



ANÁLISE DA CAPACIDADE ABSORTIVA NO ENOTURISMO: O CASO DA ROTA VALE DOS VINHEDOS NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

ANALYSIS OF THE ABSORPTIVE CAPACITY IN WINE TOURISM: THE CASE OF THE VALE DOS VINHEDOS ROUTE IN THE STATE OF RIO GRANDE DO SUL

CAMILE BONOTTO

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: camilebonotto@gmail.com

MARCELINO DE SOUZA

Professor dos Programas de Pós-Graduação em Agronegócios e de Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: marcelino.souza@uol.com.br

ANA CLAUDIA MACHADO PADILHA

Programa de Pós-Graduação em Administração na Universidade de Passo Fundo (PPGAdm/UPF). Brasil. E-mail: anapadilha@upf.br

Grupo de Trabalho (GT): <<GT5 e Agricultura familiar e ruralidades>>

Resumo

No Brasil o enoturismo se constitui em uma das modalidades de turismo que apresenta um importante crescimento e, além disso, possibilita conjugar diversas atividades de forma sinérgica com claros efeitos no desenvolvimento rural. Assim, esta pesquisa teve como objetivo analisar as dimensões da capacidade absorptiva através da visão dos gerentes/proprietários das vinícolas que estão inseridas no roteiro turístico Vale dos Vinhedos, localizado no estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa utilizou o conceito de capacidade absorptiva sendo este entendido como a capacidade de absorção de conhecimento da organização. Para tal, foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: abordagem qualitativa com pesquisa do tipo descritiva através de constituição de uma amostra intencional não probabilística onde foram entrevistados 18 gestores de vinícolas de grande e pequeno porte nos anos de 2021 e 2022. Os resultados mostraram que os gestores das vinícolas detêm conhecimentos prévios os quais são utilizados na administração dos empreendimentos e, além disso os elementos internos são aqueles que mais influenciam no desenvolvimento da atividade. Já os elementos externos estão basicamente vinculados às questões relacionadas ao mercado sendo que estes estimulam e incrementam a capacidade absorptiva das vinícolas. Outro aspecto verificado é que a demanda por novos conhecimentos reflete na aprendizagem organizacional e se expressa numa condição importante especialmente nas estratégias de gestão das vinícolas. Através do estudo conclui-se que cada dimensão possui uma função complementar e fundamental, sendo que, a capacidade absorptiva pode estimular destacadamente na performance da vinícola e também dos roteiros turísticos.

Palavras-chave: Enoturismo; vinícolas; capacidade absorptiva.

Abstract

In Brazil, wine tourism is one of the tourism modalities that presents a significant growth and, in addition, it makes it possible to combine different activities in a synergistic way with clear effects on rural development. Thus, this research aimed to analyze the dimensions of the absorptive capacity through the vision of the managers/owners of the wineries that are inserted in the tourist itinerary Vale dos Vinhedos, located in the state of Rio Grande do Sul. The research used the concept of absorptive capacity, which is understood as the capacity to absorb knowledge outside the organization. To this end, the following methodological procedures were adopted: qualitative approach with descriptive research through the constitution of an intentional non-probabilistic sample where 18 managers of large and small wineries were interviewed in the years 2021 and 2022. Winery managers have prior knowledge which is used in the management of enterprises and, in addition, internal elements are those that most influence the development of the activity. The external elements, on the other hand, are basically linked to issues related to the market, as these stimulate and increase the absorptive capacity of wineries. Another verified aspect is that the demand for new knowledge is reflected in organizational learning and is expressed in an important condition, especially in winery management strategies. Through the study, it is concluded that each dimension has

a complementary and fundamental function, and the absorptive capacity can significantly stimulate the performance of the winery and also of the tourist routes.

Key words: *Enotourism; wineries; absorptive capacity.*

1. Introdução

A vitivinicultura do Vale dos Vinhedos é associada à conquista do território por imigrantes italianos iniciada em 1875 (DOLCI; TONINI; DE SOUZA, 2021). O destino turístico Vale dos Vinhedos dispõe de uma estrutura organizada e consolidada por uma gama de atrativos turísticos (VALDUGA; MINASSE, 2018). O processo vitivinícola, na sua maior parte, localiza-se na região pertencente ao município de Bento Gonçalves, estado do Rio Grande do Sul, sendo responsável por 90% do vinho produzido no Brasil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

Também é importante dizer que o roteiro turístico Vale dos Vinhedos foi o primeiro destino do Brasil a obter a Indicação de Procedência (IP) para seus vinhos, e foi no ano de 2012 que recebeu a Denominação de Origem (DO), ganhando expressividade em razão das atividades enoturísticas, em virtude da sua formalização (DOLCI; TONINI; DE SOUZA, 2021). A atividade enoturística, estimula assertivamente aspectos, como: economia, qualificação da mão de obra, qualidade de vida, manutenção do legado, desenvolvimento da habilidade empreendedora e colaboração (ALONSO; AMO; VIDAL, 2017). É importante frisar que, o enoturista está disposto a pagar quantias generosas, em razão de uma experiência na produção e consumo de vinhos (MCFARLANE, 2017).

Identificando o potencial do enoturista para o desenvolvimento do local, é importante também apontar que o cuidado com o dimensionamento do enoturismo colabora para o desenvolvimento local e regional, porém é essencial uma ação simultânea entre os atores envolvidos no processo (LOSSO; PEREIRA, 2012). Pois, a atividade enoturística possui uma abundante multiplicidade de experiências desenvolvidas em torno a: produtores, vinícolas, restaurantes, hotéis, pousadas, cafés, bares e lojas (MARQUES; MARQUES, 2017). E, pretendendo melhorar as experiências da zona rural é essencial que a organização saiba identificar o valor das novas informações externas, assimilando-as e aplicando-as, resultando na inovação da capacidade absorptiva (COHEN; LEVINTHAL, 1990).

Compreendendo a importância da capacidade absorptiva no quesito inovação e interligando esse contexto ao capital humano organizacional, sendo parte essencial da capacidade intraempreendedora, esta possibilitará a exploração do conhecimento tanto interno como externo, gerando inovações e ampliando o grau de competitividade organizacional (AUDRETSCH et al., 2021).

Também é importante apontar que, as boas práticas de gestão também irão determinar o desenvolvimento da capacidade absorptiva e o melhoramento da produtividade (JACOMOSSO; FELDMAN, 2020). Quando as organizações buscam conhecimento de distintas fontes em seu espaço acabam por inspirar as dimensões de aquisição e assimilação da capacidade absorptiva (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Porém, é primordial compreender os fluxos de conhecimento do ambiente rural onde as vinícolas estão inseridas, sendo necessário utilizar do conceito da capacidade absorptiva. O conceito da capacidade absorptiva é uma fonte de vantagem competitiva, definida por um conjunto de capacidades apoiadas no conhecimento da organização (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Porém, para entender a capacidade absorptiva do enoturismo com o meio externo é importante entender as suas quatro dimensões: aquisição, assimilação, transformação e exploração (ZAHRA; GEORGE, 2002). Cada dimensão desempenha um papel relevante, sendo

que, a capacidade absorptiva pode influenciar no resultado organizacional, tanto positivamente como negativamente (VAN DEN BOSCH; VAN WIJK; VOLBERDA, 2003).

A abordagem conceitual da capacidade absorptiva poderá influenciar na concepção de competências organizacionais, melhorando as fontes de vantagem competitiva e aperfeiçoando o resultado econômico (ZAHRA; GEORGE, 2002). Identificamos, que a capacidade absorptiva está positivamente relacionada ao desempenho da organização (GEORGE et al., 2001). Para tal, formulou-se o seguinte objetivo para esta pesquisa: analisar o processo de capacidade absorptiva em algumas vinícolas, que trabalham com enoturismo, localizadas na região do Vale dos Vinhedos, RS, Brasil.

Adicionalmente, foi identificado que após a crise de Covid-19, os visitantes possuem uma certa preferência em destinos menos populares e menos lotados. Este fato pode se constituir em uma oportunidade para a região desenvolver uma indústria vinícola sustentável, atraindo com isso novos visitantes para esse contexto (KARAGIANNIS; METAXAS, 2020). Na próxima seção do artigo será discutido o conceito de capacidade absorptiva o qual foi utilizado na pesquisa que deu origem a este artigo.

2. Revisão teórica

Nesta seção serão abordados sinteticamente o conceito de capacidade absorptiva e a noção de enoturismo, pois os mesmos forneceram as bases teóricas que fundamentaram este artigo.

2.1 Capacidade Absortiva

As inovações organizacionais, são resultantes da agregação de novos conhecimentos através da readequação empresarial em atividades internas (MÜLLER; BULIGA; VOIGT, 2020). Identificando a importância do conhecimento, foram pesquisados os artigos desenvolvidos pelos autores Cohen e Levinthal, que trabalham com o conceito da capacidade absorptiva, ou seja, a capacidade da empresa em reconhecer, assimilar e aplicar novas informações externas, sendo estas fundamentais para a sua capacidade inovativa (COHEN; LEVINTHAL, 1990).

Os autores Cohen e Levinthal são referências nesta área, sendo que estes desenvolveram uma quantidade significativa de pesquisas sobre como as organizações absorvem novos conhecimentos (FERREIRA; FERREIRA, 2017; JONES, 2006). Para os autores Cohen e Levinthal, o conceito da capacidade absorptiva relaciona-se diretamente com os investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) (GRANDINETTI, 2016). Vale destacar que a P&D não somente gera novas informações, mas também aumenta a capacidade da empresa de assimilar e explorar as informações existentes (COHEN; LEVINTHAL, 1989).

Por isso, é importante que a empresa invista na melhoria da sua base de conhecimento para mantê-la atual, construindo as suas capacidades inovadoras através de investimentos sustentados em P&D (ZAHRA; HAYTON, 2008). Porém, o processo de transformação dos fluxos de conhecimento externos resultará em inovações e o papel desempenhado pela capacidade absorptiva mudará constantemente implicando em distintas capacidades e rotinas organizacionais (FOSFURI; TRIBÓ, 2008).

Identifica-se também, em estudos, que a capacidade absorptiva intervém no resultado organizacional (VAN DEN BOSCH; VAN WIJK; VOLBERDA, 2003). A nomeada capacidade absorptiva, melhora os seguintes aspectos: a busca do conhecimento, nas oportunidades, na qualidade dos investimentos e nas inovações (GARRIDO et al., 2017). Também, podemos dizer



que a capacidade absorviva é uma habilidade desenvolvida cumulativamente através de uma sequência de conhecimentos (KNOPPEN; SARIS; MONCAGATTA, 2022).

Porém, as boas práticas de gestão determinam o desenvolvimento da capacidade absorviva e consequentemente um melhoramento na produtividade organizacional (JACOMOSSI; FELDMAN, 2020). A capacidade absorviva também promove o avanço da inovação, reflexo das práticas da gestão de capital proporcionadas pelas rotinas organizacionais (CASSOL et al., 2016).

Mesmo entendendo a importância da capacidade absorviva no quesito inovação, sendo abordada em vários estudos, é importante também apontar que os fatores condutores continuam a ser um ponto focal e em aberto. Uma vez que, a capacidade absorviva está coligada fortemente ao capital humano organizacional e que a gestão dessa capacidade é parte essencial das capacidades intraempreendedoras, permitindo a exploração do conhecimento tanto externo como interno, gerando e implementando novas ideias para aumentar a competitividade organizacional (AUDRETSCH et al., 2021).

Vale ressaltar também que a capacidade absorviva permite que as organizações melhorem as condições da inovação e consequentemente o seu desempenho financeiro, ou seja, esta é compreendida como a capacidade de reconhecer, reunir e também absorver novas informações externas, bem como explorar suas informações internas em novos conhecimentos (YIU; WU, 2021).

Ou seja, a capacidade absorviva gera vantagem competitiva, desenvolvendo possibilidades de integração para pequenas, médias e grandes vinícolas (MIRANDA; CONTRERAS; VALENZUELA, 2016). É importante salientar que a capacidade absorviva também depende do deslocamento do fluxo de conhecimento entre e dentro de unidades (COHEN; LEVINTHAL, 1990). Salienta-se, que a integração social poderá facilitar a distribuição de informação, coleta, interpretação e identificação de tendências (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Aponta-se também que a capacidade absorviva de uma organização dependerá das capacidades absorvivas de seus membros. O desenvolvimento da capacidade absorviva de uma organização irá basear-se no investimento prévio, ou seja, no desenvolvimento de suas capacidades absorvivas constituintes e individuais (COHEN; LEVINTHAL, 1990). A capacidade absorviva classifica-se assim em: potenciais e realizadas, visto que, as organizações buscam conhecimento em diferentes fontes em seu ambiente (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Visto que, um equilíbrio entre as capacidades potenciais e realizadas poderá contribuir positivamente para um desempenho superior organizacional (BOUGUERRA et al., 2022). A capacidade potencial possibilita à empresa a receptividade ao conhecimento externo, constituída pela capacidade de aquisição e assimilação do conhecimento externo, florescendo nas demandas do ambiente (PÉREZ, 2018; BARRIONUEVO; MORALES; MOLINA, 2011). Já na capacidade realizada, o conhecimento aprendido é transformado e explorado, ou seja, posto em uso (KOERICH; CANCELLIER; TEZZA, 2015).

A dimensão aquisição, relaciona-se ao processo de informação, exploração, identificação, interação e transferência do conhecimento organizacional (FLATTEN et al., 2011). A dimensão aquisição refere-se à capacidade de uma empresa em identificar as informações externas relevantes em relação à quantidade total de informações que cercam a organização (TRIBO; FOSFURI, 2008).

Já na dimensão assimilação, o novo conhecimento integra a base de conhecimento por meio da rotinização e a assimilação do conhecimento tornando-se complexa em razão das barreiras estruturais, cognitivas ou políticas organizacionais (ZAHRA; GEORGE, 2002). Ou seja, a dimensão assimilação refere-se às rotinas e processos de uma empresa, que permitem

analisar, processar, interpretar e entender informações obtidas a partir de fontes externas (TRIBO; FOSFURI, 2008).

É importante salientar que o foco excessivo no processo de aquisição e assimilação provavelmente afetará o desenvolvimento do processo de aprendizagem, ou seja, a transformação e exploração do conhecimento (BOUGUERRA et al., 2022).

Identifica-se que a dimensão transformação possui um papel eficaz no amparo a adaptação às demandas externas, novos produtos, novos processos e desenvolvimentos tecnológicos (CRESPI et al., 2020). A dimensão da transformação consiste na capacidade de modificar e adaptar conhecimentos externos e combiná-lo com o conhecimento existente gerado internamente (TRIBO; FOSFURI, 2008).

Já a dimensão exploração faz-se importante para o sucesso e desempenho das estratégias designadas em longo prazo organizacional (ZAHRA; GEORGE, 2002). Finalmente, a exploração refere-se à capacidade de transformar o conhecimento em vantagem competitiva (TRIBO; FOSFURI, 2008).

Na figura 1, é possível identificar o momento em que os “gatilhos” ativam a capacidade absorptiva. Na figura 1, é possível identificar a capacidade potencial e realizada, como forma de contribuição para uma vantagem competitiva organizacional (ZAHRA; GEORGE, 2002).

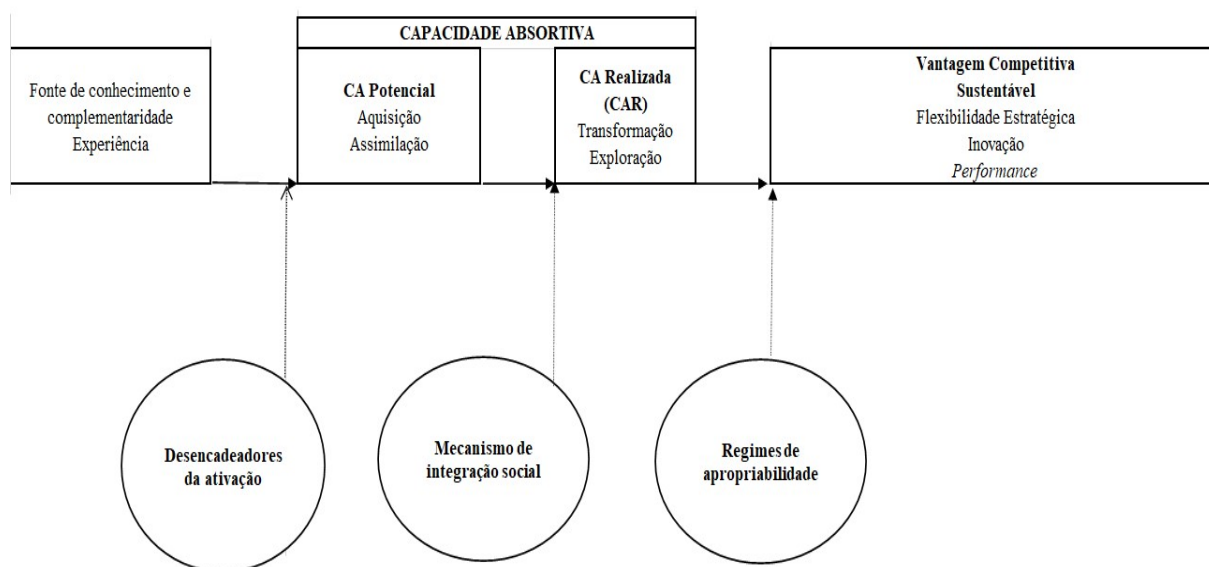


Figura 1: Um modelo de capacidade absorptiva.

Fonte: Adaptado pelos autores de Zahra; George, (2002).

Os gestores devem ter ciência que os processos dinâmicos da aprendizagem, como: aquisição, assimilação, transformação e exploração do conhecimento têm efeitos positivos e complementares sobre o desempenho financeiro (BOUGUERRA et al., 2022).

Conclui-se que cada dimensão da capacidade absorptiva possui um papel complementar, refletindo no resultado organizacional (VAN DEN BOSCH; VAN WIJK; VOLBERDA, 2003). Também, observa-se a importância em interpretar e entender as quatro dimensões da capacidade absorptiva, sendo que, estas podem resultar em uma possível redução do fracasso e a obtenção do sucesso organizacional (MÜLLER et al., 2020). Os pesquisadores também identificam que o interesse acadêmico na capacidade absorptiva (ACAP), cresceu muito,

concentrando-se na aprendizagem organizacional, no conhecimento compartilhado, na inovação, na capacitação e no desempenho (FLATTEN et al., 2011).

Os pesquisadores esperam que com uma capacidade absorptiva adequada, as vinícolas inseridas no roteiro turístico pesquisado, consigam de alguma forma promover: a economia, a qualidade de vida, a preservação do patrimônio e a inovação (ALONSO; AMO; VIDAL, 2017). Sendo que, a inovação de serviços tornou-se um elemento essencial para as organizações obterem sucesso nos negócios, atraírem novos clientes, acelerarem seu crescimento e aumentar a sua rentabilidade (XIE; WANG; GARCÍA, 2021). Entendemos que o desempenho da atividade desenvolvida nas vinícolas, irá sim refletir no enoturismo, este constituído, por: comunidade, empreendimentos, visitantes e poder público (LAVANDOSKI et al., 2017).

Na sequência deste artigo será apresentada uma breve discussão sobre o enoturismo, suas características e importância, uma vez que este conceito de capacidade absorptiva será aplicado ao contexto do enoturismo.

2.2 Enoturismo

Inicia-se esta subseção, reverberando sobre as alterações do rural e relembrando a importância do estudo do conceito da capacidade absorptiva vista anteriormente, conforme Elesbão, Klein e De Souza (2022, p.226-227),

As transformações ocorridas no espaço rural têm contribuído para a configuração de uma nova realidade rural, assinalada pela dinamicidade e diversidade de serviços e novos postos de trabalho. Nesse cenário, novas atividades socioeconômicas começam a surgir favorecendo a geração de emprego e renda e, concomitantemente, a valorização do patrimônio natural e cultural.

É dentro do contexto transformador do espaço rural que ocorre o enoturismo. Por isso, é importante também apontar que existem inúmeras definições de enoturismo, sendo considerado por unanimidade conceitual como a visitação a diferentes manifestações de vinho e vinícolas com o objetivo de degustar vinho (VUKOVIC et al., 2020). O enoturismo aproxima o artigo vinho com o excursionismo praticado no destino turístico (LAVANDOSKI et al., 2017). Ou seja, o termo é enoturismo é o cômputo da conexão do grego *oînos* e expressa vinho (VALDUGA, 2012).

O vinho não é apenas um alimento, é o símbolo da cultura ocidental, um testemunho da evolução dos povos, uma forma de socialização, um exemplo de inovação tecnológica e até mesmo uma forma de refinamento (ESCOLAR; MORUECO, 2011). O vinho sempre fez parte da cultura humana, ligando o setor primário da economia, aos serviços e turismo (KARAGIANNIS; METAXAS, 2020).

Já em relação ao vinho da Serra Gaúcha, onde localiza-se o Vale dos Vinhedos, é importante apontar que conforme Sluszz e Padilha (2008, p.5),

A Serra Gaúcha é considerada uma das três melhores regiões do mundo para a produção de vinho espumante que se obtém através da segunda fermentação do vinho em garrafa e adição de leveduras (método clássico) ou, também, pela segunda fermentação, a qual é realizada em cuba fechada (método contínuo), que resulta em um produto de valor agregado para as vinícolas brasileiras. Atentas a estas questões, as empresas do setor oferecem aos apreciadores de vinhos finos uma grande variedade de opções de espumantes com qualidade comprovada em premiações internacionais.

Porém, apesar do valor agregado e da qualidade dos produtos da Serra Gaúcha, o enoturismo também requer um produto turístico assistido de serviços, possibilitando ao visitante uma prática completa (BINFARE; GALVÃO; CASTRO, 2016). Esses serviços

enoturísticos são evidenciados, como: visita a vinícolas, degustação de vinhos, acolher-se na vinícola e caminhada pelos vinhedos (LOCKS; TONINI, 2005).

Em relação aos passeios nas vinícolas, esta poderá ser uma forma industrial capaz de impulsionar o desenvolvimento sustentável dos territórios vitivinícolas (SUÁREZ; FRANCO, 2020). Conforme identificado, o enoturismo acaba por não necessitar especificamente da qualidade dos vinhos, mas da experiência multissensorial, conforme apontado por RODRÍGUEZ et al. (2019).

Ou seja, os turistas também estão procurando personalizar as experiências enogastronômicas como memoráveis, os provedores de alimentos locais precisam inovar as receitas tradicionais, adaptando-se às tendências atuais sem perder o seu valor cultural (RACHÃO et al., 2019). É importante salientar que o enoturista está predisposto a pagar quantias generosas, em consequência de uma experiência que englobe a produção e consumo de vinhos (MCFARLANE, 2017). As vinícolas guiadas pela paixão, resultam em um bem com qualidade e preço superior por causa da alta personalidade do produto (SUN et al., 2014).

Destacamos que o vinho oferece a oportunidade de descobrir o patrimônio vitivinícola e cultural, dado que o visitante entra em contato com lugares que ainda não conhece, familiarizando-se com os valores dos lugares e ao mesmo tempo, desfrutando da emoção de fazer parte da área visitada (TRIŠIĆ et al., 2020). A cultura do vinho é o componente essencial da atividade do enoturismo e, por isso, está diretamente relacionada com o ambiente, com a sustentabilidade econômica e social (SUÁREZ; FRANCO, 2020).

Portanto, o enoturismo também pode contribuir para o desenvolvimento do turismo, melhorando a sustentabilidade do território, promovendo a preservação das tradições culturais e do patrimônio agrícola, especialmente aquelas relacionadas ao vinho (RUIZ; ARAMENDIA; CRUZ, 2020). Ou seja, o enoturismo pode ser um diferencial para pequenas vinícolas, pois sem essa atividade dificilmente elas vingariam, uma vez que a pequena empresa não dispõe de condições econômicas para explorar isoladamente o mercado competitivo (KARAGIANNIS; METAXAS, 2020).

O enoturismo é uma oportunidade de negócio extraordinária, não só para promover e vender vinhos nas adegas, mas acima de tudo como produto/mercado capaz de gerar valor agregado (FESTA et al., 2020). Porém, o mercado de vinhos é mais complexo do que nos séculos anteriores, com diferentes concorrentes e consumidores, estes mais sofisticados e exigentes (LOUREIRO; CUNHA, 2017).

Identifica-se que, à medida que a concorrência torna-se baseada no conhecimento, a organização deve desenvolver compreensão tanto do conhecimento no âmbito interno como externo, visando mais bem atender às demandas propostas pelo ambiente (LANE; LUBATKIN, 1998). Neste sentido, considera-se importante também analisar as percepções dos moradores sobre os impactos do enoturismo, conforme pode ser evidenciado na Figura 2.

É importante também lembrar a importância da comunidade local no contexto da capacidade absorptiva, em que as vinícolas estão inseridas. Pois, a percepção da comunidade local acaba também sendo influenciada por fatores demográficos, pelo planejamento turístico, pela proximidade ou distância da residência com os centros turísticos, com o grau de contato com o turista, com a sustentabilidade ambiental, com a situação econômica local e o grau do desenvolvimento do turismo. É importante apontar que a participação da comunidade local no contexto do enoturismo pode impactar positivamente conforme apostaram os autores Suárez e Franco (2020); Yu et al. (2018); Lee e Jan (2019); Vargas et al. (2009); Gursoy et al. (2002); Garau et al. (2018); Nunkoo e Gursoy (2012); Diedrich e García (2009); Almeida et al. (2016); Choi e Murray (2010); Perdue et al. (1990).

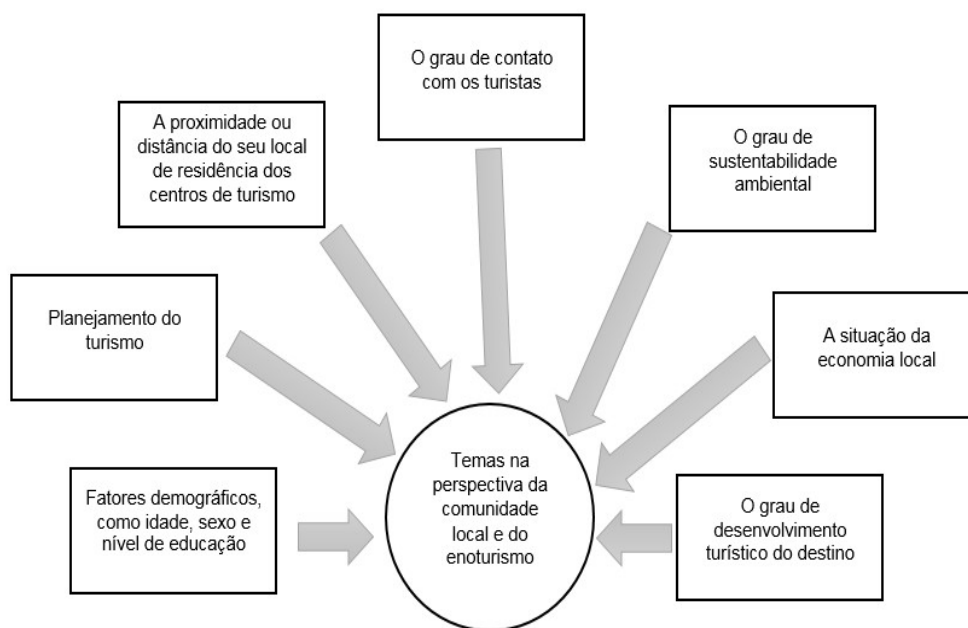


Figura 2: Temas na perspectiva da comunidade local e do enoturismo.

Fonte: Adaptado pelos autores de Suárez e Franco (2020); Yu et al.(2018); Lee e Jan (2019); Vargas et al.(2009); Gursoy et al.(2002); Garau et.al (2018); Nunkoo e Gursoy (2012); Diedrich e García (2009); Almeida et al.(2016); Choi e Murray (2010); Perdue et al. (1990).

Assim, evidencia-se que, destinos sustentáveis, exigem uma visão profunda das preferências de todas as partes interessadas, incluindo os residentes e não residentes locais, sendo isso crucial para o desenvolvimento turístico (SUÁREZ; FRANCO, 2020). Também, compreende-se que após a pandemia de Covid-19, acontecerá uma redução de viagens relacionadas a destinos internacionais e um possível aumento em destinos locais (KARAGIANNIS; METAXAS, 2020), sendo o enoturismo uma modalidade a ser considerada.

Na próxima seção deste artigo apresentaremos os procedimentos metodológicos utilizadas na pesquisa que deram origem a este artigo.

3. Procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa

Em relação aos procedimentos metodológicos utilizados no estudo, a abordagem caracteriza-se como sendo qualitativa e o tipo de pesquisa, quanto aos objetivos, se define como descritiva, sendo que o recolhimento de dados foi realizado em 18 vinícolas de grande, médio e pequeno porte, na região do Vale dos Vinhedos que conta atualmente com um conjunto de 32 vinícolas atuantes no enoturismo. Para tal, foi utilizada uma amostra intencional não probabilística onde definiu-se o conjunto de gestores de vinícolas a serem entrevistados.

A pesquisa concentrou-se no roteiro denominado de Vale dos Vinhedos, que compreende as áreas dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, no estado do Rio Grande do Sul. É possível identificar na parte direita da ilustração (Figura 3) os municípios de Bento Gonçalves e Garibaldi e a esquerda Monte Belo do Sul. A origem da viticultura no Vale dos Vinhedos relaciona-se com os imigrantes italianos, que ocuparam o território em 1875 cultivando uvas e produzindo vinho para o consumo próprio.

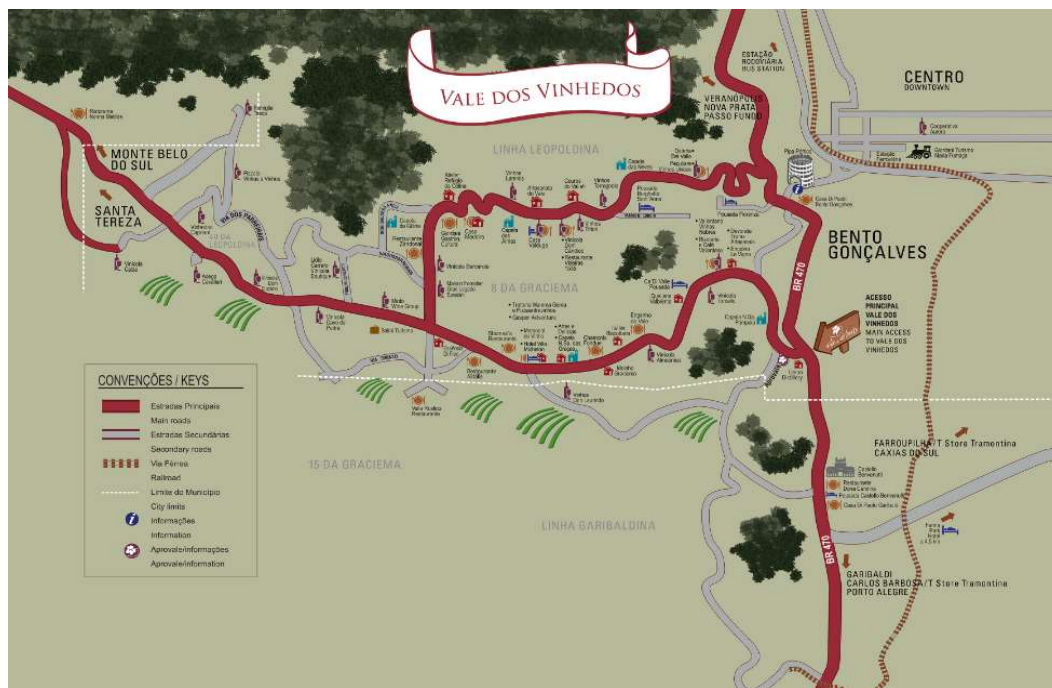


Figura 3. Ilustração contendo o Vale dos Vinhedos

Fonte: Vale dos Vinhedos (2021).

Justifica-se a escolha do roteiro turístico do Vale dos Vinhedos por possuir uma ampla estrutura, organizada e consolidada. Já em relação aos empreendimentos, foram selecionados as 28 vinícolas que segundo a Aprovale (Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos), estão abertas ao enoturismo, mas somente foi possível entrevistas de 18 gestores das vinícolas, conforme se afirmou anteriormente.

As entrevistas foram direcionadas para um formato semiestruturado, sendo aplicadas diretamente com os gestores de vinícolas. Optou-se por entrevistar os gestores pois estes possuem conhecimento, sobre: planejamento, metas, recursos humanos, tecnologia, finanças, infraestrutura, mercado, produtividade, liderança, pesquisa e desenvolvimento, estrutura organizacional, organizam e controlam equipes como também controlam e avaliam os resultados organizacionais. É importante salientar que estes gestores são muitas vezes o próprio dono da vinícola, conhecendo toda a constituição histórica do empreendimento, assim como também, da atividade enoturística do roteiro.

Já o instrumento de pesquisa derivou da adaptação de três artigos científicos com foco na capacidade absorptiva, escrito pelos seguintes autores: Lima; Bernroider; Choudrie (2016); Camisón; Forés (2010); Flatten; Engelen; Zahra; Brettel (2011). Os autores citados anteriormente, utilizaram da seguinte categorização: aquisição, assimilação, transformação e exploração. Assim, os dados foram agrupados considerando a parte comum existente entre eles. A categorização consistiu na organização dos dados para que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões a partir deles, sendo fundamental a construção de um conjunto de categorias descritivas, podendo estar fundamentadas no referencial teórico da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013). Vale ressaltar que foi realizado um contato prévio com os futuros entrevistados antes da realização das entrevistas, via telefone e e-mail, visando agendar e também planejar o encontro. As entrevistas foram gravadas em aparelho celular, sendo que após as gravações as mesmas foram transcritas e armazenadas em arquivo específico, acessado na etapa de análise de dados.



É importante apontar que para a parte da transcrição das entrevistas foi utilizado o software Transkriptor. Após a realização das entrevistas, já com os dados organizados foi realizada a análise e interpretação dos dados que foram coletados.

Após a transcrição das entrevistas e para a organização e análise das informações contidas nas mesmas foi utilizado os *softwares* N-Vivo e Excel. O *software* N-Vivo, justifica sua importância pelo fato de avaliar, interpretar e explicar fenômenos sociais. Este software serve para analisar dados de entrevistas, pesquisas, anotações de campo, páginas na internet e artigos em revistas científicas, trabalhando com várias áreas, desde Ciências Sociais e Educação até saúde e negócios.

Após a realização das entrevistas, já com as informações levantadas, iniciou-se a análise e interpretação dos dados coletados. Nesta etapa da pesquisa destaca-se a utilização de “Análise de Conteúdo”, sendo esta considerada uma das técnicas de pesquisa mais utilizadas para análise e interpretação de textos. A “Análise de Conteúdo” é uma técnica de investigação que, através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação dessas mesmas comunicações (GIL, 2008). Essa análise foi desenvolvida em três fases: na primeira foi realizada a pré-análise, quando se procede a escolha dos documentos, à formulação de hipóteses e à preparação do material para análise. A segunda fase é a exploração do material, que envolve a escolha das unidades, a enumeração e a classificação. A terceira compreende, o tratamento, a inferência e a interpretação dos dados (GIL, 2002).

Esta técnica se justifica pela sua importância, pois, à medida que as informações obtidas são confrontadas com informações já existentes, pode-se chegar a amplas generalizações, tornando a “Análise de Conteúdo” um dos mais importantes instrumentos para análise das comunicações de massa (GIL, 2008).

Outro aspecto importante a mencionar é que foi através da vivência direta durante a pesquisa de campo que possibilitou a obtenção de argumentos para realizar a análise e conclusão do estudo. Também foram realizadas anotações em uma caderneta de pesquisa, conhecida como “diário de campo”. Essa caderneta permite o registro de informações, observações e reflexões surgidas no decorrer da investigação ou em momentos observados.

Na próxima seção do artigo são apresentados e discutidos os resultados e discussões referente a pesquisa aplicada aos gestores das vinícolas no roteiro turístico Vale dos Vinhedos.

4. Resultados e discussão

Nesta seção do artigo são apresentados os principais resultados obtidos na pesquisa e os mesmos serão discutidos à luz da teoria da capacidade absorptiva.

Identificando no conhecimento um patrimônio impactante para o planejamento organizacional e integrando ao conceito da capacidade absorptiva (CA), compreendida por processos e rotinas organizacionais, identifica-se a necessidade da elaboração de estratégias voltadas para esse enfoque (RIBEIRO, 2022). Em razão a isso, o estudo trabalhou com o seguinte objetivo geral: analisar o processo de capacidade absorptiva em algumas vinícolas, que trabalham com enoturismo, localizadas na região do Vale dos Vinhedos, RS, Brasil.

Onde foram entrevistados alguns gestores de vinícolas do roteiro turístico Vale dos Vinhedos. Parta tal, utilizaram-se as dimensões: aquisição, assimilação, transformação e exploração, totalizando em 23 questões referente a capacidade absorptiva. Sendo que, as capacidades absorptivas podem ser: potenciais e realizadas, pois as empresas adquirem conhecimento de diferentes fontes em seus ambientes, e a diversificação dessas fontes influencia significativamente nas capacidades de aquisição e assimilação que constituem a capacidade potencial (ZAHRA; GEORGE, 2002).



A capacidade potencial permite que a empresa seja receptiva com questões relacionadas ao conhecimento externo, ou seja, adquirir, analisar, interpretar e compreender o conhecimento. As potenciais, são construídas pela aquisição e assimilação do conhecimento externo, evoluindo no ritmo das demandas do ambiente (PÉREZ, 2018; BARRIONUEVO; MORALES; MOLINA, 2011).

As capacidades absorptivas aquisição e assimilação, têm um relacionamento forte com os processos de rotinas que por sua vez estão relacionadas com as redes externas, possibilitando a apropriação do conhecimento (CRESPI et al., 2020). A compreensão, promove a assimilação do conhecimento para que as empresas processem e internalizem o conhecimento gerado externamente (ZAHRA; GEORGE, 2002).

Iniciamos a análise referente ao conjunto das 6 questões da dimensão aquisição (capacidade potencial), alusiva a capacidade absorptiva. Assim, observam-se algumas respostas unânimes no bloco de questões da dimensão aquisição que trata dos seguintes aspectos, como: busca de informações, informações de fontes externas, novas tendências e oportunidade de negócios, cooperação com outras instituições, captação de informações em relação aos atuais e potenciais concorrentes e formação dos colaboradores. Os gestores das vinícolas da região do Vale dos Vinhedos citaram as seguintes organizações: SEBRAE; APROVALE; Secretaria de Turismo; comissão e treinamento; reuniões; pesquisa; enoturistas e roteiros turísticos, como resposta para a busca constante das informações no âmbito externo, a cooperação e a formação dos colaboradores. Mas, o que mais, se destacou nessa dimensão é a dependência das vinícolas em relação a APROVALE (Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos), sendo uma fragilidade/dependência (Figura 4).

Já na segunda dimensão, nomeada como assimilação (capacidade potencial), constituída por 8 questões, sendo compreendida por questões como: comunicação entre os departamentos, apoio interdepartamental, fluxo de informações, reuniões, conceitos e compartilhamento de conceitos, interpretação e o entendimento das informações externas e participações em eventos e programas de apoio. Os gestores entrevistados apontaram que: o planejamento, o sistema de informação, e-mail, whatsapp, videoconferência, endomarketing, reunião, diálogo, recursos humanos, treinamento e cursos, atuam de maneira positiva na comunicação, no compartilhamento e na participação de eventos (Figura 4). Os pesquisadores, identificam que grande parte dos entrevistados utilizam o whatsapp como um meio de comunicação, classificado como ágil e rápido. Fica também, nesse mesmo ponto, a dúvida se realmente a informação flui de maneira adequada, visto que, uma organização normalmente é constituída por faixas etárias distintas, assim como: classe social e formação.

A capacidade absorptiva realizada é constituída pela transformação e exploração do conhecimento incorporado, ou seja, cabe a empresa aproveitá-lo, sendo que, os dois tipos de capacidades são complementares e coexistem, auxiliando na construção de outras capacidades organizacionais (PÉREZ, 2018). O simples fato de uma empresa avaliar e adquirir o conhecimento externo, não garante que irá explorar este conhecimento (BARRIONUEVO; MORALES; MOLINA, 2011).

Na dimensão transformação da capacidade absorptiva realizada, constituída por 5 questões, que tratavam das seguintes temáticas: capacidades evidenciadas pelos colaboradores, incentivos aos colaboradores na obtenção de novos conhecimentos, aplicação do novos conhecimentos e coordenação e integração das fases do processo de pesquisa e desenvolvimento. Observa-se as seguintes respostas: qualificação, comunicação, cursos, incentivos financeiros, treinamento, turistas ávidos por conhecimento, empoderamento, aumento de vendas, satisfação dos turistas, atendimento do turista, avaliação de tendências, integração e mercado (Figura 4). Observou-se que a grande maioria dos entrevistados lembrou da importância da qualificação para o atendimento ao enoturista, pois essa modalidade de

turismo exige uma atualização constante. Também observou-se que esse turista finaliza a visitação/ experiência, retornando para o roteiro visitado. Porém, os pesquisadores, apontam que a razão da preocupação para essa qualificação constante é o enoturista, assim como todos os demais elementos estratégicos utilizados nas vinícolas do roteiro turístico Vale dos Vinhedos.

Finaliza-se esta breve apresentação dos resultados, com a dimensão exploração (realizada), compreendida por 4 questões que assim se apresenta: práticas estratégicas que apoiam o desenvolvimento de protótipos, adoção de novas tecnologias, reconsideradas e adaptadas às tecnologias e pressões competitivas. Observaram-se as seguintes respostas entre os gestores: conhecimento, experiência, responsabilidade, enólogos, internet, representantes, mercado, feiras, *software*, feiras, fornecedores, aumento da produtividade, alternativas diferenciadas, análise e inovação. É importante apontar que a inserção da tecnologia irá muito depender do porte da vinícola e que a grande maioria dos entrevistados, não almeja aumentar o tamanho da produção. Quanto a pressões competitivas a grande maioria dos gestores afirmam que isso não acontece no roteiro, pois cada vinícola trabalha com uma proposta diferenciada. Para os pesquisadores, verificou-se que algumas vinícolas acabam competindo entre si, por falta de compartilhamento e cooperação, mesmo fazendo parte do mesmo roteiro turístico.



Figura 4: Análise da Capacidade Absortiva do Roteiro Turístico: Vale dos Vinhedos.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Das 23 questões que compreendem a capacidade absorptiva, alguns pontos ficam em destaque como: a dependência das vinícolas em relação a APROVALE (Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos), sendo uma fragilidade/dependência. A utilização do *whatsapp*, também torna-se evidente, como uma ferramenta de comunicação, tanto em vinícolas de grande, médio e pequeno porte.

A importância da qualificação dos colaboradores, refletindo no êxito da experiência do enoturista, pois este exige uma atualização constante. Também observa-se que o enoturista do Vale dos Vinhedos retorna outra vez para o destino, apontando que o trabalho realizado pelas vinícolas da localidade foi efetivo. Porém, para os pesquisadores fica a seguinte indagação: É através da qualificação constante do colaborador que as vinícolas conseguirão um destaque enoturístico?

Já em relação a inserção tecnológica, observa-se que em vinícolas de grande porte esta última gera procura, porém a grande maioria dos entrevistados não almeja aumentar o tamanho da produção. Quanto a pressões competitivas a grande maioria dos entrevistados afirma que isso não acontece no roteiro, pois cada vinícola trabalha com uma proposta diferenciada. A próxima seção deste artigo abordará algumas das conclusões obtidas na pesquisa.

5. Conclusões

Os pesquisadores compreendem que o conhecimento é um dos fatores altamente impactante no contexto organizacional, sendo fundamental para a diferenciação e o planejamento estratégico. O estudo aponta que a capacidade absorptiva, varia conforme o porte da organização e reflete o grau de inovação, gerando impactos financeiros. Também identifica-se que, os gestores possuem conhecimentos prévios, sendo empregados na administração dos empreendimentos. Salienta-se que, esses gestores na grande maioria dos casos vivenciam o processo de produção e comercialização da uva e do vinho desde a infância, isso acaba sendo identificado no contexto das atividades/vivências diárias. Assim, os pesquisadores identificam que este aspecto pode ser interpretado a partir de dois ângulos, tanto positivo, como negativo. Faz-se importante apontar, a importância do líder neste contexto, pois em algumas vinícolas visitadas esse parâmetro é trabalhado cuidadosamente, mas em outras situações isto não acontece.

Em relação ao conhecimento externo, muitas vezes relacionados ao mercado, aponta-se que há um estímulo a capacidade absorptiva das vinícolas. Ou seja, as demandas identificadas por novos conhecimentos reflete na aprendizagem organizacional e se expressa numa condição importante especialmente nas estratégias de gestão das vinícolas, através de cursos, treinamentos e capacitações. É possível concluir que, cada dimensão estudada acaba por complementar-se, sendo que a capacidade absorptiva estimula a performance não somente da vinícola mas também de todos os participantes deste contexto estudado na pesquisa.

Como contribuições do estudo, espera-se auxiliar no desenvolvimento de um olhar estratégico e direcionado para vinícolas inseridas no roteiro turístico Vale dos Vinhedos visando impactar positivamente no desenvolvimento: econômico, social, qualidade de vida, melhoramento da capacidade empreendedora, inovação, parcerias e quem sabe até mesmo na preservação do patrimônio. Esta pesquisa, permitiu explorar o conceito da capacidade absorptiva, pouco explorada na área do turismo ou no setor enoturístico.

6. Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, G. F.; PELÁEZ, F. M.Á.; BALBUENA, V. A.; CORTÉS-MACIAS, R. Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). **Tourism Management** v.54, p.259–274, 2016.
- ALONSO, A. F; AMO, L.H; VIDAL, J.A.Los organismos de gestión de destino en Enoturismo: casos internacionales de éxito. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**.v.15, n.4, p.793-805, 2017.
- AUDRETSCH, D. B.; LEHMANN, E. E.; MENTER, M.; WIRSCHING, K. Intrapreneurship and absorptive capacities: the dynamic effect of labor mobility. *Technovation*, v. 99, 2021.
- BARRIONUEVO, M.M. J; MORALES, V. J. G; MOLINA, L. M. Validation of an instrument to measure absorptive capacity.**Technovation**.v.31, p.190-202, 2011.
- BINFARE, P. W; GALVÃO, P. L.DE. A; CASTRO, C. A. T.Enoturismo: possibilidades e desafios para o desenvolvimento regional do turismo na região vinícola do Vale do São Francisco – Nordeste brasileiro. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. v.14, n. 5, p.1.217-1.227, 2016.
- BOUGUERRA, A; MELLAHI, K; GLAISTER, K; SADEGHI, A; TEMOURI, Y; TATOGLU, E. Absorptive capacity and organizational performance in an emerging Market context: Evidence from the banking industry in Turkey. **Journal of Business Research**. v. 139, p.1575-1587, 2022.
- CAMISÓN, C; FORÉS, B. Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement.**Journal of Business Research**. v.63, p.707-715, 2010.
- CASSOL, A; GONÇALO, C. R; SANTOS, A; RUAS, R.L.A administração estratégica do capital intelectual: um modelo baseado na capacidade absorptiva para potencialização da inovação. **Revista Ibero Americana de Estratégias**.v.15, n.1, p. 27-43,2016.
- CHOI, C.H.; MURRAY, I. Resident attitudes toward sustainable community tourism. *J. Sustain. Tour*.v.18, n.4, p.575–594, 2010.
- COHEN, W.M; LEVINTHAL, D. A. Innovation and learning: the two faces of R&D. **The Economic Journal**. v.99, n.397, p.569-596, 1989.
- COHEN, W. M; LEVINTHAL, D. A. Absortive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. **Administrative Science Quarterly**. v.35, n.1, p.128-152, 1990.
- CRESPI,T.B;COSTA,P.R;PREUSLER,T.S;RUAS,R.L.Analysis of absorptive capacity conditions based on R&D projects. RAM. **Revista de Administração Mackenzie**. v.21, n.5, p. 1-32, 2020.
- DIEDRICH, A.; GARCÍA, B, E.Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. **Tour. Manag**.v.30, n.4, p. 512–521,2009.

DOLCI, T. S; TONINI, H; DE SOUZA, M. A rede organizacional e suas interações no desenvolvimento do enoturismo: O caso da rota turística Vale dos Vinhedos no Brasil. **Journal of Tourism & Development**. v.36, n.1, p. 357-366, 2021.

ELESBÃO, I; KLEIN, A. L; DE SOUZA, M. O Turismo Rural Pedagógico como Estratégia para a Valorização do Patrimônio Cultural e Natural nas Áreas Rurais. **Fronteiras. Journal of Social, Technological and Environmental Science**, v.11, n.1, p.226-238, 2022.

ESCOLAR, B. M; MORUECO, R. F. Vino, turismo e innovación: las Rutas del Vino de España, una estrategia integrada de desarrollo rural. **Estudios de Economía Aplicada**.v.19, n.1, p.129-164, 2011.

FERREIRA, G. C; FERREIRA, J. J.M. Absorptive capacity: na analysis in the contexto of Brazilian family firms. RAM. **Revista de Administração Mackenzie**. v.18, n.1, p.174-204, 2017.

FESTA,G;SHAMS,S.M.R;METALLO,G;CUOMO,M.T.Enhancing stakeholder networks in wine tourism – evidence from Italian small municipalities. **EuroMed Journal of Business**. v.15,n.3,p.349-360,2020.

FLATTEN, T. C; ENGELN, A; ZAHRA, S; BRETTEL, M. A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. **European Management Journal**. v.19, n.2, p.98-116, 2011.

FOSFURI,A;TRIBÓ,J.A.Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance. **Omega**. v.36, n.2, p.173-187, 2008.

GARRIDO, I. L; PARENTE, R. C; GONÇALO, C. R; VASCONCELLOS, S. L DE.Remaining Innovative: The Role of Past Performance,Absorptive Capacity, and Internationalization. BBR.**Brazilian Business Review**. v.14, n.6, p.559-574, 2017.

GARAU, V, J.B.; GUTIÉRREZ, T, D.; DÍAZ, A, R.Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. **J. Dest. Mark. Manag.** v.7, p. 68–75. 2018.

GEORGE, G; ZAHRA, S. A; WHEATLEY, K.K; KHAN, R.The effects of alliance portfolio characteristics and absorptive capacity on performance A study of biotechnology firms. **Journal of High Technology Management Research**. v.12, n.2, p.205-226, 2001.

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

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRANDINETTI, R. Absorptive capacity and knowledge management in small and medium enterprises.**Knowledge Management Research & Practice**. v.14, p.159-168,2016.

GURSOY, D.; JUROWSKI, C.; UYSAL, M. Resident attitudes: A structural modeling approach. **Ann. Tour. Res.**v.29, n.1, p.79–105,2002.

JACOMOSSI, R. R; FELDMANN, P. R. Boas Práticas de Gestão e Capacidade Absortiva: Impactos na Produtividade das Firms. **Revista de Administração Contemporânea**. v.24,n.5, p.432-447,2020.

JONES, O. Developing Absorptive Capacity in Mature OrganizationsThe Change Agent's Role. **Management Learning**. v.37,n.3,p.355-376,2006.

KARAGIANNIS, D; METAXAS, T. Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese. **Sustainability**. v.12,n.12,p.1-15,2020.

KNOPPEN, D; SARIS, W; MONCAGATTA, P. Absorptive capacity dimensions and the measurement of cumulativeness. **Journal of Business Research**.v.139, p.312-324,2022.

KOERICH, G.V; CANCELLIER, É.L. P. DE. L;TEZZA,R.Capacidade de absorção, turbulência ambiental e desempenho organizacional: um estudo em empresas varejistas catarinenses. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**. v.16,n.3,p.238-267,2015.

LANE, P. J; LUBATKIN, M. Relative absorptive capacity and interorganizational learning. **Strategic Management Journal**. v.19,n.5,p.461-477,1998.

LAVANDOSKI, J; SILVA, J. A; SÁNCHEZ, A. V; PINTO, P. S. L. G. DOS. S. Indutores e efeitos do desenvolvimento do enoturismo nas vinícolas: a perspectiva das capacidades dinâmicas. **Turismo - Visão e Ação**. v.19,n.3,p.458-486,2017.

LEE, T.H.; JAN, F.H. Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. **Tourism Management** v.70, p.368-380,2019.

LIMA, J; E; BERNROIDER, E W. N; CHOUDRIE, I. The Impact of Social Information System Governance, Utilization and Capabilities on Absorptive Capacity and Innovation: A Case of Austrian SMEs. **Information & Management**.v.53, n.3, p.380-397,2016.

LOCKS, E. B. D; TONINI, H. Enoturismo: O vinho como produto turístico. **Turismo em Análise**. v.16,n.2,p.157-173,2005.

LOUREIRO, S.M.C; CUNHA, N. P DA.Wine prestige and experience in enhancing relationship quality and outcomes Wine tourism in Douro. **International Journal of Wine Business Research**. v.29, n.4, p.434-456, 2017.

LOSSO, F. B; PEREIRA, R. M.F.DO. A. 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**. v.6, n.2, p.181-200, 2012.

MARQUES, G.N. R. M; MARQUES, J. M.Patrimônio Histórico-Cultural Vinícola no Entre Douro e Minho, Portugal, como Recurso Turístico. **Rosa dos Ventos**. v.9, n.1, p.107-119, 2017.

MCFARLANE, J; GRANT, B; BLACKWELL, B; MOUNTER, S. Combining amenity withexperience: Exploring the hidden capital of a winescape experience. **Tourism Economics**. v.23, n.5, p.1076-1095, 2017.

MINISTÉRIO DO TURISMO, Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br>. Acessado em: 14 de mar.2023.

MIRANDA, J. O; CONTRERAS, O. F.; VALENZUELA, M. B. Las capacidades de absorción del conocimiento como ventajas competitivas para la inserción de pymes en cadenas globales de valor. **Estudios Gerenciales**. v.32, n.139, p.127-136, 2016.

MÜLLER, J. M; BULIGA, O; VOIGT, K. I. The role of absorptive capacity and innovation strategy in the design of industry 4.0 business Models - A comparison between SMEs and large enterprises. **European Management Journal**. v.39, p.333-343, 2020.

NUNKOO, R.; GURSOY, D. Residents' support for tourism. An identity perspective. **Ann. Tourism Research**. v.39, n.1, p. 243–268, 2012.

PERDUE, R.R.; LONG, P.T.; ALLEN, L. Resident support for tourism development. **Annals. Tourism Research**. v.17, n.4, p.586–599, 1990.

PÉREZ, M. V. ¿La capacidad de absorción es dinámica? **Innovar**. v. 28, n.67, p.75-87, 2018.

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. DE. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RACHÃO, S; BREDAS, Z; FERNANDES, C; JOUKES, V. Enogastronomy in northern Portugal: destination cooperation and regional identity. **Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)**. v.7, n.2, p.216-237, 2019.

RIBEIRO, A.E. Capacidade absorptiva e programas de capacitação em uma cooperativa de crédito: a percepção dos gerentes. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Ciências e Econômicas, Administrativas e Contábeis – Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Passo Fundo, 2022.

RODRÍGUEZ, E. B; LUQUE, D. H; ARNÁIZ, M.M; GUTIÉRREZ, J. I. P. Turismo y desarrollo vitivinícola em espacios de montaña com “alta densidade patrimonial”. **Cuadernos de Turismo**. v.43, p.97-122, 2019.

RUIZ, E. C; ARAMENDIA, G. Z; CRUZ, E. R. R. DE LA. Key Elements for the Design of a Wine Route. The Case of La Axarquía in Málaga (Spain). **Sustainability**. v.12, n.21, p.1-19, 2020.

SLUSZZ, T; PADILHA, A.C.M. Estratégias de internacionalização dos espumantes: um estudo de cinco vinícolas do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v.4, n.4, p.3-24, 2008.

SUÁREZ, M.A; FRANCO, I. C. The Relationship between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective. **Sustainability**. v.12, n.18, p. 1-21, 2020.

SUN, L; GÓMEZ, M. I; CHADDAD, F. R; ROSS, R. B. Distribution Channel Choices of Wineries in Emerging Cool Climate Regions. **Agricultural and Resource Economics Review**. v.43, n.1, p.87-103, 2014.

TRIBO, J. A; FOSFURI, A. Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance. **Omega**. v.36, n.2, p.173–187, 2008.

TRIŠIĆ, I; ŠTETIĆ, S; PRIVITERA, D; NEDELČU, A. Wine Routes in Vojvodina Province, Northern Serbia: A Tool for Sustainable Tourism Development. **Sustainability**. v.12, p.1-14, 2020.

VALDUGA, V. O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). **Revista de Cultura e Turismo**. v.6, n.2, p.127-143, 2012.

VALDUGA, V; MINASSE, M.H S. G. G. O. Enoturismo no Brasil: Principais Regiões e Características da Atividade. **Territoires du vin**. v.9, n.1, p.9-25, 2018.

VAN DEN BOSCH, F. A. J.; VAN WIJK, R. V.; VOLBERDA, H. W. Absorptive Capacity: Antecedents, models and outcomes. In: M. Easterby-Smith and M.Lyles (eds) The Blackwell handbook of organizational learning and knowledge management. Oxford: Blackwell. v.25, n. 5, p.278-302, 2003.

VARGAS, S. A.; PLAZA, M, M.D.L.Á.; PORRAS, B, N. Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. **Journal Travel Research**. v.47, p. 373–387, 2009.

VUKOVIC, D. B; MAITI, M; VUJKO, A; SHAMS, R. Residents' perceptions of wine tourism on the rural destinations development. **British Food Journal**. v.122, n.8, p.2739-275, 2020.

XIE, X; WANG, H; GARCÍA, J. S. How does customer involvement in service innovation motivate service innovation performance? The roles of relationship learning and knowledge absorptive capacity. **Journal of Business Research**. v.136, p.630-643, 2021.

XUE, M.; BOADU, F.; XIE, Y. The penetration of green innovation on firm performance: Effects of absorptive capacity and managerial environmental concern. **Sustainability**, v. 11, n. 9, 2019.

YU, C.P.; COLE, S. S. T; CHANCELLOR, C. Resident Support for Tourism Development in Rural Midwestern (USA) Communities: Perceived Tourism Impacts and Community Quality of Life Perspective. **Sustainability** v.10, n.3, p.1-17, 2018.

ZAHRA, S. A; GEORGE, G. Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. **Academy of Management Review**. v.27, n.2, p.185-203, 2002.

ZAHRA, S. A; HAYTON, J. The effect of international venturing on firm performance: The moderating influence of absorptive capacity. **Journal of Business Venturing**. v.23, p.195-220, 2008.