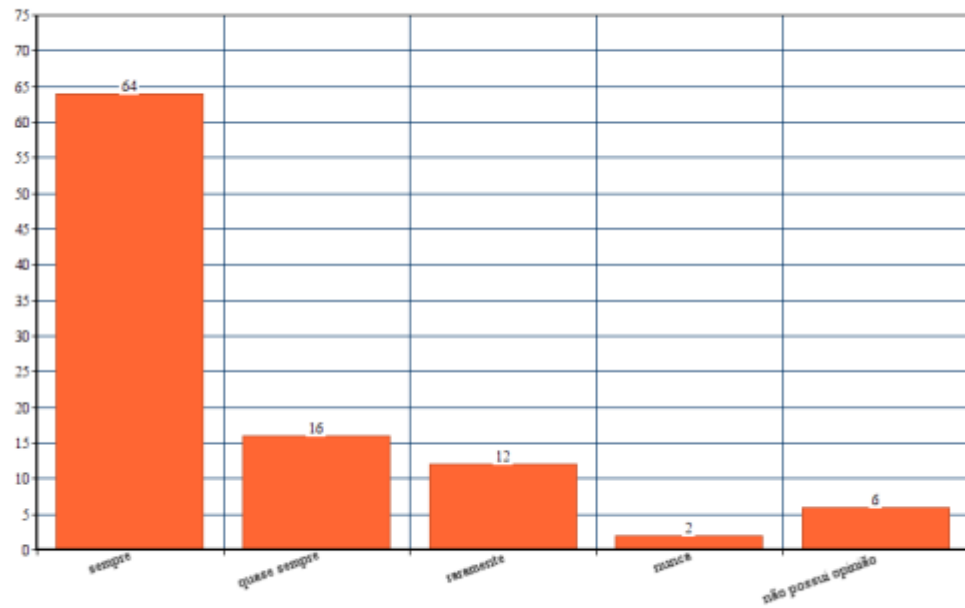
GRÁFICO DA QUESTÃO 2:



Na pergunta de número três, “VOCÊ CONSIDERA OS MEMBROS DA EMPRESA DISPOSTOS E SATISFEITOS?”, 64% das empresas disseram sempre estarem dispostos e satisfeitos em seus trabalhos, 16% afirmaram estar quase sempre satisfeitos e dispostos, 12% dessas empresas afirmaram estar dispostos raramente, 2% dessas empresas nunca estão dispostos, e 6% não obtiveram opinião. Novamente a maioria das empresas afirmaram serem satisfeitas, porém parte dessa amostra se dividiu em quase sempre, raramente e nunca, outro fator que pode colocar a empresa em risco Para Junior (2009):

O ser humano motivado apresenta maior comprometimento com a organização onde trabalha. Da compreensão dos fatores que determinam o processo de motivação das pessoas depende a eficácia das instituições; do entendimento da dinâmica motivacional que rege seus colaboradores surge à oportunidade de as organizações intervirem – de forma objetiva – no processo de gestão de pessoas, alinhando os desempenhos individuais aos objetivos organizacionais. (JUNIOR, 2009, p. 6)

GRÁFICO DA QUESTÃO 3:

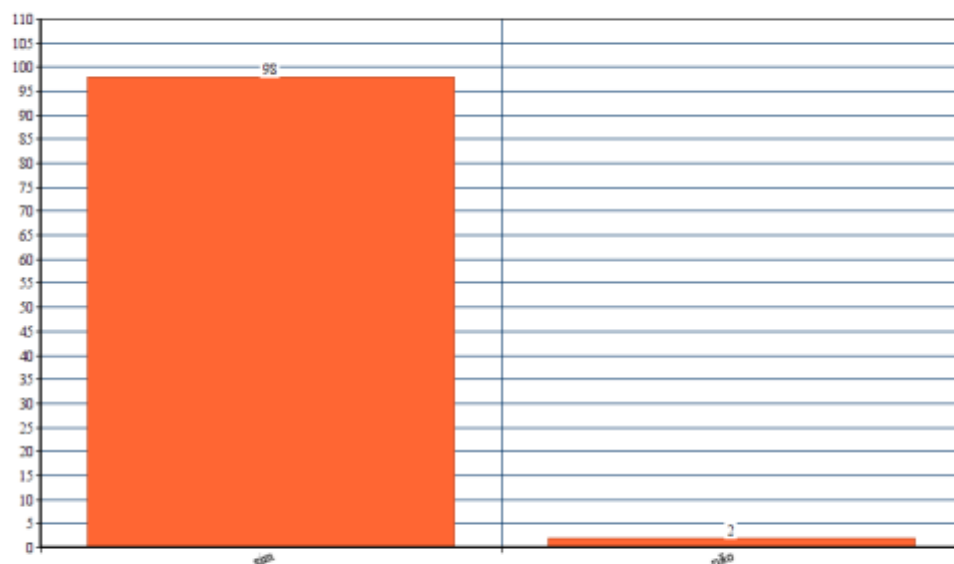


Na questão de número 4 foi perguntado: “VOCÊ CONSIDERA OS MEMBRO CAPACITADOS PARA O TRABALHO?”, 98% das empresas responderam que sim e apenas 2% responderam que não.

De acordo com Sena (2008):

A capacitação não só dá condições para o exercício de determinadas profissões como também objetiva preparar para o mundo do trabalho, oferecendo a oportunidade de uma melhor adaptação ao mercado competitivo, uma vez que a pessoa deverá estar pronta, com hábitos e atitudes condizentes às exigências desse mercado. (SENA, 2008, p.1)

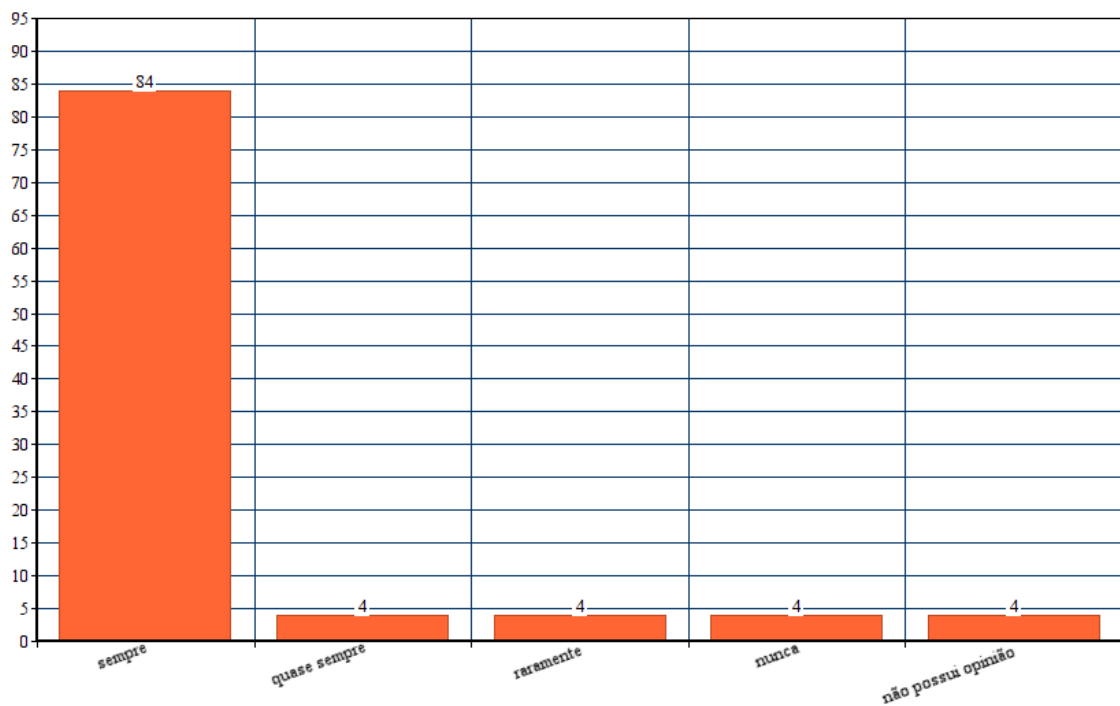
GRÁFICO DA QUESTÃO 4:



A questão de número 5 foi perguntado: “VOCÊ CONSIDERA EXISTIR UM RELACIONAMENTO DE COOPERAÇÃO ENTRE OS MEMBROS DA EMPRESA?”, 84% das empresas responderam que sim, 4% responderam que quase sempre, 4% responderam que raramente, 4% afirmaram nunca cooperar, 4 % declararam não possuir opinião. A maioria das empresas afirmaram possuir um bom relacionamento com os outros componentes.

De acordo com Friend e Cook (1990, apud CAVALCANTE, 1998) a colaboração é como "um estilo de interação entre, no mínimo, dois parceiros equivalentes, engajados num processo conjunto de tomada de decisão, trabalhando em direção a um objetivo comum.”

GRÁFICO DA QUESTÃO 5:



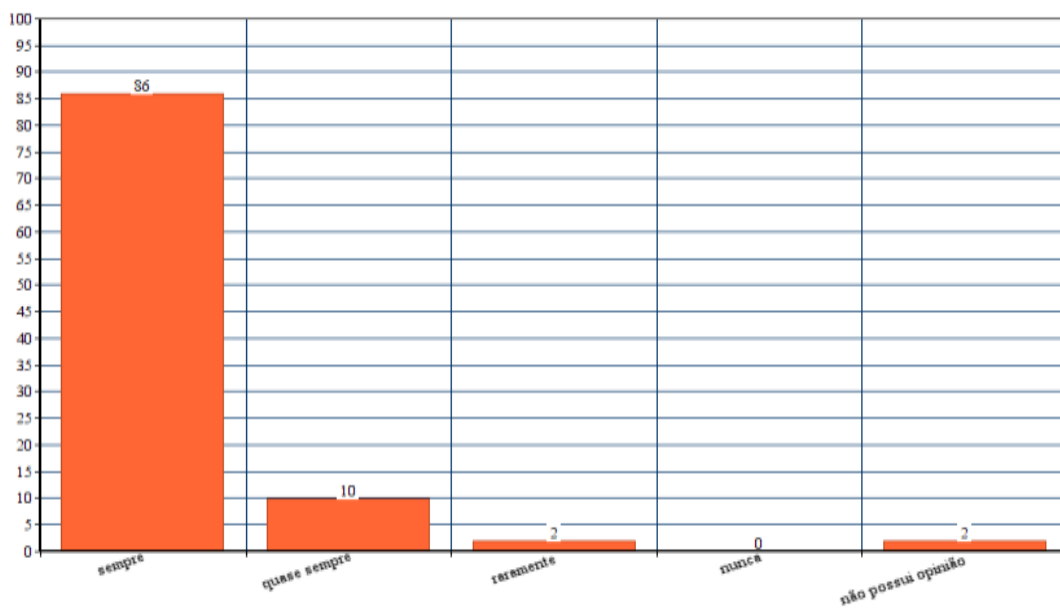
A pergunta de número seis dizia: “OS CLIENTES DEMONSTRAM SATISFAÇÃO AO FREQUENTAR A EMPRESA?”, 86% das empresas disseram que os clientes sentiam satisfação ao frequentar a empresa, 10% afirmaram que os clientes quase sempre sentiam essa satisfação, 2% afirmaram que os clientes raramente sentiam satisfação, 2% afirmaram não possuir opinião e 0% afirmaram que o cliente nunca sentia satisfação.

Este questionamento tem sua importância pelo fato de que se um cliente está satisfeito com os serviços oferecidos ele retorna a empresa que considera a partir disso ser boa. Para este ocorrido no ramo de comércio se dá o nome de fidelização ao cliente.

Moutella (2004) vai afirmar:

“Clientes fiéis são muito mais propensos a comprar através de mais de um canal (telefone, loja, internet, etc.) e tendem a consumir mais. E quanto mais fiéis, maior a vida útil da carteira de clientes da empresa, menor o custo de recuperação de clientes e maior valor financeiro agregado à marca.” (MOUTELLA, 2004, p. 5)

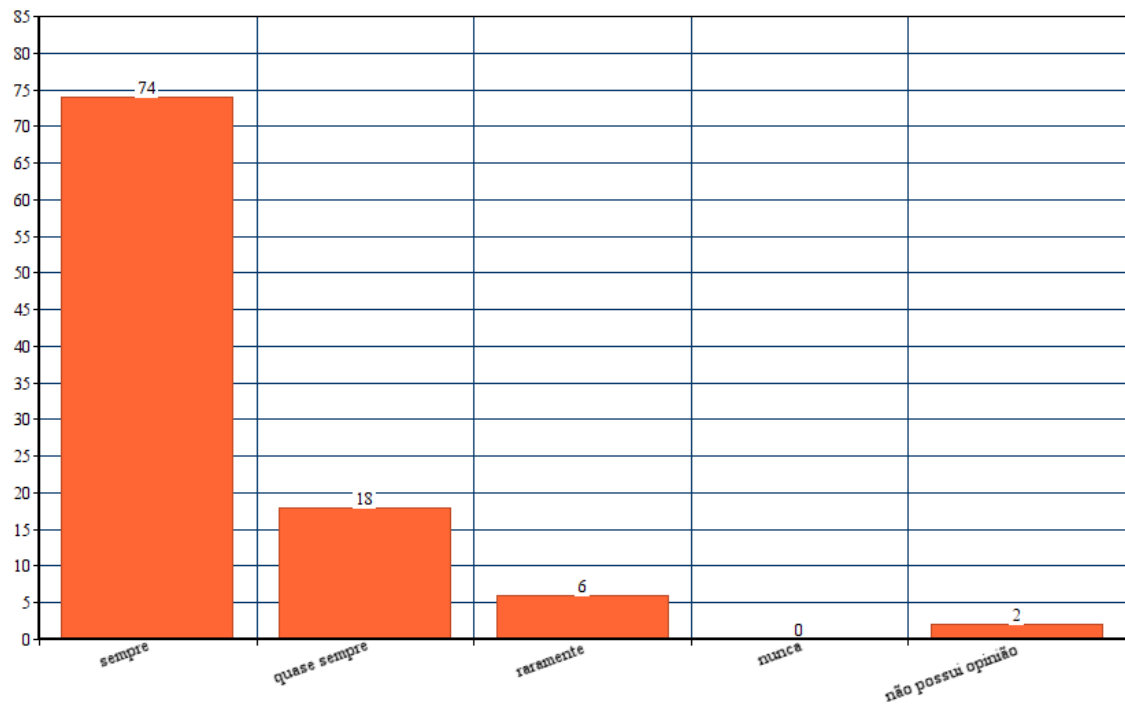
GRÁFICO DA QUESTÃO 6:



Na questão de número 7 foi proposto: “VOCÊ CONSIDERA A EMPRESA ORGANIZADA?”, 74% das empresas afirmaram que sempre mantinham a empresa organizada, 18% disseram que quase sempre isto ocorria, 6% afirmaram que deixavam a empresa organizada raramente, 2% afirmaram que não possuíam opinião e 0% afirmaram nunca deixarem a empresa organizada.

Esta pergunta tem importância pela visão estética do ambiente contar muito, além de que a organização como um todo ajuda de forma significativa a empresa a oferecer um serviço de qualidade aos seus clientes.

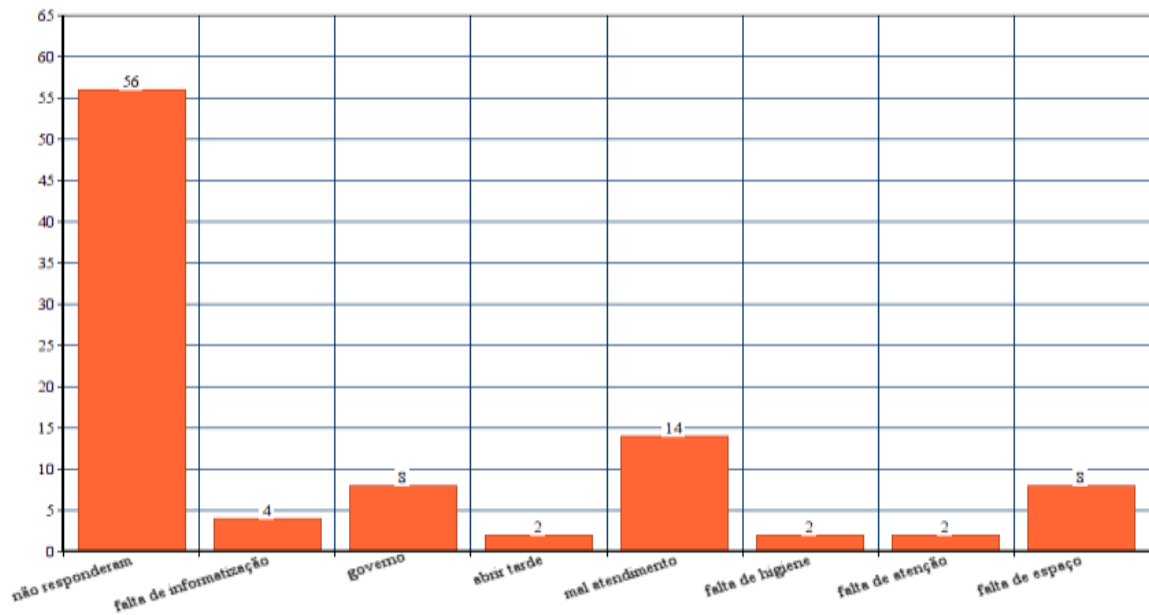
GRÁFICO DA QUESTÃO 7:



Na última questão a subjetiva, “QUAIS OS PROBLEMAS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS EVIDENTES?”, obtivemos dificuldades, 56% das empresas optaram por não responder o questionamento, 4% das empresas disseram que seu problema era a falta de informatização da empresa, 8% das empresas disseram que a culpa de não terem bons serviços era da falta de auxílio do governo, 2% das empresas disseram que a demora em abrir após o horário de almoço era o fator que deixava o serviço comprometido para com os clientes, 14% das empresas disseram que era o mau atendimento que influenciava deixando o serviço ruim, 2% disseram ser a falta de higiene, 2% disseram ser a falta de atenção dos funcionários, 8% afirmaram ser a falta de espaço que compromete o serviço.

Tal questionamento foi proposto para oferecer a liberdade de o próprio gestor divulgar os principais problemas que ele acha pertinente e passível de mudança urgente.

GRÁFICO DA QUESTÃO 8:



De acordo com os dados observados os principais problemas encontrados foram: o atendimento ao cliente, a falta de disposição dos funcionários para o trabalho, organização, falta de espaço e de informatização.

6. CONCLUSÃO

O texto finalizado fez um estudo a fim de encontrar os principais problemas na gestão de serviços das empresas familiares a partir do estudo na Avenida Governador Antônio de Melo e Souza, servindo para reflexões importantes acerca do tema e como embasamento de futuros estudos neste segmento.

De acordo com o processo metodológico aqui descrito, podemos observar que os dados foram coletados de maneira imparcial e, portanto, de forma confiável para o estudo, bem como serviu para atestar os principais problemas identificados nas empresas familiares e em que contexto estão inseridos.

Com a análise dos dados encontrados, podemos inferir que os principais problemas na gestão de serviços das empresas familiares são: o atendimento deficitário ao cliente, fazendo com que no âmbito de serviços isso prejudique de forma notória as empresas, a falta de disposição dos funcionários para o trabalho, o que afeta todo o funcionamento interno da empresa que acaba sendo externado aos cliente de forma pejorativa, a falta de organização, o que abrange desde a organização estética até a organização interna das empresas, e a falta de espaço e de informatização, o que acaba prejudicando o oferecimento de serviços de qualidade aos clientes.

A partir de tais dados futuras empresas podem se basear nesta pesquisa acadêmica e fazer uma análise de como evitar tais problemas, fazendo com que sua empresa flua e evolua com os meios propícios e adaptados para ela.

REFERÊNCIAS

AGENCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, Empresas familiares representam 49% dos pequenos negócios do RN. Disponível em < <http://www.rn.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/RN/empresas-familiares-representam-49-dos-pequenos-negocios,55993af09ecd6510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 27 nov 2017.

BELMONTE, Victor Antonio Barros; FREITAS, Wesley Ricardo.de Souza **Empresas familiares e a profissionalização da gestão: estudo de casos em empresas paulistas**. Santa Maria: Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, v. 6, n. 1, 2013.

CAVALCANTE, Roseli Schultz Chiovitti. **Colaboração entre pais e escola: educação abrangente**. Rio de Janeiro: Psicologia escolar e Educacional, v. 2, n. 2, p. 153-160, 1998.

CHAGAS, Anivaldo Tadeu Roston. **O questionário na pesquisa científica**. São Paulo: Administração on line, v. 1, n. 1, 2000.

COSTA, Soneide Moura da. **A atividade comercial nas ruas Pompeia, Chegança e Boa Sorte no contexto da produção do espaço urbano da Zona Norte de Natal/RN-Brasil**. Natal: Ufrn, 2017. Dissertação de Mestrado. Brasil.

CRIAÇÃO DE GRÁFICOS. disponível em < https://www.onlinecharttool.com/graph?selected_graph=bar> , acesso em: 02 dez 2017.

DONNELLEY, Robert G. **A empresa familiar**. São Paulo: Revista de administração de empresas, v. 7, n. 23, p. 161-198, 1967.

FOLHA DE LONDRINA, No Brasil, 90% das empresas são familiares. Disponível em < <http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10410>> Acesso em: 27/11/2017.

FONTELLES, Mauro José et al. **Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa**. Curitiba: Revista Paraense de Medicina, v. 23, n. 3, p. 1-8, 2009.

GONÇALVES, José Sérgio Rocha de Castro. **As empresas familiares no Brasil**. São Paulo: RAE-Revista de Administração de Empresas, p. 7-12.

GOSLING, Marlusa; SOUZA, Bruno BP; ARAÚJO, Gilberto CD. **Dimensões da qualidade de serviços, satisfação e lealdade: um modelo teórico**. Rio de Janeiro: Encontro nacional de engenharia de produção, v. 26, 2006.

GUEDES, Ronaldo, Gestão de serviços. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/gestao-de-servicos/25637/>> acesso em: 29-11-2017

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John EG. **Princípios de marketing de serviços**. Rio de Janeiro: Pioneira Thompson Learning, 2003.

JÚNIOR, Paulo Elias Bedran; OLIVEIRA, JLC de. **Motivação no trabalho: avaliando o ambiente organizacional**. In: V Congresso Nacional de Excelência em Gestão: Gestão do Conhecimento para a Sustentabilidade. Rio de Janeiro: Brasil. 2009. p. 2-4.

MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; OLIVEIRA, Michelle Cristina de Souza Mendes de; PAIVA, Kely César. Martins de. **Produção científica brasileira sobre empresa familiar-um meta estudo de artigos publicados em anais de eventos da ANPAD no período de 1997-2007**. São Paulo: RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, n. 6, 2008.

MOUTELLA, Cristina. **Fidelização de clientes como diferencial competitivo**. Agosto de, 2004. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Fidelização%20de%20clientes%20como%20diferencial%20competitivo.htm>>, Acessado em 20 out 2017.

OLIVEIRA, Maria de Lourdes Souza; MAFRA, Flavia Luciana Naves. **Novos Arranjos Familiares e a Empresa Familiar: Um Debate Teórico**. Florianópolis: Eneo Anpad, 2010.

SENA, Elaine Cristina. **Capacitação profissional**. DERDIC/PUCSP, Disponível em:< <http://www.entreamigos.com.br/textos/trabalho/capacitacao.htm>> Acesso em, v. 6, 2008.

SULZBACH, A. et al. **Atendimento ao cliente**. Embrapa Uva e Vinho-Folderes/Folhetos/Cartilhas (INFOTECA-E). Disponível em < <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/biblioteca>>, acessado em 02 dez 2017.

TRIBUNA DO NORTE, Fechamento de empresas cresce 85% em 2016. Disponível em: < <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/fechamento-de-empresas-cresce-85-em-2016/342973>> Acesso em: 27/11/2017

APENDICES

APENDICE A

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE_CAMPUS ZONA NORTE

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS NA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS EMPRESAS FAMILIARES NA ZONA NORTE DE NATAL:UM ESTUDO NA AV. GOVERNADOR ANTONIO DE MELO E SOUZA.

PESQUISADOR (A): Yasminy Annyelly Campos Paula

ORIENTADOR (A): Marilson Silvino

QUESTIONÁRIO

NOME DA EMPRESA: _____

RAMO DE ATUAÇÃO: _____

1-VOCÊ CONSIDERA ESSA EMPRESA COMO SENDO FAMILIAR?

SIM NÃO

2-VOCÊ CONSIDERA EXISTIR MUITOS PROBLEMAS NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES?

SEMPRE QUASE SEMPRE RARAMENTE NUNCA NÃO TENHO OPINIÃO

3- VOCÊ CONSIDERA OS MEMBROS DA EMPRESA DISPOSTOS E SATISFEITOS ?

SEMPRE QUASE SEMPRE RARAMENTE NUNCA NÃO TENHO OPINIÃO

4-VOCÊ CONSIDERA OS MEMBRO CAPACITADOS PARA O TRABALHO?

SIM NÃO

5- VOCÊ CONSIDERA EXISTIR UM RELACIONAMENTO DE COOPERAÇÃO ENTRE OS MEMBROS DA EMPRESA?

() SEMPRE () QUASE SEMPRE () RARAMENTE () NUNCA () NÃO TENHO OPINIÃO

6- OS CLIENTES DEMONSTRAM SATISFAÇÃO AO FREQUENTAR A EMPRESA?

() SEMPRE () QUASE SEMPRE () RARAMENTE () NUNCA () NÃO TENHO OPINIÃO

7- VOCÊ CONSIDERA A EMPRESA ORGANIZADA?

() SEMPRE () QUASE SEMPRE () RARAMENTE () NUNCA () NÃO TENHO OPINIÃO

8- QUAIS OS PROBLEMAS QUE VOCÊ CONSIDERA MAIS EVIDENTES?

OBSERVAÇÕES:

APENDICE B

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE_CAMPUS ZONA NORTE.

PESQUISADORA: YASMINY ANNYELLY CAMPOS PAULA

ORIENTADOR: Mrs. MARILSON SILVINO

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS NA GESTÃO DE SERVIÇOS DAS
EMPRESAS FAMILIARES NA ZONA NORTE DE NATAL:
UM ESTUDO NA AV. GOVERNADOR ANTONIO DE MELO E SOUZA.**

O Sr.(a)._____, autoriza o uso destes dados na pesquisa, sob condições que será utilizado somente para fins acadêmicos, sem a identificação da empresa no trabalho mencionado.

NATAL(RN)

2017

