

INFLUÊNCIA DA APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL E DA INOVAÇÃO NO DESEMPENHO ORGANIZACIONAL DE EMPRESAS DO SETOR VINÍCOLA

RESUMO

Este estudo tem por objetivo analisar a influência da aprendizagem organizacional e da inovação no desempenho organizacional de empresas do setor vinícola. A aprendizagem organizacional foi verificada por meio da aquisição do conhecimento, distribuição da informação, interpretação da informação e memória organizacional. Já a inovação foi dividida em administrativa, de produto e de processo. Estudos anteriores sugerem a interação da aprendizagem organizacional, da inovação e do desempenho organizacional. A pesquisa foi quantitativa, descritiva e causal, com método *survey* com corte transversal. O tratamento dos dados deu-se por meio de modelagem de equações estruturais. A amostra foi de 54 respondentes. Os resultados do modelo proposto mostraram a dimensão que melhor explicou a aprendizagem organizacional foi distribuição da informação; e, para a inovação, foi a de produto. Por último, percebeu-se que a aprendizagem organizacional influencia a inovação e que a inovação influencia o desempenho organizacional; no entanto, não foi encontrada a influência direta da aprendizagem organizacional sobre o desempenho organizacional.

Palavras-chave: Aprendizagem organizacional; Desempenho organizacional; Inovação; Setor vinícola.

ORGANIZATIONAL LEARNING AND INNOVATION INFLUENCE ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF COMPANIES IN THE WINE SECTOR

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of organizational learning and innovation on organizational performance of wine companies. Organizational learning has been verified through the acquisition of knowledge, distribution of information, interpretation of information and organizational memory. Innovation approach involved administrative, procedural and production divisions. Previous studies suggest that there is an interaction among organizational learning, innovation and organizational performance. This research is quantitative, descriptive and causal, with cross section method of survey. The data controller was analyzed by means of structural equation modeling. The sample counted with 54 respondents. The results of the proposed model showed that the dimension that best explained the organizational learning was distribution of information; and, for innovation was explained by production. Finally, we found that the organizational learning influences innovation and that innovation influences organizational performance. However, we did not find a direct influence of organizational learning on organizational performance.

Keywords: Organizational Learning. Innovation. Organizational Performance. Winery Industry.

INFLUENCIA DEL APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL Y DE LA INNOVACIÓN EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE EMPRESAS DEL SECTOR VINÍCOLA**RESUMEN**

El presente estudio tiene por objetivo analizar la influencia del aprendizaje organizacional y de la innovación en el desempeño organizacional de empresas del sector vinícola. El aprendizaje organizacional fue verificado por medio de la adquisición del conocimiento, distribución de la información, interpretación de la información y memoria organizacional. La innovación fue dividida en administrativa, de producto y de proceso. Estudios anteriores sugieren la interacción del aprendizaje organizacional, la innovación y el desempeño organizacional. La investigación fue cuantitativa, descriptiva y causal, con método survey con corte transversal. El tratamiento de los datos se dio por medio del modelado de ecuaciones estructurales. La muestra fue de 54 representantes. Los resultados del modelo propuesto mostraron la dimensión que mejor explicó el aprendizaje organizacional fue la distribución de la información. Y para la innovación, fue la del producto. Por último, se percibió que el aprendizaje organizacional influye en la innovación y que la innovación influye en el desempeño organizacional; Sin embargo, no se encontró la influencia directa del aprendizaje organizacional sobre el desempeño organizacional.

Palabras clave: Aprendizaje Organizacional. Innovación. Desempeño Organizacional. Sector Vinícola.

Patricia Frizzo¹
Giancarlo Gomes²

¹ Mestre em Administração pelo Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB. Professor do Ensino Superior da Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC e Auxiliar em Administração do Instituto Federal Catarinense. Brasil. E-mail: patricia.frizzo23@gmail.com

² Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB. Professor da Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB. Brasil. E-mail: giancarlo@pzo.com.br

1 INTRODUÇÃO

A literatura apresenta uma relação positiva entre a aprendizagem organizacional e a inovação (Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011), cujas pesquisas sugerem que a aprendizagem organizacional permite a empresa desenvolver capacidades que melhorem a inovação. A aquisição de conhecimento fora da organização depende de sua capacidade para absorver novas ideias, isto é, como ela consegue absorver, entender, assimilar e aplicar o novo conhecimento para os fins almejados (Cohen & Levinthal, 1990). Neste sentido, percebe-se que quando a organização aprende, serão construídas novas estratégias e processos que podem resultar em inovação.

A aprendizagem organizacional consiste na forma como as empresas adquirem o conhecimento e os difundem aos indivíduos a fim de melhorar seus processos e produtos. Huber (1991) explica que a aprendizagem organizacional se desenvolve em quatro dimensões: aquisição de conhecimento, que pode ocorrer internamente, desenvolvida pela própria organização e seus membros, ou pela interação com agentes externos; a distribuição da informação, quando as informações adquiridas são repassadas às diversas estruturas organizacionais; a terceira é a interpretação da informação, quando se transforma a informação em um novo conhecimento; e, por último, a memória organizacional, quando se armazenam as informações para uso futuro na organização (Huber, 1991; Argote & Miron-Spektor, 2011; Templeton, Morris, Snyder, & Lewis, 2004; Jimenez-Jimenez & Sans-Valle, 2011).

Um problema enfrentado em pesquisas sobre inovação se encontra na dificuldade de se determinar definições constitutivas e operacionais consistentes (Bido & Araujo, 2011). A inovação pode ser dividida em três dimensões. A administrativa, que se refere às inovações na estrutura e rotinas da organização; de processo, relacionada aos métodos e rotinas de desenvolvimento e/ou aperfeiçoamento de novos produtos ou serviços; e a de produto, que consiste na criação de um novo produto e permite às organizações melhorar a qualidade de sua produção, revitalizar negócios maduros e entrar em novos mercados (Damanpour & Evan, 1984; Dougherty, 2001).

Estudos anteriores apontam que a aprendizagem organizacional está positivamente relacionada com a inovação (Chiva; Alegre, & Laprieda, 2007; Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011). A inovação auxilia as empresas a se firmarem em mercados competitivos, com diferenciação e qualidade, já que a capacidade de desenvolver novos produtos e serviços é fundamental para muitas delas (Dougherty, 2001). A relação entre aprendizagem organizacional, inovação e desempenho organizacional já vem sendo estudada por pesquisadores, tais como Hall e Andriani (2003), Pérez-López, Montes-Peón e Vazquez-Ordás (2005), Chiva, Alegre e Laprieda (2007) e Jiménez-

Jiménez e Sanz-Valle (2011), que buscaram mostrar que a aprendizagem organizacional permite a empresa desenvolver capacidades que melhoram a inovação.

Analisando o cenário das indústrias vinícolas do sul do Brasil, percebe-se que o estudo da relação entre estes três constructos, se torna necessário em razão da representatividade que o setor tem nestes estados e dos problemas que as pequenas e médias empresas vinícolas vêm enfrentando nos últimos anos, tais como a falta de mão de obra qualificada e a carência de profissionalização dos modelos de gestão, conforme o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin, 2014). Assim, esse estudo busca analisar a influência da aprendizagem organizacional e da inovação no desempenho organizacional de empresas do setor vinícola.

Segundo Jiménez-Jiménez e Sans-Valle (2011), existem poucas pesquisas que analisam a aprendizagem organizacional, a inovação e o desempenho organizacional em conjunto. Neste contexto, buscam-se analisar as dimensões da aprendizagem organizacional descritas por Huber (1991) e como elas influenciam a inovação para o setor vinicultor, a partir do modelo elaborado por Jiménez-Jiménez e Sanz-Valle (2011). Esta relação poderá auxiliar as empresas deste setor a melhorarem suas atividades, analisando em que situação elas se encontram e quais medidas poderão tomar para melhorar seu desempenho organizacional.

A pesquisa foi quantitativa, descritiva e causal, *survey* e de corte transversal. A amostra foi de 54 respondentes, sendo a maior parte microempresas. Para a análise dos dados foram utilizados os *softwares Statistical Package for the Social Sciences - Spss* e *Smart-PLS* para a realização da Modelagem de Equações Estruturais. Os resultados do modelo proposto mostraram que a aprendizagem organizacional influencia a inovação e que a inovação influencia o desempenho organizacional. No entanto, contrariando estudos anteriores, não houve influência direta da aprendizagem organizacional sobre o desempenho organizacional.

Esse trabalho está estruturado em seis seções, além da introdução, o referencial teórico, que traz conceitos de aprendizagem organizacional, inovação e desempenho organizacional e o setor pesquisado. Depois, apresenta-se a metodologia utilizada, seguida dos resultados e das discussões, das considerações finais, e por último, as referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta etapa, descreve-se a fundamentação teórica que dá sustentação ao estudo. De início, serão apresentados os construtos da aprendizagem organizacional e da inovação, bem como suas dimensões. Depois, serão apresentados o modelo proposto, hipóteses e o perfil da indústria pesquisada.

Aprendizagem organizacional

A aprendizagem organizacional pode ser entendida “[...] como um campo voltado para o estudo dos processos cognitivos e sociais do conhecimento nas organizações, que estão imbricados nas práticas organizacionais e de trabalho” (Boff & Antonello, 2011, p. 184). Nesta perspectiva, o conhecimento é visto como conteúdo e a aprendizagem o processo pelo qual o conhecimento é adquirido (Easterby-Smith & Lyles, 2003).

Para Argyris e Schön (1996), a aprendizagem organizacional ocorre quando indivíduos, em uma experiência organizacional com uma situação problemática, questionam as crenças organizacionais. Eles experimentam um desencontro entre o esperado e o resultado, de fato, da ação e respondem a esse desencontro por meio do processo de pensamento e posterior ação que os leva a modificar suas imagens da organização ou de sua compreensão do fenômeno organizacional e para reestruturar suas atividades de forma a buscar resultados e expectativas esperados, embora mudando as teorias em uso organizacionais.

A aprendizagem organizacional visa explorar como as organizações aprendem, assim, as pesquisas nesta área baseiam-se nas habilidades e nos processos de construção e utilização do conhecimento que favorecerão a reflexão sobre as possibilidades concretas de ocorrer a aprendizagem (Tsang, 1997). Portanto, a aprendizagem organizacional procura entender os meios pelos quais as organizações aprendem e como esse conhecimento é retido, perpetuado e entendido pelos agentes organizacionais.

Nesse modelo, a aprendizagem organizacional foi mensurada por meio da aquisição, distribuição e interpretação do conhecimento e da memória organizacional, conforme proposto por Huber (1991) e adaptado por López, Peón e Ordás (2005) e Jiménez-Jiménez e Sanz-Valle (2011). Propondo que a aprendizagem organizacional é um processo, Huber (1991) destaca que ela passa por quatro etapas, que são a aquisição do conhecimento, a distribuição da informação, a interpretação da informação e a memória organizacional. Argote e Miron-Spektor (2011) explicam que a aquisição do conhecimento ocorre quando uma empresa gera um conhecimento que é novo para ela. Neste sentido, compreende o processo no qual a empresa se utiliza de novas informações para a obtenção de conhecimento (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011).

Costa e Silva (2007) explicam que o conhecimento pode ser adquirido por meio de fontes documentadas e não documentadas. As primeiras consistem em livros, filmes, diagramas e formulários. Já a segunda, as não documentadas, estão localizadas na mente dos indivíduos que têm domínio do conhecimento.

A segunda dimensão, a distribuição da informação, ocorre quando o conhecimento é difundido

entre todos os membros da organização (Pérez-López; Montes-Péon, & Vazues-Ordás, 2005) e corresponde à comunicação entre os atores organizacionais, como também a transferência das informações adquiridas para as diversas estruturas organizacionais (Templeton et al., 2004).

A distribuição da informação também pode ocorrer quando as organizações aprendem a partir da experiência direta e também com outras organizações (Argote & Miron-Spektor, 2011). Assim, “[...] o valor da informação aumenta quando ela é vista por aqueles que podem usá-la ou por ela são afetados. Essa situação promove o questionamento a respeito da informação e a consequente geração de novas informações” (Perin, Sampaio, Duha, & Bitencourt, 2006, p. 9).

Quando os atores organizacionais conseguem transformar a informação em um conhecimento novo e comum, acontece a interpretação da informação (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011). Deste modo, os indivíduos compartilham e incorporam os aspectos de seus conhecimentos, que não são comuns a outros membros, fazendo com que existam ganhos na forma de entendimento e coordenação na tomada de decisão para a organização (Pérez-López; Montes-Péon, & Vazquez-Ordás, 2005).

A última etapa da aprendizagem organizacional proposta por Huber (1991), é a memória organizacional, que consiste no processo de armazenar as informações com base na história da organização, as quais podem, assim, ser recuperadas e auxiliar na tomada de decisões. As informações são estocadas e tanto as experiências bem-sucedidas como as malsucedidas devem ser de fácil recuperação e estar à disposição das pessoas (Castilho; Silva, & Turrioni, 2004).

A memória organizacional também pode ser definida como o conhecimento tácito dos indivíduos, rotinas, conjuntos sistemáticos e visões compartilhadas, podendo refletir um mundo que é parcialmente compreendido e assimilado, o que pode condicionar as pessoas a realizarem as coisas erradas de maneira correta ou realizar de maneira correta as coisas erradas (Cegarra-Navarro; Cepeda-Carrion & Jiménez-Jiménez, 2011).

Assim, adquirir conhecimento não se resume a dados que os indivíduos captam no dia a dia no ambiente organizacional, mas também, quando esses dados se tornam informações que são repassadas de forma correta e compreendidas pelos mesmos, ou seja, quando as informações são entendíveis e auxiliam no desenvolvimento da organização.

Inovação

Nos estudos organizacionais, o tema inovação começou a ser explorado no século XX com as pesquisas de Schumpeter (1934). Para este autor, a inovação pode ser entendida como uma combinação dos recursos disponíveis na organização, que pode

modificar a forma de fazer algo, ou, ainda, criar algo diferente. Assim, a inovação está ligada a uma capacidade que a empresa adquire e que é fundamental para desenvolver novos produtos e serviços (Dougherty, 2001).

Schumpeter (1934) destacou que a inovação é a chave para que as organizações obtenham vantagem competitiva, e a conceituou em cinco atributos: introdução de um novo bem, introdução de um novo método de produção, abertura de um novo mercado, abertura de uma nova fase de suprimentos e estabelecimento de uma nova organização em qualquer ramo com a criação de um novo monopólio.

Assim, a inovação não está apenas associada às relações internas da organização, como a introdução de um novo método de produção e a abertura de uma nova fase de suprimentos, que estariam relacionando somente os atores e a estrutura interna da organização, mas também estaria ligada ao ambiente e ao mercado onde ela estaria inserida, como no caso da abertura de mercado e a introdução de um novo bem.

Em seus estudos sobre a inovação, Brown e Eisenhardt (1995) encontraram duas vertentes do tema que se complementam: primeiro, a vertente econômica, que estuda os impactos da inovação na competitividade entre os países e entre as indústrias, e a segunda, a vertente organizacional, que estuda como os produtos são desenvolvidos dentro da empresa.

Jiménez-Jiménez e Sans-Valle (2011) desenvolveram o modelo para analisar como a aprendizagem organizacional influencia toda a atividade de inovação das organizações. Por isso, consideraram a inovação em um nível mais abrangente, distinguindo-a em três dimensões: administrativa, de processo e produto.

A inovação administrativa ocorre no sistema social de uma organização, pois se relaciona com a estrutura da organização e seus processos administrativos, ou seja, está relacionada em uma dimensão gerencial (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Damanpour & Evan, 1984; Ode, 2005). Para Jiménez-Jiménez e Sans-Valle (2011) ela acontece nos sistemas administrativos, na busca por novos sistemas administrativos pelos gerentes e na disposição pioneira por parte da organização em introduzir novos sistemas administrativos.

As inovações em produtos consistem em novos produtos ou serviços introduzidos para satisfazer um usuário externo ou uma necessidade de mercado. As inovações em processos caracterizam-se por serem novos elementos introduzidos na produção da organização ou na operação dos serviços ou materiais, especificações de tarefas, mecanismos de trabalho e informação e equipamentos utilizados para produzir o produto ou oferecer um serviço (Knight, 1967, Utterback & Abernathy, 1975).

Para Utterback e Abernathy (1975), a inovação em processo com níveis de produtividade baixos se desenvolve mais, com o passar do tempo, em direção a níveis de produtividade melhorados, que

resultam de mudanças concorrentes e incrementais em diversas variáveis do processo. Portanto, entende-se que uma inovação em processo também pode resultar em um novo produto.

Modelo proposto – Relação entre aprendizagem, inovação e desempenho organizacional

Objetivando avaliar a situação do segmento de atuação das empresas para melhor avaliar seus desempenhos, Baker e Sinkula (2002) adotaram as variáveis de comprometimento para a aprendizagem, visão compartilhada e mente aberta. O resultado da pesquisa mostrou que a orientação para aprendizagem afeta indiretamente o desempenho organizacional, pelo aumento dos comportamentos orientados para o mercado. Além disso, a aprendizagem afeta diretamente o desempenho, facilitando a aprendizagem generativa que leva à inovação de produtos, procedimentos e sistemas.

Estudos anteriores indicam a relação entre a aprendizagem organizacional e desempenho da empresa, como no estudo de Baker e Sinkula (2002) no qual os autores identificaram que a orientação para a aprendizagem tem um efeito direto sobre o desempenho organizacional. Prieto e Revilla (2006) demonstram a influência positiva da aprendizagem no desempenho não financeiro das organizações. Ou seja, os resultados empíricos são consistentes com a teoria e fornecem evidências que suportam a relação positiva entre a aprendizagem e inovação e desempenho organizacional (Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011).

Abbade, Zanini e Souza (2012, p. 120) explicam que “[...] para obter melhor desempenho organizacional é necessário que as empresas, assim como seus gestores, planejem e implementem ações que direcionem a empresa para uma postura orientada para o mercado e orientada para a aprendizagem”. Deste modo, a relação existente entre a aprendizagem organizacional e o desempenho organizacional pode auxiliar as empresas a obter vantagem competitiva. Com base no exposto, levantam-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

Hipótese 1 – *A aprendizagem organizacional tem influência positiva no desempenho organizacional.*

No que diz respeito à relação entre a inovação e o desempenho organizacional, destacam-se os estudos de Brown e Eisenhardt (1995), que afirmam que o acesso ao mercado influencia o sucesso e a sobrevivência das empresas, em especial daquelas que atuam em mercados competitivos. Assim, a inovação tende a se desenvolver em empresas mais competitivas.

A relação aprendizagem organizacional, inovação e desempenho organizacional também foi reconhecida por López et al. (2005), Wang (2008) Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpkan (2011), Alegre e Chiva (2013). Os autores apoiam associações positivas entre aprendizagem organizacional e desempenho

organizacional nas seguintes variáveis: fidelidade dos clientes, crescimento das vendas, rentabilidade e retorno sobre o investimento. Assim, levanta-se a seguinte hipótese de pesquisa:

Hipótese 2 – A aprendizagem organizacional tem influência positiva na inovação.

Ao analisarem uma amostra de empresas de pequeno porte, Phan, Siegel e Wright (2005) verificaram que a inovação de produtos não afeta o desempenho das empresas em ambientes favoráveis para seu desenvolvimento, mas sim, tem um efeito positivo sobre o desempenho em ambientes hostis.

A inovação auxilia as organizações de serviços a lidarem com as turbulências provenientes de

ambientes dinâmicos, tornando-as capazes de responder rapidamente aos desafios e explorar oportunidades de mercado e, conseqüentemente, apresentarem melhor desempenho organizacional (Jiménez-Jiménez & Sanz-Valle, 2011). Estudos anteriores indicam que as empresas inovadoras conseguem responder mais rápido às pressões ambientais, e por isso apresentam desempenho superior (Damanpour & Evan, 1984; López et al., 2005). Desta forma, tem-se a seguinte hipótese de pesquisa:

Hipótese 3 – A inovação tem influência positivamente no desempenho organizacional.

A Figura 1 apresenta o modelo de análise proposto para a pesquisa.

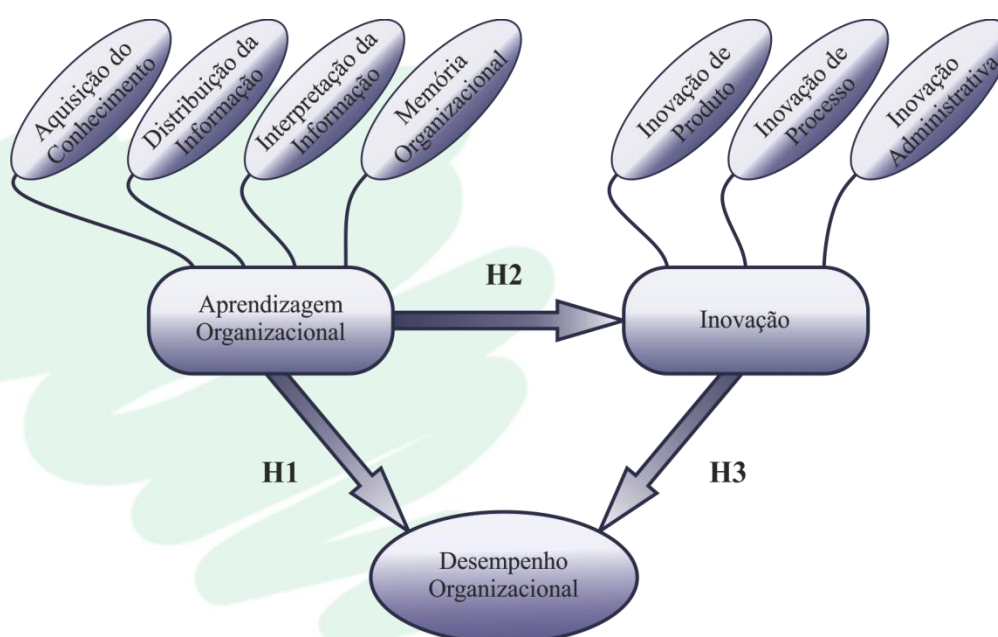


Figura 1 - Modelo proposto

Fonte: Elaborado pelos autores

Nesse modelo, a aprendizagem organizacional será medida por meio da aquisição, distribuição da informação, interpretação da informação e da memória organizacional; a inovação, por meio do produto, processo e administrativa. Além disso, pode-se medir também o desempenho da empresa, verificando assim, a influência que a aprendizagem organizacional tem na inovação e no desempenho organizacional. Finalizando a fundamentação teórica, apresenta-se, em seguida, o perfil da indústria pesquisada, que corresponde ao setor vinícola do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Perfil da indústria pesquisada

A atividade da vitivinicultura foi trazida pelos imigrantes italianos para os estados do sul do país no final do século XIX e início do século XX, e corresponde ao trabalho de cultivo das videiras e produção de vinhos. Esta atividade estimulou a fixação da cultura italiana e o desenvolvimento econômico da região da serra gaúcha, em cidades como Bento Gonçalves, Flores da Cunha, Garibaldi, Farroupilha e Caxias do Sul, visto que tais imigrantes “[...]traziam consigo sua expressiva tradição, tornando-se um elemento facilitador para a transição de uma produção doméstica para o estabelecimento do comércio do vinho do país” (Losso & Pereira, 2012, p. 185).

A maior região produtora de uvas e vinhos no Rio Grande do Sul é a Serra Gaúcha, que também é a

maior região vitícola do país, com 30.373 hectares de vinhedos, caracterizada pela topografia acidentada, predominância da mão de obra familiar e de uma viticultura de pequenas propriedades (Sehnm, Bertolini, Uveda, & Barcelos, 2010; Embrapa, 2015).

Em Santa Catarina, as primeiras vinhas foram trazidas pelos imigrantes açorianos, por volta do século XVIII, numa tentativa frustrada de fabricação de vinho. Mais tarde, por volta de 1878, com a chegada de imigrantes italianos na região de Urussanga, o cultivo da videira teve sucesso, iniciando, assim, a atividade no estado, que mais tarde se espalhou para outras regiões, como o oeste e meio oeste catarinense, com a chegada dos colonizadores de descendência italiana vindos do Rio Grande do Sul (BRDE, 2005).

Entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, a abertura do mercado estrangeiro facilitou a entrada da concorrência internacional de vinhos no Brasil, principalmente dos países do Mercosul, o que impulsionou a busca pela melhoria da produtividade e da qualidade por parte dos produtores, por meio da melhoria nas instalações e nos equipamentos. No entanto, por esta busca ter sido realizada de forma isolada, pouco se acrescentou aos processos de gestão e produção (Souza, 2009).

Dolabella e Bitencourt (2012, p. 179) destacam que esta abertura do mercado internacional no país tem gerado dificuldades para o setor, principalmente devido ao “[...] aumento da concorrência internacional e a diminuição gradativa do comércio de vinhos finos”. Quanto à busca pelo espaço no mercado internacional, o vinho brasileiro encontra problemas. De acordo com Monticelli (2015), este problema não está relacionado à qualidade do produto brasileiro, mas sim à elevada carga tributária, infraestrutura pouco desenvolvida, carência de financiamentos e existência ou não de acordos bilaterais.

No entanto, nos últimos anos, o setor vinícola tem se organizado e realizado programas para melhorar a representatividade do setor, como, por exemplo, feiras para os produtores, tais como a Envase Brasil (2016) e a tradicional Festa da Uva de Caxias do Sul (2016). Além disso, organizações foram criadas, como o Sindicato das Indústrias do Vinho de Santa Catarina [Sindivinho] (2007), fundado em 2007, que objetiva auxiliar os industriários associados no desenvolvimento de suas vinícolas.

3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, a pesquisa classificou-se como descritiva, pois relatou as características da população das vitiviniculturas e seus comportamentos em relação à aprendizagem organizacional, inovação e desempenho organizacional. Ao mesmo tempo, classificou-se como causal. No que tange aos procedimentos adotados, a pesquisa foi de levantamento, pois foram realizadas interrogações

diretas, por meio de questionários entregues pessoalmente ou enviados via *e-mail* aos gestores das vinícolas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. A pesquisa foi transversal, em um único momento, no período de janeiro a março/2016.

Quanto a abordagem, a pesquisa foi classificada como quantitativa. Para Richardson e Peres (2014, p. 70) “[...] o método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às interferências”. Dessa forma, a teoria e suas variáveis foram testadas, partindo da variável independente para as dependentes, trazendo a relação entre elas.

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário composto de 58 questões, adaptado de Huber (1991), Tippins e Shoi (2003) e Jiménez-Jiménez e Sans-Valle (2011), dividido em quatro grupos: aprendizagem organizacional, inovação, desempenho e caracterização da empresa. Para responder as perguntas, foi utilizada a escala *Likert* de 7 pontos.

No que tange a validação do questionário, a verificação da tradução do inglês para o português das assertivas do modelo original passou pela verificação de um profissional qualificado para tal. Posteriormente, e antes de aplicar o questionário às empresas, foi realizado pré-testes. O questionário foi aplicado para uma pequena amostra de respondentes – três gestores – com características semelhantes às da população-alvo afim verificar o entendimento do conteúdo da assertiva pelos gestores.

Para responder às perguntas do questionário foi utilizada escala do tipo *Likert* de 7 pontos. Para as questões referentes à aquisição do conhecimento, distribuição da informação, interpretação da informação, memória organizacional as assertivas variam de 1 - “Discordo Totalmente” a 7 - “Concordo Totalmente” (7). Já para as questões sobre inovação de produto, processo de inovação, inovação administrativa as questões foram respondidas utilizando a escala 1 - “Muito Pior que os Concorrentes” e 7 - “Muito Melhor que os Concorrentes”.

O constructo de Desempenho Organizacional, foi medido por meio de quatro itens, sendo dois de desempenho de mercado (fidelidade dos clientes e crescimento das vendas) e dois de desempenho financeiro (rentabilidade e retorno sobre o investimento). Medidas indiretas similares de desempenho organizacional foram utilizadas em pesquisa anteriores (López et al., 2005; Gunday et al., 2011).

A aprendizagem nem sempre afeta imediatamente o desempenho econômico e financeiro. Em vez de perguntar diretamente aos respondentes para relatarem medidas objetivas de desempenho financeiro, eles foram convidados a comparar o desempenho médio percebido de sua empresa - nos últimos três anos - com os seus

concorrentes. 1 - “Muito Pior que os Concorrentes” e 7 - “Muito Melhor que os Concorrentes”.

O mapeamento das empresas vinícolas foi realizado em consulta do Ministério da Agricultura e o Planejamento (Mapa), no qual foi extraído um relatório, que, em análise do sítio eletrônico da Receita Federal do Brasil (RFB), possibilitou que fossem encontradas 79 ativas em SC e 581 no RS, selecionando as empresas que tem como Cnae preponderante “11.12-7-00 - Fabricação de vinho”.

A amostra foi intencional, por acessibilidade ou conveniência. Para classificar a amostra conforme tamanho da empresa foi utilizado o critério do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [Sebrae] (2015) para empresas de micro, pequeno, médio e grande porte, classificando as organizações segundo o número de funcionários combinado com o setor de atuação. A amostra foi composta por 54 respondentes de 48 empresas, distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul (10 empresas) e Santa Catarina (38 empresas). Três empresas catarinenses responderam dois questionários cada uma com diferentes gestores.

O procedimento de coleta de dados teve início por meio de um encontro prévio com os gestores de cada uma das organizações vinícolas selecionadas para o estudo, onde lhes foi apresentada a pesquisa. Esse contato preliminar possibilitou a seleção dos participantes da pesquisa, de modo que, em seguida, foi possível agendar datas e horários oportunos para a coleta dos dados. Foram selecionadas pessoas com cargos de direção ou gerência.

Na aplicação dos questionários para as empresas do Rio Grande do Sul - RS, foram realizadas ligações *Voip* e encaminhados os questionários via *e-mail* pela *Google Forms*. O tempo médio de encaminhamento e respostas foi entre sete e 15 dias. Para as vinícolas do meio oeste catarinense, os questionários foram entregues pessoalmente. Para as outras regiões do estado de Santa Catarina, procedeu-se da mesma forma adotada para as empresas do RS, cujo tempo médio de resposta também foi de cinco a sete dias.

O *software SmartPLS* foi escolhido para a análise dos dados via MEE. Este *software* permite serem desenvolvidos modelos com amostras consideradas pequenas (Wong, 2013), com mínimo de 30 a 100 casos (Chin & Newsted, 1999), caracterizando-se como um *software* de uso crescente dentre as pesquisas na área de ciências sociais (Henseler, Ringle & Sinkovcs, 2009).

Com a intenção de identificar as relações propostas, inicialmente foi realizada a análise descritiva dos dados com medidas de tendência central, que localizam o centro de distribuição e fornecem outras informações. Em seguida, foram analisadas as medidas de dispersão ou variabilidade, pois nem sempre as medidas de tendência central oferecem um

panorama completo da distribuição de uma amostra (Hair, Babin, Money, & Samouel, 2005).

A confiabilidade dos dados foi analisada pelo *Alfa de Cronbach*, medida que varia de 0 a 1, sendo 0,7 o limite inferior proposto por Hair Jr. et al. (2005), utilizando-se, de forma complementar, a Confiabilidade Composta (CC) e Variância Média Extraída (AVE), com valores esperados de 0,7 e 0,5, respectivamente, com o propósito de identificar a confiabilidade do constructo latente (Hair et al., 2005).

Após as análises descritivas e de confiabilidade, utilizou-se a Modelagem de Equações Estruturais (MEE) para verificação da confiabilidade (com o propósito de verificação da consistência das medidas), os índices de ajuste (com o propósito de verificar se o modelo é aceitável ou não, para confirmar ou rejeitar as hipóteses) e, por fim, validade (para avaliar se os itens refletem o constructo).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A amostra totalizou 54 respondentes, sendo 48 empresas distribuídas nos estados do Rio Grande do Sul, com 10 empresas totalizando 20,83%, e Santa Catarina, com 38 empresas correspondendo a 79,17%. Para três empresas catarinenses, foram aplicados dois questionários para os gestores. Na amostra, não existiram organizações de médio e grande porte, ou seja, aquelas em que o número de funcionários ultrapassa a 100. Classificaram-se 38 como microempresas e 10 como empresas de pequeno porte (Sebrae, 2015).

Depois de realizada a análise descritiva dos constructos, procedeu-se à avaliação do modelo de mensuração. Para isto, os parâmetros utilizados para verificar a confiabilidade foram o Alpha de *Cronbach* (A.C.), *Composite Reliability* (C.R.) e *Average Variance Extracted* (A.V.E) e utilizado o *software Smart PLS*.

Inicialmente, foram analisadas as cargas fatoriais dos constructos de primeira ordem com o objetivo de purificar os dados. Como critério, foram mantidas as cargas fatoriais acima de 0,5 e eliminadas aquelas que apresentaram resultado inferior a 0,5, conforme sugere Chin (1998). Adotou-se este critério para obter o valor desejável da validade convergente, ou seja, a A.V.E maior que 0,5 e que representa o “[...] quanto, em média, as variáveis se relacionam positivamente com os seus respectivos constructos” (Ringle; Silva & Bido, 2014, p. 62).

A Tabela 1 mostra o resultado da confiabilidade para cada constructo da pesquisa, cujos resultados obtidos demonstraram que o Alpha de *Cronbach*, o *Composite Reliability* e o *Average Variance Extracted* foram superiores aos indicados pela literatura.

Tabela 1- Testes de confiabilidade dos constructos da pesquisa

CONSTRUCTO		Nº ITENS	A.C.	C.R.	A.V.E
Aprendizagem organizacional	Aquisição de conhecimento	08	0,857	0,888	0,501
	Distribuição da informação	08	0,918	0,933	0,637
	Interpretação da informação	05	0,789	0,854	0,540
	Memória organizacional	08	0,873	0,900	0,531
Inovação	Inovação administrativa	03	0,890	0,931	0,818
	Inovação de produto	04	0,691	0,813	0,531
	Inovação de processo	03	0,825	0,894	0,738
Desempenho organizacional		04	0,813	0,874	0,636

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

O constructo de primeira ordem Inovação de Produto apresentou o valor de 0,691 para o A.C, sendo classificada por Hair et al. (2005) como confiabilidade moderada. Os demais constructos apresentaram os valores do Alpha de Cronbach acima de 0,70, atestando boa confiabilidade dos dados. Todos os constructos de primeira ordem apresentaram os valores do *Composite Reliability* acima de 0,70, confirmando novamente boa confiabilidade dos dados (Hair et al, 2005). O constructo Distribuição da Informação foi o que apresentou maiores valores de A.C. e C.R. (0,918 e 0,933, respectivamente).

Para analisar a validade discriminante, ou seja, o quanto dos constructos de primeira ordem são independentes um dos outros (Ringle; Silva, & Bido, 2014), foram adotados os critérios de Fornell e Larcker (1981), que se mostrou satisfatório quando o valor destacado em cada coluna (primeiro da ordem) é maior que os valores que estão abaixo dele; e das cargas cruzadas de Chin (1998), cuja a análise foi realizada horizontalmente, ou seja, as primeiras variáveis da linha tiveram carga maior daqueles que vieram em seguida nas mesmas linhas, confirmando novamente a confiabilidade a validade dos constructos na pesquisa.

Em seguida, foi realizado o Teste T de *Student* para avaliar a significância das relações e das correlações, adequado para situações em que o tamanho da amostra é pequeno (Hair Jr. et al., 2014). Foi utilizado o modo “*Bootstrapping*” no *software Smart PLS*. Indica-se para os valores do Teste T de *Student* valores $\geq 1,96$, e para o *p-value* $< 0,05$. Quando os resultados correspondem a estes valores, há a probabilidade de 95% de significância entre as relações e as correlações (Ringle; Silva, & Bido, 2014; Hair et al, 2014).

Na pesquisa, os valores de cada constructo para o Teste T de *Student* foram $\geq 1,96$, e de *p-value* $< 0,05$, no qual mantiveram-se as assertivas dos constructos. O passo seguinte avaliou o modelo estrutural. Foi realizado o cálculo e a análise dos valores de R^2 (coeficiente de determinação de Pearson), do Q^2 (validade preditiva ou indicador de Stone-Geisser) e do f^2 (tamanho do efeito ou indicador de Cohen). O *software Smart PLS* gerou os valores do R^2 no modo “*PLS Algorithm*”; para os modos Q^2 e f^2 utilizou-se o modo “*Blindfolding*”. A Tabela 2 mostra os resultados.

Tabela 2 - Avaliação dos valores de R², Q² e f².

CONSTRUCTO	R ²	Q ²	F ²
Constructos de primeira ordem			
Aquisição de conhecimento	0,673	0,304	0,353
Distribuição da informação	0,876	0,551	0,522
Interpretação da informação	0,671	0,299	0,282
Memória organizacional	--	--	0,385
Inovação administrativa	0,338	0,253	0,603
Inovação de produto	0,712	0,348	0,238
Processo de inovação	0,558	0,374	0,462
Desempenho organizacional	0,18	0,082	0,387
Constructos de segunda ordem			
Aprendizagem organizacional	0,615	0,224	0,332
Inovação	0,215	0,068	0,208

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Conforme mostrado na Tabela 2, com os resultados obtidos para os Coeficientes de Determinação de Pearson (R²), pode-se avaliar a “[...]porção das variâncias das variáveis endógenas, que são explicados pelo modelo estrutural” (Ringle; Silva, & Bido, 2014, p. 65). Adotando-se como base a sugestão de Cohen, em que R²=2% é classificado como efeito pequeno, R²=13% como efeito médio e R²=26% como efeito grande, percebe-se que as variáveis têm efeito grande. Destacam-se os constructos de Distribuição da Informação (0,876) e Inovação de Produto (0,712) que tiveram o maior efeito.

Para a avaliação da Validade preditiva ou indicador de *Stone-Geisser* (Q²), foram considerados como satisfatórios os valores em que Q² > 0 avaliou se o constructo é útil para o ajuste do modelo (Hair et al., 2014). Conforme demonstrado na Tabela 2, todos os valores são satisfatórios.

Por fim, o Tamanho do Efeito ou Indicador de Cohen (f²) avalia, por meio da exclusão de cada constructo do modelo (um a um), o efeito a utilidade de cada constructo para o ajuste do modelo (Ringle; Silva, & Bido, 2014). Hair et al. (2014) considera que valores de 0,02, 0,15 e 0,35 são considerados pequenos, médios e grandes, respectivamente. No modelo analisado, os valores variam entre 0,238 (Inovação de Produto) e 0,603 (Inovação Administrativa), demonstrando que os valores são médios e grandes.

A fim de determinar os valores do Teste T de *Student* e *p-value* entre os constructos, foi utilizado o modo “*Bootstrapping*” do Smart PLS. Lembra-se que os valores aceitáveis para o Teste T de *Student* e *p-value* são, respectivamente, ≥ 1,96 e < 0,05. A Tabela 3 apresenta os resultados.

Tabela 3 - Teste T de *Student* e *p-value* nas relações entre os construtos da pesquisa

CONSTRUCTO	Teste T	P-value
Aprendizagem organizacional		
Aprendizagem organizacional - Aquisição de conhecimento	19,767	0,000
Aprendizagem organizacional - Distribuição da informação	65,776	0,000
Aprendizagem organizacional - Interpretação da informação	16,747	0,000
Aprendizagem organizacional - Memória organizacional	11,02	0,000
Inovação		
Inovação - Inovação administrativa	2,091	0,044
Inovação - Inovação de produto	2,016	0,000
Inovação - Processo de inovação	12,072	0,000
Relação entre os constructos da pesquisa		
Aprendizagem organizacional → Desempenho organizacional	0,854	0,393
Aprendizagem organizacional → Inovação	3,062	0,002
Inovação → Desempenho organizacional	2,091	0,037

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Na Tabela 3, os valores do Teste T de *Student* demonstram que os constructos são relevantes uns sobre os outros, ou seja, há relevância nas relações e correlações. O único *p-value* que resultou em valor acima 0,05 foi a relação entre a Aprendizagem Organizacional → Desempenho Organizacional

($p=0,393$), demonstrando que a não significância entre eles, ou seja, a aprendizagem organizacional não tem influência sobre o desempenho organizacional. Assim, depois de realizadas as análises, segue o modelo estrutural completo na Figura 2.

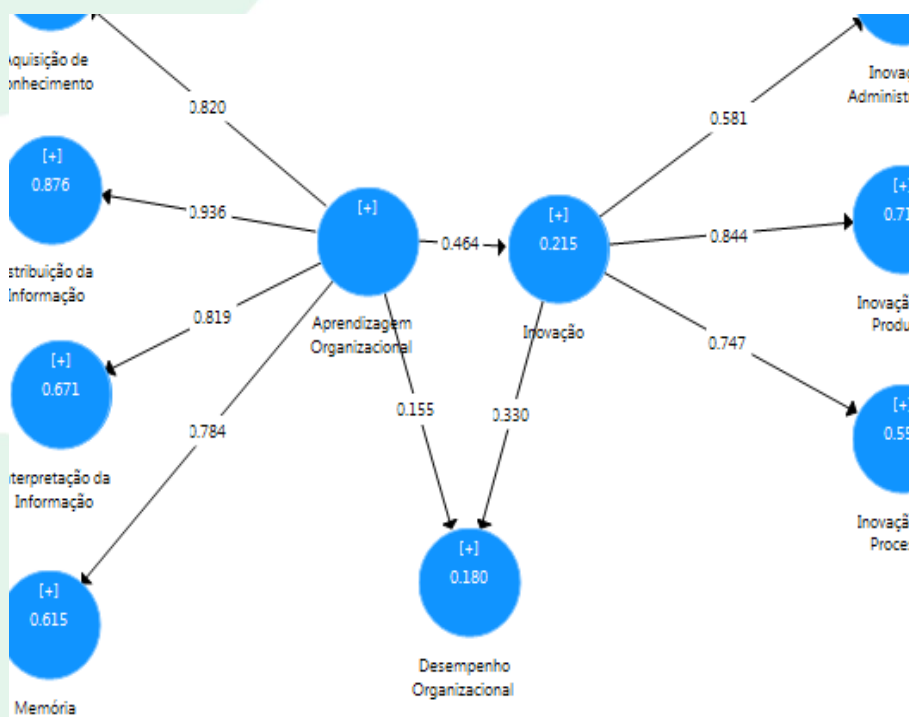


Figura 2 - Modelo estrutural completo

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

A Tabela 5 mostra os resultados das hipóteses testadas. Apenas a hipótese Aprendizagem Organizacional → Desempenho Organizacional não foi

suportada, por apresentar o *p-value* superior a 0,05 (0,393). As demais hipóteses foram suportadas.

Tabela 5 - Coeficientes padronizados, significâncias e hipóteses do modelo proposto.

Hipóteses	Constructos	Coefficiente padronizado	Teste T	P-value	Hipóteses
H1	Aprendizagem organizacional → Desempenho organizacional	0,155	0,854	0,393	Não suportada
H2	Aprendizagem organizacional → Inovação	0,464	3,062	0,002	Suportada
H3	Inovação → Desempenho organizacional	0,330	2,091	0,037	Suportada

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Primeiramente, discute-se a Aprendizagem organizacional das organizações e a relação entre os constructos de primeira ordem que a compõe: aquisição de conhecimento, distribuição da informação, interpretação da informação e memória organizacional. Conforme demonstra a Figura 2, as dimensões Aquisição de conhecimento ($\Gamma = 0,820$), distribuição

da informação ($\Gamma = 0,936$), interpretação da informação ($\Gamma = 0,819$) e memória organizacional ($\Gamma = 0,784$), apresentaram relação positiva e significativa com o constructo de Aprendizagem Organizacional com *p-values* 0,000. Neste aspecto, refletem a literatura da aprendizagem organizacional (Huber, 1991., Pérez-

López; Montes-Péon, & Vazquez-Ordás, 2005; Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011).

A dimensão que apresenta melhor relação com a Aprendizagem Organizacional é a Distribuição da Informação ($\Gamma = 0,936$ e $R^2 0,876$). A distribuição da informação se mostra evidente quando as empresas, não só as que produzem o vinho, como as empresas auxiliares do setor, começam a introduzir atividades para fortalecer o mercado.

A distribuição da informação ocorre quando as organizações aprendem a partir da experiência direta e também com outras organizações (Argote & Miron-Spektor, 2011). Como exemplos, foram criados na década de 2000 o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) e o Plano Estratégico para Cadeia Vitivinícola do Estado do RS – Visão 2025, que fomentam as opiniões de agricultores, vinícolas, cooperativas e governo para o desenvolvimento da cadeia vitivinícola do país. Além disso, um plano estratégico elaborado pelo Sebrae em 2005 trouxe propostas para o desenvolvimento do setor vinícola em outras regiões, tais como o Vale do São Francisco e a Região Serrana de Santa Catarina (Machado Padilha, Severo, Delgado, & Silva, 2010).

A segunda dimensão que melhor respondeu a Aprendizagem Organizacional foi a Aquisição de Conhecimento ($\Gamma 0,820$ e $R^2 0,673$). A aquisição de conhecimento compreende o processo no qual a empresa se utiliza de novas informações para a obtenção de conhecimento (Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011). Assim, quando a empresa adquire conhecimento e o perpassa aos seus indivíduos, novas estratégias podem ser tomadas para auxiliarem seu funcionamento.

Na região sul do Brasil, são promovidas diversas feiras e exposições para que os produtores e empresários estejam sempre atualizados sobre o setor. Como exemplo, cita-se a Feira Envase, realizada em Bento Gonçalves - RS, que objetiva apresentar novas tecnologias, produtos e serviços para as indústrias de vinhos, espumantes, sucos e derivados (Envase, 2016).

Depois da distribuição da informação e da aquisição do conhecimento, a melhor dimensão que forma a aprendizagem organizacional é a Interpretação da Informação ($\Gamma 0,819$ e $R^2 0,671$). Para Huber (1991), o grau de interpretação da informação pode ser afetado por cinco situações relevantes, que são a uniformidade de mapas cognitivos anteriores possuídos pelas organizações; a uniformidade da elaboração da informação; a riqueza dos meios utilizados para transmitir as informações; e o montante da “desaprendizagem” que pode ser necessário antes de uma nova interpretação a ser processada.

Conseguir que todos dos atores interpretem o conhecimento, é fundamental para os resultados da empresa, neste sentido, que a interpretação da informação não ocorre só no ambiente interno das organizações, mas também externamente, com outras empresas quando ameaças externas aparecem naquela determinada região.

A dimensão com menor relação com aprendizagem organizacional foi a Memória Organizacional ($\Gamma = 0,784$ e $R^2 0,615$). A existência de mecanismos para registrar e recuperar as informações, banco de dados atualizados dos clientes e atualização dos bancos de dados presentes nas organizações constituem mecanismos de mensuração da memória organizacional (Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011).

A memória organizacional fica armazenada em relatórios que órgãos governamentais promovem sobre o setor, como, por exemplo, os anuários da Embrapa Uva e Vinho, que armazenam dados gerais e externos. Também, as empresas podem promover descrições de rotinas organizacionais para padronizar processos internos (Dolabella & Bitencourt, 2012).

A assertiva que melhor respondeu a Inovação foi a Inovação de Produto ($\Gamma 0,844$, $R^2 0,712$ e p -value de 0,000). A inovação de produto trata da inserção no mercado de produto ou serviço novo, com certa característica inexistente até então. (Ocde, 2005; Jiménez-Jiménez & Sans-Valle, 2011). Apesar das vinícolas trabalharem com um produto específico (vinho), em razão do aumento da carga tributária no país para as bebidas alcoólicas (Souza, 2009), o setor vem buscando outras alternativas, como a fabricação do suco de uva, que vem chamando a atenção dos consumidores pelos resultados benéficos que as pesquisas apresentaram para a saúde (Uvibra, 2009), o que pode explicar a assertiva Inovação de Produto ser a que melhor responde a Inovação.

A Inovação de Processo apresentou $\Gamma 0,747$, R^2 de 0,558 e p -value de 0,044. A inovação de processo acontece quando se introduz algo novo no processo de fabricação ou aperfeiçoamento de um produto (Ocde, 2005). Assim, as empresas participantes desta pesquisa responderam que são significativas as mudanças inseridas no processo e que há disposição por parte de seus membros de efetivá-las.

A Inovação Administrativa foi a dimensão com menor relação com o constructo de Inovação, contudo, a relação foi positiva e significativa ($\Gamma 0,581$, $R^2 0,338$ com p -value de 0,000). Conforme Jiménez-Jiménez e Sans-Valle (2011), a Inovação Administrativa advém da busca por novos sistemas administrativos pelos gerentes e na introdução de novos sistemas administrativos.

Para Gopalakrishnan e Damanpour (1997), as inovações administrativas estão diretamente relacionadas aos aspectos gerenciais, tais como estrutura organizacional, processos administrativos e recursos humanos. Para as respondentes desta pesquisa, percebe-se que a inovação administrativa não é tão percebida pelos gestores quanto às outras duas deste trabalho, o poder de decisão se encontra somente nas mãos de um ou dois membros.

No modelo proposto nesta pesquisa, a influência da Aprendizagem Organizacional sobre o Desempenho Organizacional não foi suportada ($\Gamma 0,155$ e $R^2 0,180$), H1. Os resultados empíricos não são consistentes com a teoria (Baker & Sinkula, 2002) e

não fornecem evidências que suportam a relação positiva entre a aprendizagem e o desempenho organizacional. Constatando-se que a inovação melhora o desempenho, estes achados parecem refletir que a inovação é mediadora da relação entre aprendizagem e desempenho organizacional.

Os resultados não suportam o entendimento de que a aprendizagem organizacional influencia o desempenho organizacional. Os achados indicam que essa relação acontece de maneira indireta, em outras palavras, a aprendizagem organizacional influencia a inovação que, por seu turno, influencia o desempenho organizacional. Estes resultados contrariam pesquisas empíricas anteriores sobre a relação entre aprendizagem e desempenho organizacional (López et al., 2005). Prieto e Revilla (2006) sugerem que é possível pressupor que a aprendizagem vai melhorar o desempenho futuro. Ao longo do tempo, desempenho superior depende do aprendizado superior.

Quando analisada a relação entre a Aprendizagem Organizacional e a Inovação, H2, (Γ 0,464 e R^2 0,215), percebe-se que a Aprendizagem Organizacional influencia na Inovação da empresa. Este resultado vem ao encontro de estudos anteriores, Chiva, Alegre e Lapiedra (2007) argumentam que a aprendizagem organizacional influencia a inovação, contribuindo de forma positiva para a geração de ideias e conceitos essenciais ao desenvolvimento de produto.

Cohen e Levittall (1990) lembram que a aquisição de um conhecimento está relacionada em reter o que é novo para ela, podendo assim assimilar as informações e realizar inovações. A organização, quando aprende, isto é, adquire uma nova informação, distribui esse aprendizado aos seus membros que, por sua vez, o interpretam e o transformam em conhecimento e o retém. Quando isso ocorre é possível se gerar inovações, sejam em processos, decisões gerenciais ou criando um novo produto.

Portanto, como mencionado anteriormente, a criação de órgãos ligados ao governo e aos empresários para auxiliarem o desenvolvimento do setor, feiras e exposições para viticultores e vinicultores, fomentam a aquisição e distribuição de novos conhecimentos, gerando impacto na organização, que busca melhorar suas tecnologias, aprimorar seus produtos, etc.

Por último, foi suportada a relação entre a Inovação e o Desempenho das empresas, H3, (Γ 0,330 e R^2 0,180). Para estas empresas, a inovação tem influência positiva no desempenho organizacional. Estudos sobre a relação da inovação no desempenho fornece uma avaliação positiva de que a inovação resulta em aumento de desempenho organizacional (Damanpour & Evan, 1984). Assim, a adoção de novas práticas no processo de cultivo das vinhas ou na fabricação do vinho pode melhorar o desempenho, diminuindo o tempo de fabricação e os custos operacionais, por exemplo. Conforme Machado Padilha et al. (2010, p. 105), a inovação também influencia o desempenho organizacional, quando a literatura demonstra que as parcerias com órgãos e

outras empresas do setor são determinantes para desenvolver inovações e aperfeiçoar produtos e processos.

Este estudo mostrou que a aprendizagem organizacional pode influenciar a inovação no setor vinícola. Alguns fatores externos, tal como a abertura do mercado internacional, influenciaram os pequenos empresários a buscarem melhorias do processo de cultivo das videiras e novos produtos, como novas tecnologias de processamento das uvas e a produção dos vinhos finos. Mesmo que não percebida por muitas empresas, cada feira, exposição, troca de informações com outras empresas, que são suas concorrentes na região, por exemplo, desenvolvem para elas a aprendizagem organizacional; e a inovação, portanto, se torna um resultado desta aprendizagem, mostrada em cada pequeno melhoramento ou em uma nova linha de produtos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa procurou analisar a influência da aprendizagem organizacional sobre a inovação de organizações do setor vinícola, cuja relação se mostrou positiva. A aprendizagem por parte dos atores organizacionais fornece conhecimento para a introdução de novos produtos, processos ou decisões gerenciais. Este resultado fortalece a área da literatura acadêmica que afirma que a aprendizagem organizacional tem efeito positivo sobre a inovação.

Também buscou-se analisar a influência da aprendizagem organizacional sobre desempenho organizacional, cujo resultado não foi positivo. Ao contrário do que a teoria fornece, esta pesquisa demonstrou que, para esta amostra, a aprendizagem organizacional não influencia o desempenho organizacional. Constatou-se que a aprendizagem organizacional influencia a inovação e que a inovação influencia o desempenho organizacional.

O modelo proposto para este trabalho confirmou que no setor vinícola a aprendizagem organizacional pode ser medida pelas dimensões de aquisição de conhecimento, distribuição da informação, interpretação da informação e memória organizacional; bem como a inovação pode ser medida pelos indicadores de inovação de produto, de processo e administrativa. Além disso, para este setor a aprendizagem organizacional influencia positivamente a inovação, mas não o desempenho organizacional, e por último, a inovação influencia o desempenho organizacional.

A pesquisa demonstrou que a distribuição da informação entre os empresários do ramo vinícola pode favorecer a aprendizagem para o setor, pois podem ser adquiridos novos conhecimento sobre técnicas de cultivo dos parreirais e produtos primários e secundários. Ainda, estes novos conhecimentos poderão ajudar a desenvolver a inovação para novos produtos, processos e atividades gerenciais.

Essa pesquisa possui algumas limitações. Uma delas está associada a utilização de dados de corte transversal, considerando-se que a aprendizagem organizacional e a inovação são fenômenos evolutivos, e que os resultados surgem de forma gradual. Portanto, permanece a lacuna quanto a influência no tempo ou no desempenho causadas pela adoção de práticas de aprendizagem organizacional. Outra limitação decorre da utilização de dados subjetivos na avaliação do desempenho organizacional, embora pesquisas anteriores (Jiménez-Jiménez e Sans-Valle, 2011) corroborarem que a avaliação subjetiva reflete resultados semelhantes aos encontrados em análises objetivas.

Para as pesquisas futuras, sugere-se aumentar a amostra para estados, tais como a Pernambuco e Bahia, onde as técnicas de produção integradas da região do Vale do Rio São Francisco vêm favorecendo o cultivo de videiras e o aparecimento de novas indústrias do setor. Também sugere-se incluir o constructo de cultura organizacional à aprendizagem organizacional e abranger a pesquisa para área da capacidade absorptiva. Por último, sugere-se utilizar variáveis moderadoras, como o controle, o tamanho, a idade e a turbulência do ambiente.

REFERÊNCIAS

- Abbate, E. B., Zanini, R. R., & Souza, A. M. (2012) Orientação para aprendizagem, orientação para mercado e desempenho organizacional: evidências empíricas/learning orientation, market orientation and organizational performance: empirical evidences. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(1), 118.
- Argote, L., & Miron-Spektor, E. (2011) Organizational learning: from experience to knowledge. *Organization science*, 22(5), 1123-1137.
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1996) Organisational learning II: theory, method and practice. *Reading: Addison-Wesley*.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2002) Market orientation, learning orientation and product innovation: delving into the organization's black box. *Journal of market-focused management*, 5(1), 5-23.
- Bido, D. D. S., & Araujo, B. (2011) Comparação de três escalas para a mensuração da aprendizagem organizacional. *Encontro da Anpad, EnAnpad*, 35.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1995) Product development: past research, present findings, and future directions. *Academy of management review*, 20(2), 343-378.
- Castilho, N., Silva, C., & Turrioni, J. (2004) Aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento. *Anais do Simpósio de Engenharia de Produção (Simpep)*. Bauru, São Paulo, Brasil.
- Cegarra-Navarro, J. G., Cepeda-Carrion, G., & Jimenez-Jimenez, D. (2011) Linking unlearning with innovation through organizational memory and technology. *Leading Issues in Innovation Research*, 1.
- Chin, W. W. (1998) The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1999) Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. *Statistical strategies for small sample research*, 1(1), 307-341.
- Chiva, R., Alegre, J., & Lapiedra, R. (2007) Measuring organisational learning capability among the workforce. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 224-242.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990) Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation, *ASQ*, 35, 128-152.
- Costa, W. S., & Silva, S. C. M. (2007) Aquisição de conhecimento: o grande desafio na concepção de sistemas especialistas. *Holos*, 2, 37-46.
- Damanpour, F., & Evan, W. M. (1984) Organizational innovation and performance: the problem of "organizational lag". *Administrative science quarterly*, 392-409.
- Dolabella, R. V. M., & Bitencourt, C. C. (2012) A consolidação das competências organizacionais na vitivinicultura brasileira: o caso na vinícola Miolo. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, 14(2).
- Dougherty, D. (2001). Organizando para a inovação. In S. Clegg, C. Hardy, & W. Nord. *Handbook de estudos organizacionais*. São Paulo: Atlas.
- Easterby-Smith, M. & Lyles, M. A. (2003) Introduction: watersheds of organizational learning and knowledge management. In: Easterby-Smith, M., Burgoyne, J. (Org.) *The blackwell handbook of organizational learning and knowledge management*. Malden/USA.
- Envase (2016) *Envase Brasil*. Recuperado em 15 maio, 2016, de <http://www.envasebrasil.com.br/>

- Festa Nacional da Uva S.A. Caxias do Sul. (2016). Recuperado em 15 maio, 2016 de <http://festanacionaldauva.com.br/pavilhoes/?ir=contato>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981) Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 39-50.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997) A review of innovation research in economics, sociology and technology management. *Omega*, 25(1), 15-28.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011) Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662-676.
- Hair Jr, J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005) *Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração*.
- Hair Jr, J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2014) *Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração*.
- Hall, R., & Andriani, P. (2003) Managing knowledge associated with innovation. *Journal of business Research*, 56(2), 145-152.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009) The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*, 277-319. Emerald Group Publishing Limited.
- Huber, G. P. (1991) Organizational learning: the contributing processes and the literatures. *Organization science*, 2(1), 88-115.
- Instituto Brasileiro do Vinho (2014) Censo aponta carência de mão de obra qualificada no setor vinícola. Recuperado em 12 julho, 2015, de http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,699443,Censo_aponta_carencia_de_mao_de_obra_qualificada_no_setor_vitivinicola,699443,5.htm
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of business research*, 64(4), 408-417.
- Knight, K. E. (1967) A descriptive model of the intra-firm innovation process. *The Journal of Business*, 40(4), 478-496.
- Learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.
- Losso, F. B., & do Amaral Pereira, R. M. F. (2012). O desenvolvimento da vitivinicultura e as possibilidades de implantação de roteiros enoturísticos na Região de São Joaquim (SC, Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 6(2), 181-200.
- Machado Padilha, A. C., Severo, L. S., Delgado, N. D. A., & da Silva, T. N. (2010) Inovação tecnológica em indústrias competitivas do agronegócio: uma análise na Cooperativa Vinícola Aurora Ltda.–RS. *Estudo & Debate*, 17(1).
- Monticelli, J. M. (2015) Competição, cooperação e cooptação: simetrias e discrepâncias na indústria vitivinícola do Rs. 13(2), 1-25. *Revista de Administração da Unimep-Unimep Business Journal*, 13(2), 1-25.
- Organização para a Cooperação do Desenvolvimento Econômico (Ocde, 2005). *Manual de Oslo*. (3 ed.) Finep - tradução portuguesa.
- Pérez López, S., Manuel Montes Peón, J., & José Vazquez Ordás, C. (2005) Organizational learning as a determining factor in business performance. *The learning organization*, 12(3), 227-245.
- Perin, M. G., Sampaio, C. H., Duha, A. H., & Bitencourt, C. C. (2006) Processo de aprendizagem organizacional e desempenho empresarial: o caso da indústria eletroeletrônica no Brasil. *RAE Eletronica*, 5(2).
- Phan, P. H., Siegel, D. S., & Wright, M. (2005) Science parks and incubators: observations, synthesis and future research. *Journal of business venturing*, 20(2), 165-182.
- Prieto, I. M., & Revilla, E. (2006) Learning capability and business performance: a non-financial and financial assessment. *The Learning Organization*, 13(2), 166-185.
- Richardson, R. J., Peres, J. A. S., Wanderley, J. C. V., Correia, L. M., & Peres, M. H. M. (2014). *Pesquisa social: métodos e técnicas* (3.ed) 334. São Paulo: Editora Atlas.
- Ringle, C. M., Da Silva, D., & Bido, D. D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *REMark*, 13(2), 54.
- Schumpeter, J. A. (1934) *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, 55. Transaction publishers.

- Sehnm, A., Bertolini, A. L., Uveda, V. P., & Barcellos, P. F. P. (2010) Estratégia e competitividade sistêmica: estudo de caso do setor vitivinícola da serra gaúcha. *Race, Unoesc*, 9(1-2), 67-90.
- Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. (Sebrae, 2015) *Critério de classificação de empresas: EI – ME – EPP*. Recuperado em 11 fevereiro, 2015, de <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>.
- Sindicato das Indústrias do Vinho de Santa Catarina. (2007) *Estatuto de Constituição do Sindicato das Indústrias do Vinho de Santa Catarina*. Recuperado em 15 maio, 2016, de <http://www.sindivinho.com.br/arquivos/ESTATUT%20SC.pdf>.
- Souza, S. O. (2009) A internacionalização como estratégia para o incremento da competitividade da cadeia vinícola gaúcha. *Internext*, 4(1), 1-19.
- Templeton, G. F., Morris, S. A., Snyder, C. A., & Lewis, B. R. (2004) Methodological and thematic prescriptions for defining and measuring the organizational learning concept. *Information Systems Frontiers*, 6(3), 263-276.
- Tippins, M. J., & Sohi, R. S. (2003). IT competency and firm performance: is organizational learning a missing link? *Strategic management journal*, 24(8), 745-761.
- Tsang, E. W. (1997) Organizational learning and the learning organization: a dichotomy between descriptive and prescriptive research. *Human Relations*, 50(1), 73-89.
- União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra, 2009) *Vinho ou suco de uva?* Recuperado em 15 maio, 2016, de http://www.uvibra.com.br/vinhoesaude_21.htm.
- Utterback, J. M., & Albernathy, W. J. (1975) A dynamic modelo of process and reorientation. *Administrative Science Quarterly*, 16(2), 203-215.
- Wang, C. L. (2008) Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 32, 635–657.
- Wong, K. K. K. (2013) Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.