

## A ESTRATÉGIA DA PROATIVIDADE E O DESEMPENHO: UM ESTUDO REALIZADO JUNTO A TAXISTAS

LUIZ EDUARDO MASCARENHAS<sup>1</sup>; ELVIS SILVEIRA-MARTINS<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – [mascarenha9@gmail.com](mailto:mascarenha9@gmail.com)*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel – [elvis.professor@gmail.com](mailto:elvis.professor@gmail.com)*

### 1. INTRODUÇÃO

As agendas de pesquisas de estudiosos das mais diferentes áreas das ciências sociais são povoadas por pesquisas que objetivam identificar quais são os pressupostos dos desempenhos organizacionais. Tais pesquisas direcionam-se aos mais diferentes segmentos empresariais, indiscriminado o tamanho, estrutura, tipo, dentre outros aspectos, destas empresas.

Neste sentido, observou-se uma carência em estudos direcionados aos concessionários de táxi. Embora este tipo de negócio atue sob a ótica de um único profissional, por muitas vezes este terceiriza a atividade para que outros possam manter o veículo circulando diuturnamente. Ademais, muitas concessionárias direcionam suas atividades a um único segmento de clientes.

Quando analisado pela ótica da concessão pode-se comparar a mesma com o alvará de funcionamento exigido pelas Prefeituras Municipais a todas as empresas, logo, o táxi é análogo a qualquer outro tipo de empresa, residindo neste aspecto a necessidade de estudos direcionados a este segmento.

Seguindo este raciocínio MILLER (1983) destaca que a organização empreendedora entre outras características deverá ser proativa. Por esta característica entende-se a disposição de incrementar novas ideias e serviços para estar a frente dos concorrentes. Em complemento WINCENT; THORGREN; ANOKHIN (2014) destacam que a proatividade corresponde a busca de oportunidades, voltando-se as necessidades de futuro. Desta maneira este perfil procura dar o *start* em novos produtos e/ou serviços atuando de maneira antecipada a demanda.

De maneira análoga MILES; SNOW (1978) conceituam o comportamento prospector com este perfil. Segundo SILVEIRA-MARTINS et al. (2014) os prospectores têm como característica a contínua busca por oportunidades de mercado, respondendo regularmente às tendências emergentes do meio ambiente.

Diante deste contexto objetiva-se com a presente pesquisa correlacionar o comportamento proativo do concessionário de táxi (taxista) com o desempenho percebido pelo mesmo.

Assim, o presente trabalho está estruturado, além desta introdução, com a seção de metodologia, resultado e discussão dos dados, conclusões e referências bibliográficas que serão apresentados na sequência.

### 2. METODOLOGIA

O desenvolvimento da pesquisa amparou-se na tipo quantitativo e na técnica de coleta de dados *survey*. O universo de dados é constituído por 336 concessionários de táxis (taxistas) do município de Pelotas-RS, no entanto, a coleta de dados valeu-se da amostra por conveniência de 102 localizados em diferentes regiões.

A coleta de dados foi realizada *in loco* com os taxistas utilizando-se de formulário. Este instrumento foi elaborado com base no estudo de MILLER (1983), ajustado a objeto de pesquisa. Dentre as questões sobre proatividade foi selecionado enunciado que entendeu-se atender o objetivo da presente pesquisa. Neste sentido foi apresentou-se aos taxistas, sobre este construto, a seguinte afirmação ‘Em geral, tenho forte tendência para estar a frente de outros concorrentes na introdução de novas ideias e serviços’. Os mesmos deveriam apontar em uma escala de 1 a 6 o quanto esta afirmação correspondia a sua realidade, sendo 1 pouca proximidade e 6 o oposto.

Já para a coleta de dados referente ao desempenho, questionou-se os taxistas o quanto estavam satisfeitos com o faturamento mensal. Para tanto os mesmos deveriam indicar em uma escala de 1 a 6, onde 1 representava pouca satisfação e 6 muita, qual o indicador que representava o seu cenário.

Após a coleta, os dados foram tabulados no software Excel®, versão 2007. Para tratamento dos dados optou-se pelo pacote estatístico *PASW Statistics*, versão 18. Primeiramente foi analisada a normalidade, ou não, dos dados através da equação de Kolmogorov-Smirnov, com a correção de significância de Lilliefors, conforme recomendação de FÁVERO et al. (2009). Para tanto, foi utilizada a seguinte equação:

$$D_{cal} = \max \left\{ \left| F_{esp}(X_i) - F_{obs}(X_i) \right| : \left| F_{esp}(X_i) - F_{obs}(X_{i-1}) \right| \right\}, \text{ para } i=1, \dots, n$$

$F_{esp}^{(i)}$  = frequência relativa acumulada esperada na categoria i

$F_{obs}^{(i)}$  = frequência relativa acumulada observada na categoria i

$F_{obs}^{(i-1)}$  = frequência relativa acumulada observada na categoria i-1

$F_{obs}$

Posteriormente optou-se pela realização da correlação de *Spearman* ( $\rho$ ) para verificar a associação entre as variáveis proatividade e desempenho dos taxistas.

De acordo com Hair et al. (2009) esta técnica é adequada para dados ordenados, realizando correlações baseadas nas classificações reais e previstas. O coeficiente de *Spearman* varia entre -1 e 1. Quanto mais próximo estiver destes extremos, maior será a associação entre as variáveis. O sinal negativo da correlação significa que as variáveis variam em sentido contrário, isto é, as categorias mais elevadas de uma variável estão correlacionadas a categorias mais baixas da outra variável. O coeficiente é calculado pela expressão:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{(n^3 - n)}$$

Assim, na sequência serão apresentados os resultados encontrados, bem como, a discussão teórica realizada sobre os mesmos.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em um primeiro momento procedeu-se o teste de normalidade dos dados. Como já registrado realizou-se o teste de Kolmogorov-Smirnov, sendo que os dados resultantes deste procedimento podem ser observados na Tabela 1.

**Tabela 1** – Teste de Kolmogorov-Smirnov

<b>Variáveis</b>	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>		
	<b>Estatística</b>	<b>DF</b>	<b>Significância</b>
Proatividade	0,263	102	0,000
Desempenho	0,301	102	0,000

a. Lilliefors Significance Correction

Com base nos resultados pode-se observar que os resultados da estatística de Kolmogorov-Smirnov para proatividade e desempenho é 0,263 e 0,301, respectivamente. Os valores de *p-value* para as duas variáveis são 0,000, logo o *p* < 0,05, nos dois casos, levando a confirmar a hipótese nula, aponta para uma distribuição de dados não é normal.

Tendo em vista que os dados não apresentam normalidade, optou-se pela realização da correlação de Spearman's para verificar se existe associação entre a proatividade dos taxistas e o desempenho das suas atividades. Os resultados deste procedimento podem ser observados na Tabela 2.

**Tabela 2** – Correlação de Spearman's

<b>Variáveis</b>	<b>Spearman's rho</b>		
	<b>Coeficiente de Correlação</b>	<b>Significância</b>	<b>N</b>
Proatividade e Desempenho	0,249*	0,012	102

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Os resultados identificados apontam para a relação positiva entre o desenvolvimento de práticas proativas e o desempenho da gestão dos táxis, em específico com o faturamento. A relação é considerada por BARBETTA (2003) como sendo positiva fraca (0,249), sendo significante ( $0,012 < 0,05$ ).

Embora o pensamento de MILLER (1983) tenha sido mais abrangente, estes resultados apresentam-se convergindo com o seu pensamento. Não obstante, verifica-se que o estudo de Silveira-Martins (2012) também identificou relação positiva entre o comportamento prospecto, conforme definição de MILES; SNOW (1978), e o desempenho. Desta maneira, acredita-se que os resultados aqui encontrados possuam suporte na literatura especializada.

Após esta contextualização, a seguir serão apresentadas as conclusões obtidas a partir da pesquisa.

#### 4. CONCLUSÕES

Objetivou-se com a presente pesquisa correlacionar o comportamento proativo do taxista com o desempenho aferido, conforme a percepção, pelo mesmo. Os resultados apontaram para uma associação positiva, e significante, entre as práticas proativas e o desempenho.

Desta maneira, acredita-se que o empenho dos concessionários de táxi de Pelotas em formular estratégias com foco na proatividade, ou seja, antecipação das demandas dos clientes, irá resultar em vantagem competitiva para o mesmo, posicionando-o a frente dos demais concorrentes e, por conseguinte, resultando em melhores resultados operacionais, em específico em faturamento.

O presente estudo possui como limitação a regionalidade da amostra e seu tamanho. Desta maneira os dados devem ser observados com a devida parcimoniosidade, por outro lado acredita-se não que este apontamento não reduza o valor científico dos achados aqui.

Como sugestão para trabalhos futuros indica-se a reaplicação desta pesquisa em outros municípios fazendo comparativos com os resultados aqui destacados. Ademais, a inserção da variável ambiental como possível interveniente nesta relação poderia ser grande valia para futuras pesquisas.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Ed. UFSC, 2003.
- FÁVERO, L. P. L.; BELFIORE, P. P.; CHAN, B. L.; SILVA, F. L. da. **Análise de Dados: Modelagem Multivariada para Tomada de Decisões**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- HAIR, J. F. JR.; ANDERSON R. E.; TATHAM, R. L; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MILES, R.; SNOW, C. C. **Organization, structure, and process**. Redwood City, CA: Stanford Business Books, 1978.
- MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**. n. 7. v. 29, pp. 770-791, 1983.
- SILVEIRA-MARTINS, E.; ROSSETTO, C. R.; LIMA, N. C.; PENEDO, A. S. T. Comportamento estratégico e ambidestria: um estudo aplicado junto às empresas vinícolas brasileiras. **Revista Brasileira de Gestão e Negócios**. n. 52, v. 16, p. 392-415, 2014.
- WINCENT, J.; THORGREN, S.; ANOKHIN, S. Entrepreneurial orientation and network board diversity in network organizations. **Journal of Business Venturing**. n. 29, p. 327-344, 2014.