

TÍTULO: TRAÇOS ISOMÓRFICOS PRESENTES NOS SITES DAS EMPRESAS DE LOGÍSTICA DE UBERLÂNDIA

Mario Fehr Yemail - Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Rodrigo Miranda - Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Resumo

O objetivo do presente trabalho foi identificar traços de isomorfismo nos sites das empresas de logística na cidade de Uberlândia através de uma pesquisa qualitativa usando análise de conteúdo. A pesquisa mostrou a presença frequente de alguns dos atributos de logística indicados pela literatura, mostrando traços de isomorfismo institucional, mas como contribuição maior trouxe também a presença de novos atributos a serem incluídos quando se fala em logística, visto já serem amplamente utilizados pelas empresas do setor, com presença de isomorfismo mimético: segurança e tecnologia.

Palavras-chave:logística, isomorfismo, institucionalismo

Abstract

The objective of this work was to identify traces of isomorphism on the websites of logistics companies in the city of Uberlândia through qualitative research using content analysis. The research showed the frequent presence of some of the logistics attributes indicated by the literature, showing traces of institutional isomorphism, but as a greater contribution it also brought the presence of new attributes to be included when talking about logistics, as they are already widely used by companies in the sector, with the presence of mimetic isomorphism: security and technology

Keywords: logistics, isomorphism, institutionalism

Título: Traços Isomórficos Presentes Nos Sites Das Empresas De Logística de Uberlândia

1. Resumo

O objetivo do presente trabalho foi identificar traços de isomorfismo nos sites das empresas de logística na cidade de Uberlândia através de uma pesquisa qualitativa usando análise de conteúdo. A pesquisa mostrou a presença frequente de alguns dos atributos de logística indicados pela literatura, mostrando traços de isomorfismo institucional, mas como contribuição maior trouxe também a presença de novos atributos a serem incluídos quando se fala em logística, visto já serem amplamente utilizados pelas empresas do setor, com presença de isomorfismo mimético: segurança e tecnologia.

Palavras-chave: institucionalismo, isomorfismo, logística, Uberlândia

2. Introdução

Indivíduos vivem em sociedade, e por essa sociedade ser construída ao se compartilharem valores e pressupostos, aquele comportamento que em um momento é único, vai aos poucos sendo compartilhado/dividido entre os participantes e torna-se padrão. Ao movimento de cópia os autores institucionalistas denominam isomorfismo. Algumas organizações referência (instituições) são modelos para outras, e as empresas procuram se ajustar sempre que vislumbram organizações referência em seus setores de atuação.

Mas se de um lado há uniformização de procedimentos por pressão institucional, por outro a competitividade no mercado atual tem levado a busca de diferenciação. É possível afirmar que o processo de institucionalização também impacta as áreas funcionais das organizações e a logística pode ser uma das áreas mais afetadas por tal processo uma vez que ela estabelece/fortalece elos entre a empresa e os seus clientes, a ela remetendo atributos tais como: agilidade, confiabilidade, comunicação, flexibilidade e apoio pós entrega, conforme afirmam Tontini e Zacheti (2010).

Desta forma, quando um conceito ganha relevância por sua aceitação no mercado, devido ao uso pelos principais competidores, percebe-se a presença do isomorfismo mimético. Este é amplamente visualizado em temas que remetem a inovação tecnológica.

Assim, o presente artigo busca identificar e analisar a presença de isomorfismo nos sites das empresas de logística de Uberlândia-MG, entendendo quais suas origens e motivos e verificar suas diferenças.

3. Referencial teórico:

a. Institucionalismo

A principal questão que o institucionalismo busca responder é: “o que torna as organizações tão similares?” (Di Maggio; Powel, 1983)

A ética protestante de Max Weber, tratou a racionalidade e a formalização dos processos e procedimentos humanos e esse movimento acaba por favorecer à objetivação, planejam-se os meios para alcance dos fins em um formato eficiente. A vida em sociedade seria racional, regida por leis, normas e valores comuns, determinados para um fim. Tudo teria uma finalidade,

gerando padronização, legitimação, burocratização, hierarquias. O homem na sociedade estaria aprisionado pela burocracia que rege a sociedade, preso em uma gaiola de ferro. (DiMaggio; Powell, 1982)

A Teoria organizacional de Di Maggio e Powel (1982), busca identificar como as empresas se diferenciam umas das outras e o que as faz semelhantes.

Os autores usaram o conceito de campos organizacionais homogêneos. Entendendo-se como campo organizacional as organizações que, em seu conjunto, constituem uma área reconhecida de vida institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências regulatórias e outras organizações que produzem produtos e serviços semelhantes.

No início de um campo organizacional há diversidade e alguma personalização, mas à medida que o tempo passa, chega-se a uma homogeneização. (Di Maggio, 1982)

Os autores apontam 4 etapas no processo de criação de um campo organizacional:

1. aumento da amplitude das interações entre as organizações presentes no campo;
2. surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões intraorganizacionais claramente definidos;
3. aumento na carga da informação com a qual as organizações devem lidar;
4. Desenvolvimento de conscientização mútua das organizações de que elas estão envolvidas em um negócio comum

As etapas acima citadas levam a uma homogeneização, que é explicada pelo isomorfismo: forçamento de uma unidade da população às demais que se enquadram no mesmo ambiente. (Hawley, 1968)

O isomorfismo pode se dar por exclusão daqueles que não se adaptam ao campo organizacional ou pelo ajuste de comportamento dos tomadores de decisões nas organizações. (Hannan e Freeman, 1977)

Surge assim o isomorfismo competitivo e o institucional (Meyer, 1979; Fennell, 1980)

Isomorfismo competitivo:

- As organizações não competem somente por recursos e clientes, mas também por poder político, legitimação institucional, adequação social e econômica. (Di Maggio, 1982)

- A organização entrante no campo deve se adequar as normas vigentes para poder ser reconhecida e fazer parte do jogo

Isomorfismo Institucional:

Aderir aos ritos e cerimônias para estruturar a vida moderna e o meio organizacional. Apesar de poder ter elementos de mais de um subtipo, é dividido em:

Coercitivo: Coerção feita por governos através de leis que todas as organizações devem se adequar sob o risco de sofrer penalidades ou pelas organizações referências dentro de um campo, que ditam as formalidades a serem seguidas, pela dependência que os demais atores têm dela.

Mimético: ocorre quando uma organização se espelha em outra, principalmente em cenários incertos. Busca-se copiar os casos de sucesso. Influencia todos os atores daquele campo de atuação da organização referência. Um exemplo de isomorfismo institucional mimético é o benchmarking.

Normativo: Está relacionado as categorias profissionais, que precisam ser legitimadas segundo algum processo. As universidades e conselhos concedem legitimidade aos profissionais e o sistema se mantém por meio desse conjunto de ritos e normas para se tornar um profissional da área. Mesmo organizações diferentes entre si, através de processos normativos de uma mão de obra capacitada que segue os mesmos pré-requisitos tornam as organizações semelhantes em seu interior.

Buscando prever quais campos organizacionais serão mais homogêneos em estrutura, Di Maggio e Powel (1982), sugerem indicadores preditivos em nível organizacional e levantam hipóteses:

- O isomorfismo será maior, quanto maior for a dependência entre as organizações e mais for centralizado o fornecimento de recursos da organização referência.
- A incerteza do ambiente ou das metas também leva ao isomorfismo, quando, em caso de dúvidas, se busca espelhar as organizações bem-sucedidas
- Quanto maior a dependência de profissionais legitimados nas organizações, mais semelhante elas serão
- As associações de profissionais também fortalecem o isomorfismo, pois apresenta práticas a serem seguidas

Os mesmos autores levantam também hipóteses baseadas em indicadores de predição a nível de campo:

- O isomorfismo também pode ser determinado quando um campo organizacional depende de uma única fonte, fazendo com que todas as organizações tenham de se moldar a ela.
- As agências governamentais também geram isomorfismo de um campo inteiro
- Se houver poucas alternativas de modelos a serem seguidos em um campo, maior deverá ser também o isomorfismo;
- A tecnologia também leva ao isomorfismo dentro de um campo, principalmente quanto maior for sua importância naquele campo, mudanças tecnológicas levarão a mudanças isomórficas
- Os profissionais especializados presentes em um campo também tendem a gerar maior mudanças isomórficas, visto serem eles os precursores destas mudanças
- A estruturação de um campo também aumenta o isomorfismo, quanto mais estruturado for o campo, maior o isomorfismo

Todas estas hipóteses apresentadas pelos autores levaram os mesmos a sugerir implicações para a teoria social:

- Questões políticas podem excluir organizações que não se adaptaram as regras do campo;
- Empresas menos eficientes também são excluídas por não conseguirem alcançar a média do campo onde atuam;
- As organizações se tornam veículo de gratificação aos seus proprietários, forçando os profissionais a se adaptar as normas e mudar de organizações para seguir carreira
- As organizações acabam se tornando mais homogêneas e há uma irracionalidade em inovações, visto a dificuldade destas na busca de quebrar a normalidade
- As organizações têm se tornando mais semelhantes, sem, necessariamente, serem mais eficientes.

A área de logística é uma das mais sensíveis ao processo de conformidade dos setores em virtude de sua estreita relação com os consumidores e o mercado, nela táticas bem-sucedidas em uma organização parecem ser imediatamente incorporadas às rotinas de outras empresas da área e os motivos são explicados no tópico seguinte.

b. Logística Empresarial

A logística envolve toda a movimentação de mercadoria e inclui o planejamento, operacionalização e controle a montante e jusante de fluxos eficazes de matérias-primas, estoques em processo, produtos acabados e informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo. (Council of Supply Chain Management Professionals, 2024)

A logística tem como desafio fazer com que bens e serviços sejam disponibilizados aos consumidores quando necessários, onde requisitados, em quantidade suficiente, condições adequadas e ao menor custo possível. (Porto, 2018)

A performance logística então pode ser vista como uma vantagem competitiva, permitindo que as organizações atinjam sua finalidade funcional por meio da disponibilidade de inventário, entrega pontual, menos falhas no produto e redução de custos, envolvendo pessoas, tecnologia, instalações e/ou infraestruturas estratégicas.

O desempenho logístico pode ser acompanhado por indicadores chave de desempenho, chamados KPI's, como índice de entregas perfeitas, tempo de separação e transporte.

De acordo com Tontini e Zanchett (2010), a percepção do cliente em relação ao desempenho da logística pode ser percebida através de atributos pelos quais se manifesta.

Os autores apresentam em seu trabalho atributos de logística que destacamos a seguir:

- Agilidade na entrega: relacionada a rapidez com que a entrega é realizada
- Confiabilidade, aqui entendida em variados contextos
 - Cumprimento do prazo de entrega
 - Pedido entregue na quantidade correta
 - Produto correto, sem trocas
 - Produto entregue sem avarias
 - Produto entregue na embalagem adequada
- Flexibilidade do serviço prestado, permitindo customizações quando o cliente exigir
- Comunicação sobre o status do serviço prestado, dividindo-se em:
 - Status do pedido
 - Rastreabilidade
- Apoio pós-entrega, permitindo gerenciar reclamações, devoluções e eventual reposição das mercadorias danificadas

O presente trabalho busca identificar a presença dos atributos de logística acima destacados pela literatura nos sites das empresas do setor na cidade de Uberlândia

4. Aspectos metodológicos

Através de pesquisa no Google, serão selecionados sites de empresas de logística da cidade de Uberlândia. Campo de pesquisa: “logística Uberlândia”.

Utilizando a análise de conteúdo, conforme Bardin (1977), será verificado a presença de atributos de logística conforme o referencial teórico e verificar-se-á redundância de temas, procurando tipos de isomorfismo.

A plataforma Google foi escolhida em virtude de seu reconhecimento no mercado como plataforma de pesquisa de larga utilização

As empresas de Uberlândia que possuem site próprios e foram apresentadas na busca foram objeto de análise e tiveram seus sites acessados para consulta e tiveram suas informações planilhadas em Excel.

Após os dados planilhados foram identificados aqueles mais frequentes entre as empresas analisadas, bem como sua forma de apresentação.

Assim, a pesquisa seguiu a seguinte sequência:

1. Busca dos atributos necessários à atividade logística nos sites das empresas encontradas;
2. Levantamento dos 10 sites que aparecerem em primeiro lugar na busca de empresas especialistas na área da logística e descrição dos temas presentes nos mesmos;
3. Montagem de planilha contendo todos os temas encontrados;
4. Verificação da relação entre temas presentes nos sites das empresas e os atributos inerentes à atividade de logística encontrado na literatura, fazendo a

comparação entre atributos necessários e temas presentes nos sites. Bem como redundâncias que foram encontradas nos sites e não na literatura

5. Comparação dos elementos (temas/atributos) encontrados nos sites e relacioná-los a ideia de isomorfismos presentes na teoria institucional;

6. Indicação das implicações do isomorfismo para o setor.

O agrupamento dos dados, bem como sua análise a luz das categorias definidas no referencial teórico estarão no próximo bloco

5. Apresentação e análise dos resultados

Inicialmente procedeu-se a busca de empresas de logística da cidade de Uberlândia e fez-se uma seleção das 10 primeiras empresas citadas pelo site de buscas Google, indicadas abaixo na Tabela 1:

Tabela 1 - Empresas de logística de Uberlândia

Empresas pesquisadas

JET LOGISTICA

MM Logística

L&C Logística e Transporte

Supporte Logística Integrada

Global Logística

Rodofar Logística Integrada

Unilog

Superfrio

Vic logística

S&D Logística

Fonte: Elaborado pelo autor

A próxima etapa foi a avaliação dos atributos apresentados no referencial teórico, observando-se a presença principalmente dos atributos de rastreabilidade, agilidade, cumprimento do prazo, status do pedido e flexibilidade do serviço, conforme pode-se observar na Tabela 2 **Erro! Fonte de referência não encontrada.:**

Tabela 2 - Atributos presentes em sites de empresas de logística

Atributo	Ocorrências
agilidade na entrega	5
Confiabilidade	3
cumprimento do prazo	5
pedido entregue na quantidade correta	0
produto correto	0
sem avarias	1
na embalagem adequada	0
flexibilidade no serviço	3

Comunicação	1
status do pedido	4
Rastreabilidade	7
apoio pós entrega	1

Fonte: elaborado pelo autor

Apesar de alguns produtos terem a exigência de “rastreadibilidade” legalmente estabelecida, conforme ANVISA, entende-se que o item é uma demanda comum do setor, sendo um diferencial competitivo, por isso, além de coercitivo, entende-se também ser um isomorfismo mimético, conforme Dimaggio e Powell (1982)

O mesmo raciocínio pode ser considerado na avaliação do item “cumprimento do prazo”, tendo como base o código de defesa do consumidor, que obriga as empresas a cumprirem os acordos tácitos que fazem com os clientes, mas por ser uma demanda comum no mercado competitivo, acredita-se que hoje, além de coercitivo, trata-se de um isomorfismo muito mais mimético. Enquadra-se aqui na mesma situação o status do pedido, que além de direito do consumidor, é uma exigência do mercado.

O item agilidade na entrega foi o segundo item mais mencionado nos sites pesquisados, mostrando a relevância do tema no mercado competitivo moderno, claramente devido a isomorfismo mimético, visto que se trata de um diferencial competitivo.

Chamou a atenção o fato de vários atributos serem pouco mencionados nos sites das empresas, temas como pedido entregue na quantidade correta ou o produto correto, na embalagem adequada, sem avarias e apoio pós entrega não foram explicitamente citados.

De qualquer forma, os itens de quantidade correta ou produto correto na embalagem adequada podem ser entendidos como atributos de qualidade, constante em 40% dos sites, assim como sem avarias pode ser entendido como um aspecto da segurança, presente em 9 dos 10 sites avaliados, conforme Tabela 3.

Desta forma, apenas para o tema apoio pós entrega não encontramos uma correlação com outro tema, não sendo de fato mencionado pelas empresas pesquisadas. Mostra-se assim este ser um atributo de pouca relevância mercadológica para as empresas do setor.

Além dos atributos indicados pela literatura, verificou-se a presença de alguns temas com maior redundância nos sites pesquisados, o que pode indicar um isomorfismo mimético devido a práticas de mercado em novos temas, conforme indicado na Tabela 3:

Tabela 3 - Temas com maior número de citações

Atributo	ocorrências
Segurança	9
Tecnologia	8
Armazenagem	7
compromisso / comprometimento	6
Transporte	5
Sustentabilidade	5
participação/valorização da equipe de colaboradores	5
Ética	5
Apresentação de alguns números da empresa	5
Qualidade	4
orçamento por email	4
Notícias sobre logística	4
Modal rodoviário	4
Inovação	4

Fonte – elaborado pelo autor

Tema constante em 90% das empresas pesquisadas, segurança chamou a atenção. Apesar de na maioria dos sites ele não ser explorado em profundidade para entender-se melhor o que ele traduz, pode associar-se o mesmo a integridade da carga, remetendo a confiabilidade, mais especificamente talvez a cuidado com o produto, o que nos leva a deduzir ao atributo de “não avarias”.

O segundo tema mais presente nos sites das empresas foi “tecnologia”, o que claramente está relacionado a inovação, comunicação e informação, temas essenciais quando se fala em logística. Entende-se que a tecnologia, apesar de não citada na literatura pesquisada como atributo logístico, é base para informação confiável e de qualidade, bem como para melhoria de processos que vão levar a agilidade. Ou seja, sugere-se que tecnologia, seja para software de gestão de armazenagem, rastreamento de entrega, veículos e carga, tem também forte associação com o primeiro tema: “segurança” e deve ser considerado então um novo atributo mimético da logística atual.

O comprometimento com a carga do cliente também remete a cuidado com a carga ou produto, estando relacionado a cumprimento de contratos, que normalmente envolvem prazos de entrega, remetendo a um dos atributos da literatura: confiança, principalmente no cumprimento de prazos.

Armazenagem e transporte são temas que constam como principais serviços prestados, estando dentro do esperado para empresas de logística como serviços gerais e representando um isomorfismo normativo, fruto de um mercado cada vez mais desenvolvido e de profissionais mais capacitados para explorar os principais temas que a logística pode oferecer a clientes.

Sustentabilidade e valorização da equipe, remetem a “respeito”, respeito com pessoas e com o ambiente. São temas atuais de preocupação com o meio onde a empresa está inserida. Elevação da qualidade na prestação e serviços com treinamento dos colaboradores e cuidado com o ambiente par uma operação mais longa. Claro que são temas atuais, especificamente sustentabilidade dever-se-ia investigar mais profundamente até que ponto a empresa de fato tem este tema inserido na sua cultura ou apenas em comunicações internas e com o mercado, mas como o foco da pesquisa são os sites, ele mostra relevância para a pesquisa e para se tornar um atributo para a logística.

Por fim, destaca-se o tema da ética. A ética remete a comportamento dentro de padrões esperados. Podendo então ser visto como confiabilidade, no sentido de cumprimento de acordos, seja envolvendo prazos de entrega, cuidados com o produto ou atendimento de leis. Trata-se de um item presente principalmente nos valores das empresas pesquisadas.

A apresentação de números, mostrando tamanho de uma empresa ou resultados de performance também tem relevância como diferencial competitivo, remetendo a confiabilidade de estabelecer relação com empresas que de alguma forma já tem o que mostrar.

Acredita-se assim que a logística ganha novos atributos para serem incluídos na literatura, segurança e tecnologia, devendo ser mais explorada o que eles traduzem aos seus usuários.

6. Considerações finais

Verificou-se através da presente pesquisa a presença de traços de isomorfismo mimético nos sites das empresas de logística de Uberlândia, quando comparados aos atributos citados na literatura, como rastreabilidade, agilidade na entrega e confiabilidade, especialmente no cumprimento dos prazos de entrega.

Entretanto, apenas metade delas declaram em seus sites cumprir prazo, sendo este um atributo importante, demonstra-se um diferencial para aquelas que o oferecem, devendo ser mais explorado e uma melhoria para aquelas empresas que não o incluíram em seus sites.

Alguns atributos, entretanto, ainda apareceram pouco explorados nos sites pesquisados, em especial o tema do apoio pós entrega, que remete a logística reversa. A logística reversa foi tema pouco explorado por todas as empresas pesquisadas, talvez por envolver um tema mais complexo e não tão mercadologicamente atraente, mas que remete ao fechamento de um ciclo/processo. Sugere-se então aos administradores se atentarem a este item como um diferencial para o isomorfismo do setor.

Pedido entregue na quantidade correta ou o produto correto, na embalagem adequada, sem avarias também não foram explicitamente citados nos sites, sendo temas mais específicos da confiabilidade, mas que são com certeza diferenciações a serem exploradas num mercado tão competitivo como o logístico.

A pesquisa possibilitou também a sugestão de novos atributos presentes em mais da metade dos sites das empresas, como segurança, tecnologia e comprometimento, que podem estar relacionados indiretamente aos atributos de Tontini e Zacheti (2010) remetendo a “não avarias”, rastreabilidade e cumprimento de prazos respectivamente.

Devem os administradores explorarem melhor o tema da segurança, visto que apesar de ser bastante utilizado, não tem seu significado claramente definido

Sugere-se, então, novas pesquisas que aprofundem a temática e evidenciem se trata-se de fato de novos atributos ou apenas uma modernização na forma de expressar aqueles já amplamente explorados.

7. Referencias

COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS (CSCMP), CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary of Terms. https://cscmp.org/CSCMP/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx, acessado em 14 de jul 2024

Bardin, L. Análise de Conteúdo. **Edições 70**, Lisboa, 1977

Dimaggio, P.J., Powell, W.W. Jaula de Ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. In: Caldas, M., Bertero, O. **Teoria das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2007, P-117-142.

Figueiredo, K et al. Segmentação Logística: um Estudo na Relação entre Fornecedores e Varejistas no Brasil. **RAC**, v.11, n.4, 2007

Hannan, M. T; Freeman, J. Ecologia populacional das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 45, n. 3, jul./Set. 2005

Hawley, A. Human Ecology. **International Encyclopedia of the Social Sciences**, New York: Macmillan. 328 – 337, 1968

Fennell, M. L. The effects of environmental characteristics on the structure of hospital clusters. **Administrative Science Quarterly**, v. 25, n. 3, p. 484-510, 1980

Meyer, J. W. The impact of the centralization of educational funding and control on state and local organizational governance Stanford, CA: Institute for Research on Educational Finance and Governance, Stanford University, Program Report, 1979.

Porto, E. C. et al. Atributos logísticos na satisfação do consumidor de e-commerce. **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba, vol.18, n.19, p.185-204, 2018

Tontini, G, Zanchett, R. Atributos de satisfação e lealdade em serviços logísticos. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 4, p. 801-816, 2010