

¿LAS AGLOMERACIONES TERRITORIALES PROPORCIONAN VENTAJAS? UN ESTUDIO DE LA INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS VITIVINÍCOLAS EN BRASIL.

Claudionor Guedes Laimer
Profesor e investigador de IMED Business School Rua Carlos Gomes, 526 – Passo Fundo (RS) – Brasil

Tamires Bressiani Pagnussatt
Investigadora de IMED Business School
Rua Senador Pinheiro, 314 – Passo Fundo (RS) – Brasil

Área temática
Dirección y Organización

Palabras clave
Relaciones interorganizacionales. Aglomeraciones territoriales. Proximidad geográfica. Innovación. Desempeño.

Título del Workshop
Sesiones paralelas

¿LAS AGLOMERACIONES TERRITORIALES PROPORCIONAN VENTAJAS? UN ESTUDIO DE LA INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS VITIVINÍCOLAS EN BRASIL.

Resumen

La aglomeración de empresas en determinada área territorial se caracteriza por la proximidad y presupone la existencia de relaciones interorganizacionales, que pueden proporcionar el desarrollo de innovación y el mejor desempeño. Así, este estudio busca investigar el papel de las aglomeraciones territoriales en el desarrollo de innovaciones y en la mejora del desempeño de las empresas. La recolección de datos fue realizada a través de una muestra de 202 empresas vitivinícolas. Los resultados indican que las empresas ubicadas dentro de las aglomeraciones, alcanza el mayor desarrollo de innovaciones y el mejor desempeño que las empresas fuera de las aglomeraciones.

Palabras clave: Relaciones interorganizacionales. Aglomeraciones territoriales. Proximidad geográfica. Innovación. Desempeño.

1 Introducción

El mercado cada vez más dinámico y competitivo hace que las empresas necesiten diferenciarse de sus competidores a través de estrategias competitivas que puedan mejorar el desempeño, posibilitando obtener ventaja competitiva. Las interacciones entre las empresas aglomeradas pueden posibilitar intercambios de información y de conocimientos, en los que la innovación tiene un papel fundamental como estrategia de diferenciación.

La aglomeración territorial se refiere a la concentración de empresas en una determinada área geográfica (Marco-Lajara et al., 2015), mientras que la proximidad entre las empresas tiene un efecto positivo y atrae a más empresas y trabajadores y presupone la existencia de interacción entre las empresas (Días, 2011, Hoffmann, Oliveira, & Brocchi, 2016). Así, el efecto de la localización se convierte en un presupuesto básico para la discusión sobre las aglomeraciones territoriales (Neckel, Hoffmann, & Schoreder, 2016).

De esta forma, las aglomeraciones territoriales de empresas pueden proporcionar la diseminación del conocimiento, acceso a insumos y especialización de mano de obra, lo que puede aumentar el desempeño de las empresas pertenecientes al aglomerado (Brito et al., 2010). Estas combinaciones de relaciones hacen que el ambiente de aglomeración difícilmente reproducible en otros contextos (Ruiz-Ortega, Parra-Requena, & García-Villaverde, 2016) y son fundamentales para el desarrollo y diseminación de nuevos conocimientos que a menudo contribuyen a la innovación (Staber, 2001). Además, las actividades desarrolladas pueden generar ganancias en escala, productividad, crecimiento y la innovación (Neumann, Hexsel, & Balestrin, 2011).

El número de estudios que buscan la comprensión de las aglomeraciones territoriales viene aumentando significativamente a partir de la década de 1990, lo que demuestra la creciente importancia del tema. En el transcurso de las últimas dos décadas, diversas denominaciones y enfoques sobre las aglomeraciones territoriales se han convertido en objeto de análisis para la academia y también foco de políticas industriales para el desarrollo regional.

La aglomeración representa una nueva forma de pensar las economías, proporciona la comprensión del papel de la localización generando nuevas ideas gerenciales y nuevos roles para los gobiernos (Porter, 1999). Así, es importante investigar la aglomeración de empresas, pudiendo impulsar el crecimiento económico y

beneficiarse de mercados más amplios en relación a servicios especializados y flujos de información (Marshall, 1985).

Diversos estudios nacionales buscan entender las aglomeraciones de empresas. Como la aglomeración de confecciones de vestuario en el Valle del Itajaí en Santa Catarina (Hoffmann, Molina-Morales, & Martínez-Fernández, 2008), la aglomeración industrial de petróleo y gas de la Bacia de Campo en Río de Janeiro (Silvestre & Dacol, 2008), la aglomeración de industrias de confecciones de Cianorte en Paraná (Campos & Paula, 2008), la aglomeración de empresas turísticas de Canoa Quebrada en Ceará (Barros & Moreira, 2006), entre otras (Cardoso & Guimarães, 2011; Neumann et al., 2011; Thomaz et al., 2011; Miranda, Costa, & Hoffmann, 2016).

Algunos estudios en aglomeraciones ya fueron realizados, un ejemplo de ello es la industria vinícola del Valle de los Viñedos en Rio Grande do Sul, estudiada por Wilk y Fensterseifer (2003), que buscaron identificar los recursos estratégicos y capacidades del cluster del vino. Sus hallazgos muestran que la región posee características idiosincrásicas y condiciones únicas para la competitividad.

Las aglomeraciones territoriales de empresas, también, han despertado la atención de estudios internacionales, debido al éxito obtenido en algunos países y la atención de varios gobiernos como el fenómeno económico de la región de Emilia Romana en Italia (Pyke, Becattini, & Sengenberger, 1992). Ya que Saxenian (1994) busca entender el éxito y el fracaso de las aglomeraciones de empresas usando los ejemplos del Valle del Silicio y la Ruta 128 en Estados Unidos, regiones con empresas de alta tecnología. Giuliani y Bell (2005) buscaron evidencias sobre la formación de redes de conocimiento en el Valle del Conchagua, cluster de vino en Chile.

De esta forma, en la literatura disponible sobre aglomeraciones territoriales se enfatiza la capacidad para la difusión y generación de conocimiento y la innovación (Giuliani & Bell, 2005), donde la valorización de los recursos y capacidades pueden fundamentalmente moldear sus futuras opciones estratégicas (Wilk & Fensterseifer, 2003). Aún, hay la oportunidad de comparar entre diferentes aglomeraciones de una misma localidad o segmento, buscando comprender el desempeño de las empresas o de la propia aglomeración (Mascena, Figueiredo, & Boaventura, 2013).

Por lo tanto, es sabido que existen barreras significativas entre los participantes de una aglomeración cuando se trata del cambio, así mayores evidencias sobre los desafíos y barreras enfrentados por las organizaciones, podrá ser relevante en el proceso de gestión (Neumann et al., 2011). Además, las fuentes de innovación pueden verse afectadas por la estructura de las conexiones entre las empresas de la aglomeración, con ello, aprovechar las ventajas existentes depende de la red social en que las empresas están involucradas (Molina-Morales & Martínez-Fernández, 2004). Así, se vuelve relevante buscar respuesta al siguiente problema de investigación: ¿La aglomeración territorial promueve un ambiente favorable al desarrollo de innovaciones y mejora del desempeño de las empresas en regiones vitivinícolas?

Así, el argumento central de este estudio es que la aglomeración promueve el aprendizaje colectivo y la transferencia de conocimiento, que puede influir en la innovación y el desempeño de las empresas. Se supone que la proximidad geográfica de las empresas, el capital social de las empresas y las condiciones físicas y tecnológicas proporcionan una atmósfera industrial que favorece las relaciones interorganizacionales en la aglomeración territorial.

De acuerdo al problema de investigación presentado, el presente estudio tiene como objetivo investigar el papel de las aglomeraciones territoriales en el desarrollo de innovaciones y en la mejora del desempeño de las empresas en regiones vitivinícolas.

2 Fundamentación teórica

2.1 Aglomeraciones territoriales

Considerado el introductor del concepto de economías de aglomeración en la teoría económica en 1890, Alfred Marshall inició los estudios sobre aglomeraciones territoriales al observar regiones industriales en Inglaterra a finales del siglo XIX, percibió el creciente énfasis en la subdivisión de funciones y también identificó un proceso de integración con el aumento de las relaciones entre las partes de un organismo industrial. La industria se reproducía en un contexto favorable de mano de obra, insumos, proveedores, lo que despertaba el interés de empresarios e inversores en abrir nuevos negocios en la misma localidad (Marshall, 1985).

Se refiere al agrupamiento geográfico de empresas e instituciones que están relacionadas en términos de producción específica y / o actividades económicas (Porter, 1999), presentando alguna especialización productiva (Tavares & Castro, 2012, Nascimento & Moreira, 2012). Trata-se da concentração de empresas de qualquer tamanho e setor em uma determinada área geográfica (Neumann et al., 2011; Marco-Lajara et al., 2016) sendo que essa proximidade exerce efeito positivo e atrai mais firmas e trabalhadores (Dalberto, Cirino, & Staduto, 2016), no qual pressupõe a existência de interação entre as organizações (Dias, 2011; Hoffmann et al., 2016).

Varios estudios presentan que el fenómeno de las aglomeraciones es relativamente común y no queda limitado a ejemplos clásicos como Vale do Silício, y aún su origen puede estar relacionado con diversas razones, siendo vistas como una forma de impulsar la competitividad de las empresas a escala global (ver, Thomaz et al., 2011). No parecen surgir de forma planificada, sino de la necesidad de sobrevivir (Neumann et al., 2011). Se estructuran en economías avanzadas o en desarrollo, o sea, puede asumir formas distintas según su profundidad, temporalidad y sofisticación; varían según su tamaño, amplitud y etapa de desarrollo (Czajkowski & Cunha, 2010).

Además, Marshall (1985) introdujo dos términos técnicos en su análisis: las "economías externas" que dependen del desarrollo general de la industria, y las "economías internas" que dependen de los recursos de las empresas que se dedican a ella individualmente. El autor afirma que "las economías externas pueden a menudo ser alcanzadas por la concentración de muchas pequeñas empresas similares en determinadas localidades, es decir, como se dice comúnmente, por la localización de la industria" (Marshall, 1985:229).

Se puede percibir que aprovechar las economías externas puede proporcionar ganancias a escala asociadas a las empresas tomadas individualmente, o sea, beneficios de economías internas, siendo las condiciones estructurales, físicas, logísticas y climáticas los principales motivos que conducen a la aglomeración (Marshall, 1985). En su estudio, Dauth (2013) concluyó que los beneficios de la aglomeración pueden ayudar a las industrias locales a persistir en los cambios estructurales y en la competencia internacional.

En cuanto a las características locales y valorar sus particularidades culturales y regionales en detrimento de la hegemonía global mayor, su potencial de crecimiento (Nascimento & Moreira, 2012, Neumann et al., 2011), mientras que las actividades desarrolladas pueden ser interpretadas como una compleja sinergia que puede generar ganancias en escala, productividad, crecimiento y la innovación (Neumann et al., 2011).

Es posible involucrar alguna especialización productiva en la región en que están ubicados los aglomerados, donde se puede asumir un carácter horizontal, involucrando empresas de mismo segmento o actividades similares, o carácter vertical, involucrando empresas que vengán a desarrollar actividades complementarias en la cadena productiva (Nacimiento Y en el caso de las mujeres).

Los factores económicos pueden explicar sistemáticamente patrones de aglomeraciones, siendo enfatizados en la literatura de geografía económica cuatro categorías: a) vínculos verticales de producción, b) externalidades en los mercados de trabajo, c) externalidades en los mercados de bienes de capital, y d) la ventaja de la proximidad geográfica (Alfaro & Chein, 2014).

Las externalidades de la aglomeración pueden ser vagamente definidas a medida que una empresa obtenga beneficios por estar ubicada cerca de otros actores

económicos (Neffke et al., 2011), dan lugar a procesos de aglomeración cuyos mecanismos tienen efectos obvios sobre la productividad de la industria (Claver, Castejón, & Gracia, 2012). Son economías de escala externas a la empresa, pero interna al sistema territorial, lo que facilita la aglomeración en función de las ventajas de localización, como reducción de costos de producción, el acceso a insumos especializados y proveedores y el acceso al aprendizaje debido a la presencia de spillovers de conocimiento o tecnología (Glaeser et al., 1992).

Para Marshall (1985) las externalidades son cruciales en la formación de economías de aglomeración, de modo que las principales ventajas que una empresa localizada posee son: a) un mercado local para la industria localizada; b) aumento de conocimiento (spillovers) y tecnología; c) surgimiento de industrias subsidiarias. Estas ventajas se asocian a economías externas y generan impactos económicos para toda la región del aglomerado (Marshall, 1985).

Los beneficios de las externalidades positivas llevan a las empresas ubicadas dentro de un área concentrada a tener mayor productividad, sin embargo, es importante percibir que las deseconomías de aglomeración pueden aparecer a medida que las regiones crecen en tamaño, debido al aumento de la competencia, costos más altos de tierra y otros posibles factores (Lin, Li, & Yang, 2011). Si las externalidades positivas, las ganancias crecen junto con la aglomeración, pero si las externalidades negativas son más fuertes, las ganancias deben disminuir, así que la relevancia de las externalidades varía con el nivel de la aglomeración de la empresa, la relación entre ganancias y aglomeración no será lineal, pero curva (Marco-Lajara et al., 2016).

Los estudios señalan que la proximidad geográfica es un requisito previo de externalidades positivas en las aglomeraciones, especialmente en la innovación (Geldes, Felzensztein, Turkina, & Durand, 2015). La proximidad proporciona la oportunidad para interacciones, relaciones sociales y profesionales (Lazzeretti & Capone, 2016) y crea un ambiente que facilite la confianza, la difusión de ideas y de conocimiento (Audretsch & Feldman, 1996).

Markusen (1996), en sus estudios sobre aglomeraciones, creó modelos visuales esquemáticos para mostrar cómo las empresas y las instituciones se organizan en el territorio, siendo: aglomeraciones marshaliana o italiana; aglomeración central-radial; aglomeración plataforma satélite; y aglomeración soportada por el gobierno o por instituciones importantes. El primer modelo es la aglomeración marshaliana o italiana, reúne a un gran número de pequeñas y medianas empresas que son controladas localmente, donde se desencadena la existencia de capital dentro de la aglomeración entre proveedores y clientes que se estructura por contratos a largo plazo, esta proximidad genera economías externas (Markusen, 1996).

El segundo modelo es la aglomeración centro-radial, denominada por una o varias empresas grandes e integradas verticalmente, donde las grandes empresas mantienen vínculos con proveedores y competidores fuera de la aglomeración que son mediadas por contratos a largo plazo (Markusen, 1996). En las aglomeraciones centro-radiales las economías de escala son elevadas, las grandes empresas tienen el poder de negociación y mayores inversiones (Markusen, 1996).

En el tercer modelo, las aglomeraciones plataforma satélite, son formadas por filiales de multinacionales o grandes corporaciones que acaban desplazándose a localidades con bajos salarios o por algún subsidio ofrecido, siendo pequeño el comercio entre proveedores y compradores en función del alto grado de relación con empresas externas, lo que hace los beneficios y ventajas derivadas de aglomeraciones muy limitadas (Markusen, 1996).

El cuarto modelo presentado por Markusen (1996) es la aglomeración soportada por el gobierno o por instituciones importantes que crean condiciones para una ubicación industrial privilegiada, donde las decisiones parten de diferentes niveles del gobierno. Las instituciones relacionadas suelen ser grandes y estimulan el crecimiento de proveedores en sus alrededores, pero la relación entre los clientes del Estado y los proveedores es mediada por contratos a corto plazo en función de posibles cambios

políticos (Markusen, 1996). El modelo utilizado en este estudio es el primer modelo, aglomeraciones marshaliana o italiana.

En general, las aglomeraciones productivas se definen bajo cuatro elementos principales, siendo 1) actividades similares siendo ejecutadas en una concentración espacial; 2) apoyo a las empresas locales de instituciones públicas y privadas; 3) algunos vínculos interorganizacionales verticales y horizontales y 4) concordancia sobre normas de conducta fundamentadas por vínculos culturales y sociales (Tavares, Antonialli, & Santos, 2010). De hecho, las aglomeraciones territoriales se caracterizan por mantener relaciones, que, en algunos casos, pueden sobrepasar aquellas meramente comerciales (Hoffmann, Molina-Morales, & Martínez-Fernández, 2007).

2.2 Innovación en las aglomeraciones

Las organizaciones se involucran en un continuo ciclo de innovación abriendo camino a nuevas oportunidades para agregar valor al negocio (Samson & Gloet, 2014) donde tiene como finalidad mantener la competitividad de las empresas en el mercado (Kuhl, Cunha, Maçaneiro, & Cunha, 2016). Se trata de un elemento fundamental para la competitividad y la supervivencia de las empresas (Schumpeter, 1960).

Así, la innovación de las empresas trata del desarrollo de nuevos productos o servicios, así como de sistemas administrativos y es una fuente de ventaja competitiva sostenible (Damanpour, 1991). Puede ser evaluada bajo perspectivas tecnológicas, posicionando la investigación y desarrollo (I & D), y perspectivas humanas (Yang & Hsu, 2010). La innovación no se construye sólo con los recursos que la empresa desarrolla en su entorno interno, sino también por el acceso externo de recursos y capacidades que la empresa puede obtener a través de sus relaciones (Soda, 2011).

De esta forma, la proximidad geográfica puede tornarse esencial para que las empresas aumenten su capacidad de innovar, independientemente de sus características internas (Laimer, 2013). Las ventajas de los aglomerados en percibir las oportunidades de innovación son significativas, en función de la presión competitiva y comparativa de los pares, característico de regiones concentradas geográficamente (Porter, 1999).

Los efectos de la proximidad geográfica sobre la innovación no pueden entenderse sin considerar la estructura relacional de la localización (Whittington, Owen-Smith, y Powell, 2009). Si el comportamiento de los socios está alineado con sus expectativas mutuas durante la colaboración, repetir ese cambio de vínculos innovadores une a los actores a través de la amistad y la confianza (Gulati & Gargiulo, 1999).

Los estudios indican que las empresas son más propensas a innovar si están ubicadas en una región donde la presencia de otras empresas con la misma especialidad es fuerte, ya que el efecto de la proximidad de empresas en otras industrias parece no ser significativo (Baptista & Swann, 1998). Una de las referencias de este fenómeno de innovación localizada es el Valle del Silicio (Scott & Storper, 2003).

La gestión de la innovación se enfrenta a varios desafíos, las preocupaciones deben estar orientadas a los individuos y no sólo en los procesos y métricas, pues es por medio de las personas, sus valores, cultura, experiencia y conocimiento, y por medio de su interacción con el ambiente que crean e innovan, así el estímulo a la cooperación puede ser un aliado (Moreira & Stramar, 2014).

Las empresas sufren diversas influencias en las actividades que desarrollan en la búsqueda de innovación continua y duradera, siendo necesario un gran esfuerzo para adaptarse y adaptarse al ambiente proporcionando la continuidad de la empresa (Frezatti, Bido, Cruz, & Machado, 2014). La gestión del conocimiento puede mejorar la capacidad innovadora, involucrando la gestión de interacciones externas y la búsqueda de conocimiento externo y, además, la gestión de flujos internos de conocimiento (OCDE, 2005).

Della Corte-Lora, Vallet-Bellmunt y Molina-Morales (2017) afirman que existen dos maneras de acceder a información y nuevas ideas para generar la innovación: mejorar su posición en la red o promover la creatividad dentro de la organización. Las empresas ganan beneficios estratégicos a través del acceso al volumen de conocimiento que aumenta el grado en que pueden aprender (Tsai, 2001). Después de la contribución seminal de Marshall, los estudiosos enfatizaron la importancia de los spillovers de conocimiento para la innovación debido al hecho de beneficiarse de la disponibilidad de mano de obra calificada en función de la proximidad geográfica y social (Giuliani & Bell, 2005).

Los vínculos existentes entre las empresas proporcionan canales que distribuyen información y conocimiento para estimular actividades innovadoras (Tsai, 2001). La participación entre productores, competidores, proveedores, clientes estando próximos unos de otros, no sólo físicamente, pero cognitivamente, favorecen el acceso al conocimiento y fomentan la innovación (Maskell & Malmberg, 1999). Estos argumentos sugieren la siguiente hipótesis de investigación:

Hipótesis 1 (H₁): Las empresas ubicadas en una aglomeración territorial desarrollan más innovaciones que aquellas localizadas fuera de la aglomeración.

2.3 Desempeño en las aglomeraciones

Las empresas que crean valor por encima de la media tienden a presentar mejores resultados, siendo que el desempeño organizacional puede ser afectado de diferentes formas (Ladeira, Rosa, Du, & Santini, 2016). La medición del desempeño empresarial es la forma de entender si los objetivos trazados están siendo alcanzados, siendo que el mismo puede ser evaluado a partir de los recursos estratégicos de las empresas, pudiendo los recursos ser de capital humano, de capital, estructural o físico (Beuren & Marcello, 2016).

El desempeño económico de las empresas puede ser determinado por la capacidad de adaptarse a los cambios, pero esa capacidad no debe ser entendida mirando sólo a una empresa, pues lo que existe es la capacidad colectiva de lidiar con tales cambios en el mercado (Silva, 2014). Se puede relacionar la medida de desempeño con las ventas y la información del beneficio de las empresas (Hung, Yang, Lien, McLean, & Kuo, 2010).

El desempeño no es un constructo simple, y hay varias dimensiones utilizadas en la literatura para operacionalizar sus medidas (Brito, Brito, & Morganti, 2009). Venkatraman y Ramanujam (1986) propone dimensiones de desempeño organizacional siendo, financiero, operacional y la eficacia organizacional.

El desempeño puede ser medido como desempeño de mercado o financiero, siendo el desempeño de mercado indicativo de la participación de mercado de la empresa, volumen y crecimiento de ventas, ya el desempeño financiero está relacionado con la rentabilidad, como margen de beneficio (Wang & Ahmed, 2007). El modelo de aglomeraciones no siempre está asociado al desempeño superior, pues contiene muchas condiciones internas que pueden influir en su supervivencia (Paniccia, 1998).

Sin embargo, los estudios apuntan que las empresas aglomeradas obtienen un desempeño mayor que las empresas fuera de la aglomeración (Ruiz-Ortega et al., 2016). Este fenómeno se justifica por el desarrollo de economías de aglomeración (Marshall, 1985) y por una combinación de factores como conocimiento (Grant, 1996) e innovación (Damanpour, 1991). Así, el acceso facilitado a información y recursos, mejoran el desempeño (Whittington et al., 2009).

El desempeño superior en aglomeraciones de empresas está íntimamente relacionado con la transferencia de conocimiento (Daft & Lengel, 1986). Siendo que el conocimiento no es sólo usado, sino también creado como parte del desempeño de todas las actividades de la empresa (Prahalad & Hamel, 1990). De esta forma, con base en los argumentos se presenta la siguiente hipótesis de investigación:

Hipótesis 2 (H₂): Las empresas ubicadas en una aglomeración territorial tienen mejor desempeño que aquellas localizadas fuera de la aglomeración.

3 Método

Este estudio se caracteriza como una investigación de naturaleza cuantitativa, de carácter descriptivo y corte transversal, con utilización de la técnica de recolección de datos realizada a través de un cuestionario estructurado.

La elección de las empresas vitivinícolas en aglomeraciones territoriales como objeto de estudio se justifica por el crecimiento del sector una vez que investiga si hay relación entre la proximidad geográfica, el desarrollo de innovaciones y el desempeño de las empresas. Por lo tanto, se observa que nuevas aglomeraciones están surgiendo en regiones periféricas, lo que acaba induciendo investigaciones sobre concentración industrial, pudiendo así contribuir a que esos estudios sean debatidos en la comunidad académica y en los órganos de desarrollo local y regional (Almeida & Silva, 2015).

Para la definición de la muestra, se optó por la técnica de muestreo por conveniencia, en virtud de la accesibilidad y de la disponibilidad de las empresas participar en la investigación. Además, la utilización de esta técnica se da por la limitación en la cuantificación del universo a ser investigado, en función de la diferencia de los datos en cada base investigada. No hay una base única con informaciones precisas y actualizadas sobre las empresas vitivinícolas, siendo que las informaciones de producción de uva y vino son escasas y las bases disponibles son divergentes.

La recolección de datos fue realizada en 202 empresas vitivinícolas, por medio de un cuestionario estructurado y validado por los autores en una investigación anterior. De esta forma, el cuestionario se utilizó de variables sociodemográficas (edad de la empresa, número de empleados, facturación de la empresa, aglomeración territorial, asociación y municipio) y las variables de innovación y de desempeño a partir de una escala de intervalos ampliada del tipo Likert de once puntos, variando de 0 (totalmente de acuerdo) a 10 (estoy totalmente de acuerdo).

La innovación se midió en un intervalo de seis elementos que son los siguientes: (1) proceso desarrollado o innovación de producto junto con otro vino; (2) desarrolló proyecto de investigación en conjunto con otras bodegas; (3) ha desarrollado nuevos productos o procesos en los últimos 5 años; (4) ha mejorado productos o procesos en los últimos 5 años; (5) ha invertido en investigación y desarrollo en los últimos 5 años; (6) ha invertido en formación de empleados para la innovación en los últimos 5 años. El desempeño se mide también en una serie de seis artículos son los siguientes: (1) aumento de las ventas en los últimos cinco años; (2) crecimiento en las ventas en los últimos 5 años; (3) reducción de los costes de producción en los últimos 5 años; (4) aumento de la rentabilidad en los últimos 5 años; (5) aumento de la productividad en los últimos 5 años; (6) aumento en el beneficio de los últimos 5 años.

Después de la recolección de datos, los datos fueron tabulados en una hoja de cálculo, siendo posteriormente analizados en el programa estadístico IBM SPSS Statistics, versión 21. Se adoptó los procedimientos estadísticos para verificar si los datos atienden los supuestos básicos para el análisis de datos con técnicas y se verificó la normalidad de los datos por medio de la asimetría y curtosis (Malhotra, 2012).

De esta forma, las medias y las desviaciones estándar de cada muestra se calcularon, permitiendo la utilización de la estadística inferencial para el análisis de los datos, como la prueba de correlación de Pearson. Para verificar la homogeneidad entre las dos muestras independientes y la comparación entre las medias de respuestas, se utilizó el prueba t (Hair, Black, Badin, Anderson, & Tatham, 2009).

4 Resultados y discusiones

4.1 Caracterización de la muestra

Brasil es considerado el quinto mayor productor de vino del hemisferio sur, siendo un mercado consumidor en crecimiento (Vinos de Brasil, 2017). En la mayoría de los casos, la mayoría de los productores de uva y el vino (IBRAVIN, 2017), tienen varias regiones productoras de uva, pero el estado de Rio Grande do Sul es el responsable de la mayor parte de la producción brasileña de uva y vino (IBRAVIN, 2017).

Los datos de Embrapa Uva y Vino (2017) muestran que hay un crecimiento del 11,5% en el número de propiedades vitivinícolas en Rio Grande do Sul, en el período de 1995 a 2015, siendo que la Secretaría de Agricultura, Pecuaria e Irrigación (SAPI, 2018) divulgó que el estado cuenta con 673 bodegas activas y, de ellas, 418 vinícolas procesaron uva en 2017.

La recolección de datos fue realizada en 202 empresas vitivinícolas ubicadas en el estado de Rio Grande do Sul. De este modo, el 88,6% de las empresas están ubicadas en la Serra Gaúcha - la mayor región productora de vinos de Rio Grande do Sul y Brasil.

Las empresas fueron clasificadas en cuanto al tamaño, con base en la facturación y en el número de empleados, siendo que el 92% son pequeñas y medianas empresas y poseen hasta 49 empleados. Además, se observa que la mayor parte de las empresas son jóvenes y poseen hasta 30 años de existencia, siendo que las más antiguas poseen más de 120 años. En lo que se refiere a la concentración geográfica de las empresas, la base básica de la aglomeración territorial, existen diversas asociaciones de productores vitivinícolas, que institucionalizan las aglomeraciones y las indicaciones geográficas. Así, se buscó identificar si las empresas encuestadas forman parte de alguna asociación, información importante para el objetivo del estudio sobre el papel de las aglomeraciones territoriales en el desarrollo de innovaciones y en la mejora del desempeño. De las 202 empresas encuestadas, 99 forman parte de alguna asociación, es decir, el 49% de la muestra.

4.2 Análisis de las relaciones y pruebas de hipótesis

Para verificar la relación entre la innovación y el desempeño se realizó la estadística descriptiva y el análisis de correlación, a fin de verificar la relación entre las variables (Tabla 1). Con ello, se evaluó la existencia de relación entre la innovación y el desempeño.

Tabla 1 - Relación entre innovación y desempeño

| Tipo de empresa | Variables | Media (\bar{x}) | Desviación Estándar (σ) | Variables | |
|-----------------|------------|---------------------|----------------------------------|------------|-----------|
| | | | | Innovación | Desempeño |
| Aglomeradas | Innovación | 7,688 | 1,383 | 1,000 | |
| | Desempeño | 6,571 | 2,385 | 0,371 | 1,000 |
| No Aglomeradas | Innovación | 3,699 | 1,870 | 1,000 | |
| | Desempeño | 4,623 | 3,023 | 0,351 | 1,000 |

Nota: Las correlaciones de Pearson son significativas al nivel de $p < 0,01$.

En el análisis de la relación entre las variables, se observa la existencia de correlación significativa entre la innovación y el desempeño. La correlación significativa encontrada entre las variables de innovación y desempeño es positiva, es decir, que las variables caminan en un mismo sentido.

En este sentido, el resultado encontrado corrobora con el objetivo del estudio, que investiga el papel de las aglomeraciones territoriales en el desarrollo de innovaciones y en la mejora del desempeño de las empresas en regiones vitivinícolas. De este modo, existe una relación entre innovación y desempeño, tanto en las empresas que están aglomeradas ($r = 0,371$), como en las empresas que no están aglomeradas ($r = 0,351$).

Además, considerando que las correlaciones son moderadas ($r > 0,333 < 0,666$), se puede suponer que el bajo desempeño presentado por las empresas que no están aglomeradas ($\bar{x} = 4,623$) puede estar asociado, también, a otros factores, no investigados en ese estudio.

Por otro lado, para verificar eventuales diferencias entre las empresas que están aglomeradas de las que no están aglomeradas, se realizó la estadística descriptiva y la prueba t para comparación entre los dos grupos (Tabla 2). Así, se examinó la existencia de diferencias entre las empresas aglomeradas y las empresas no aglomeradas.

Tabla 2 - Comparación entre empresas aglomeradas y empresas no aglomeradas

| Variables | Tipo de empresa | Número de trabajadores | Media | Desviación Estándar | Prueba t | Sig. |
|------------|-----------------|------------------------|-------|---------------------|----------|------|
| Innovación | Aglomeradas | 99 | 7,688 | 1,383 | 17,281 | 0,00 |
| | No aglomeradas | 103 | 3,699 | 1,870 | | |
| Desempeño | Aglomeradas | 99 | 6,571 | 2,385 | 5,095 | 0,00 |
| | No aglomeradas | 103 | 4,623 | 3,023 | | |

En el análisis de la comparación entre los dos grupos de empresas, se observó la existencia de diferencias significativas entre las empresas aglomeradas y las empresas no aglomeradas. Los resultados de la prueba indicaron diferencias significativas aceptables ($p < 0,05$), tanto en la innovación, como en el desempeño. Así, se constata que, en la aglomeración territorial, las empresas se comportaron de forma similar, colaborando entre sí.

Además, es importante comprender que las medias de las empresas no aglomeradas son menores, tanto en la innovación ($\bar{x} = 3,699$), como en el desempeño ($\bar{x} = 4,623$), siendo valores menores de 5,000, es decir, parte inferior de la escala (totalmente en desacuerdo). Esto puede indicar que las empresas no aglomeradas no desarrollan innovaciones incrementales o radicales y tampoco están obteniendo un buen desempeño.

Sin embargo, las medias de las empresas aglomeradas son mayores, tanto en la innovación ($\bar{x} = 7,688$), como en el desempeño ($\bar{x} = 6,571$), siendo valores mayores que 5,000, o sea, corresponde a la parte superior de la escala (totalmente de acuerdo). Esto indica que las empresas están obteniendo ventajas por estar en una aglomeración territorial. De este modo, se constata que los indicadores de innovación (H_1) y desempeño (H_2) de las empresas aglomeradas son mayores que las empresas no aglomeradas. Entonces, las hipótesis fueron aceptadas.

En este sentido, los resultados corroboran con la suposición de que las empresas vitivinícolas que se ubican en una aglomeración territorial desarrollan más innovaciones y tienen mejor desempeño que aquellas localizadas fuera de la aglomeración. En el presente trabajo se analizó la relación entre la innovación y el desempeño, con lo que la capacidad de innovar es uno de los factores más importantes para el desempeño de los negocios independientemente del tamaño de la empresa.

La existencia de esta relación ya fue evidenciada en otras investigaciones (Tsai, 2001, Giuliani & Bell, 2005, Whittington et al., 2009), una vez que las relaciones de intercambio estimulan actividades innovadoras, que, a su vez, impactan en el desempeño de las empresas. Con ello, estar en una aglomeración territorial puede generar un sentimiento de pertenencia, lo que facilita la interacción entre los actores locales. Siendo así, las relaciones de intercambio influyen tanto la innovación como el desempeño de las empresas, cuanto más conocimiento las empresas absorben, mayor su visión para la innovación lo que consecuentemente, mejora su desempeño.

5 Conclusión

El objetivo de este estudio consistió en investigar el papel de las aglomeraciones territoriales en el desarrollo de innovaciones y en la mejora del desempeño de las

empresas en regiones vitivinícolas. La justificación para el desarrollo del trabajo y el tema elegido está pautada en la nueva forma de pensar las economías representadas por las aglomeraciones (Porter, 1999) siendo importante su investigación, pues pueden impulsar el crecimiento económico y beneficiarse de mercados más amplios en relación el flujo de información (Marshall, 1985).

En el caso de las empresas vinícolas ubicadas en el estado de Rio Grande do Sul, se realizaron como objeto de estudio las empresas ubicadas en la región del Valle de los Viñedos en la Serra Gaúcha. Además, se verificó la relación entre la innovación y el desempeño de las empresas y si las empresas ubicadas en una aglomeración territorial desarrollan más innovaciones y tienen mejor desempeño que aquellas localizadas fuera de la aglomeración.

En este sentido, se puede decir que las empresas que están aglomeradas, se benefician de su estructura de localización y de sus relaciones para obtener ganancias relacionadas con la información y nuevos conocimientos, que impactan en la innovación y el desempeño.

Los resultados empíricos contribuyen teóricamente al confirmar, en el contexto estudiado, que la aglomeración territorial puede influir en la innovación y el desempeño de las empresas. Así, los resultados presentan contribuciones en el desarrollo del tema relacionado a las aglomeraciones territoriales.

En lo que se refiere a las implicaciones gerenciales, el estudio presenta relevancia por servir de base para estimular el debate en torno a la temática aglomeraciones territoriales entre los gestores y / o tomadores de decisión de las empresas vitivinícolas. Así, se puede indicar el aumento de las relaciones e interacciones entre las empresas vitivinícolas, además de la capacidad de intercambiar habilidades y compartir objetivos, pues ese intercambio genera el aprendizaje colectivo.

Además, como implicación gerencial, en la búsqueda de obtener un mejor desempeño por parte de las empresas, se sugiere buscar innovaciones, pues presenta una influencia positiva en el desempeño. De esta forma, el sentimiento de pertenencia a una aglomeración de empresas, junto al aumento del intercambio de informaciones y aprendizaje, pueden llevar a innovaciones y consecuentemente a un mejor desempeño.

La investigación presentó algunas limitaciones, una de ellas fue la disponibilidad de datos para realizar un levantamiento fidedigno del universo investigado, aun así, la muestra investigada utilizó la base de datos disponibilizada por Ibravin. Así, se sugiere la aplicación de este estudio en otras aglomeraciones territoriales, como, por ejemplo, empresas metalmecánicas aglomeradas en diversas regiones brasileñas.

Se considera la posibilidad de desarrollar una investigación cualitativa para comprender las interacciones entre las empresas aglomeradas, buscar entender el sentimiento de pertenencia, la capacidad de intercambiar las habilidades y compartir sus objetivos.

Referencias

- Alfaro, L., & Chein, M. X. (2014). The global agglomeration of multinational firms. *Journal of International Economics*, 94, 263-276.
- Almeida, F. A., & Silva, A. S. B. (2015, outubro). Índices de concentração: evidências empíricas à indústria de transformação cearense. *Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Fortaleza, CE, Brasil, 35.
- Audretsch, D. B., & Feldman, M. P. (1996). R&D Spillovers and the Geography of innovation and production. *American Economic Association*, 86(3), 630-640.
- AVIGA. Associação dos Vinicultores de Garibaldi. Disponível em: <<http://www.aviga.com.br/aviga>>. Acesso em: 13 fev. 2018.
- Baptista, R., & Swann, P. (1998). Do firms in clusters innovate more? *Research Policy*, 27, 525-540.

- Barros, F. S. O., & Moreira, M. V. C. (2006). O capital social nas aglomerações produtivas de micro e pequenas empresas: estudo de um arranjo produtivo turístico. *Organizações & Sociedade – O&S*, 13(39).
- Beuren, I. M., & Marcello, I. E. (2016). Relação da importância dos recursos estratégicos com as medidas de desempenho em empresas brasileiras. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 15(1), 64-82.
- Brito, E. P. Z., Brito, L. A. L., & Morganti, F. (2009). Inovação e o desempenho empresarial: lucro ou crescimento? *Revista de Administração de Empresas*, 8(1), 2009.
- Brito, E. P. Z., Brito, L. A. L., Porto, E. C., & Szilagyi, M. E. (2010). A relação entre aglomeração produtiva e crescimento: a aplicação de um modelo multinível ao setor industrial paulista. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(4), 615-632.
- Campos, A. C., & Paula, N. M. (2008). Do aglomerado industrial ao APL: uma análise da indústria de confecções de Cianorte (PR). *Revista Brasileira de Inovação*, 7(1), 147-176.
- Cardoso, F. M. C. B., & Guimarães, L. O. (2011). Processo de formação e expansão de cluster: o caso do aglomerado de Ceres, GO. *Revista de Gestão*, 18(4), 549-568.
- Claver, N. D., Castejón, C. F., & Gracia, F. S. (2012). External economies as a mechanism of agglomeration in EU manufacturing. *Applied Economics*, 44(34), 4421-4438.
- Czajkowski, A., & Cunha, S. K. (2010). Organização e coordenação da rede de cooperação em aglomerados de turismo rural. *Turismo: Visão e Ação*, 12(1), 92-113.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Dalberto, C. R., Cirino, J. F., & Staduto, J. A. R. (2016). Especialização versus diversificação: economias de aglomeração e seus impactos sobre os salários industriais em Minas Gerais. *Gestão & Regionalidade*, 32(95).
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Dauth, W. (2013). Agglomeration and regional employment dynamics. *Paper in Regional Science*, 92(2), 419-435.
- Del-Corte-Lora, V., Vallet-Bellmunt, T. M., & Molina-Morales, F. X. (2017). How network position interacts with the relation between creativity and innovation in clustered firms. *European Planning Studies*, 24(4), 561-582.
- Dias, C. N. (2011). Arranjos produtivo locais (APLs) como estratégia de desenvolvimento. *Desenvolvimento em Questão*, 9(17), 93-122.
- EMBRAPA. Portal Embrapa Uva e Vinho. Disponível em: < <https://www.embrapa.br/uva-e-vinho/>>. Acesso em: 13 mai. 2017.
- Frezatti, F., Bido, D. de S., Cruz, A. P. C. da., & Machado, M. J. de C. (2014). O papel do Balanced Scorecard na gestão da inovação. *Revista de Administração de Empresas*, 54(4), 381-392.
- Geldes, C., Felzensztein, C., Turkina, E., & Durand, A. (2015). How does proximity affect interfirm marketing cooperation? A study of an agribusiness cluster. *Journal of Business Research*, 68, 263–272.
- Giuliani, E., & Bell, M. (2005). The micro-determinants of meso-level learning and innovation: evidence from a Chilean wine cluster. *Research Policy*, 34, 47-68.
- Glaeser, E. L., Kallal, H. D., Scheinkman, J. A., & Shleider, A. (1992). Growth in Cities. *Journal of Political Economy*, 100(6), 1126-1152.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.
- Gulati, R., & Gargiulo, M. (1999). Where do interorganizational networks come from?, *American Journal of Sociology*, 104, 1439–1493.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman.

- Hoffmann, V. E., Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernandez, M. T. (2007). Redes de empresas: proposta de uma tipologia para classificação aplicada na indústria de cerâmica de revestimento. *Revista de Administração Contemporânea*, 11(1), 103-127.
- Hoffmann, V. E., Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernandez, M. T. (2008). Competitividade na indústria do vestuário: uma avaliação a partir da perspectiva das redes de empresas aglomeradas territorialmente. *Revista Eletrônica de Administração – REAd*, 15(2), 391-419.
- Hoffmann, V. E., Oliveira, B. P. de., & Brocchi, J. T. (2016). Instituições de Suporte ao Turismo nos Destinos de Alto Paraíso e Pirenópolis: uma análise sob a perspectiva das redes interorganizacionais. *Caderno Virtual de Turismo*, 16(1), 74-94.
- Hung, R. Y. Y., Yang, B., Lien, B. Y., McLean, G. N., & Kuo, Y. (2010). Dynamic capability: Impact of process alignment and organizational learning culture on performance. *Journal of World Business*, 45, 285-294.
- Hurley, R., & Hult, T. G. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- IBRAVIN. Instituto Brasileiro do Vinho. Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br>>. Acesso em 01 abr. 2017.
- Kuhl, M. R., Cunha, J. C., Maçaneiro, M. B., & Cunha, S. K. (2016). Colaboração para a inovação e desempenho sustentável: evidências da relação na indústria eletroeletrônica. *Brazilian Business Review*, 13 (3), 1-25.
- Ladeira, W. J., Rosa, F. T., Du, F., & Santini, F. O. (2016). Entre o mercado primário e o secundário: uma análise exploratória da criação de valor e vantagem competitiva nas relações China-Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, 18(4), 52-65.
- Laimer, C. G. (2013). *A cooperação entre universidade, empresa e governo na promoção de ambientes de inovação: um estudo em parques científicos e tecnológicos no Brasil e em Portugal*. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, Brasil.
- Lazzeretti, L., & Capone, F. (2016). How proximity matters in innovation networks dynamics along the cluster evolution. A study of the high technology applied to cultural goods. *Journal of Business Research*, 69(12), 5855-5865.
- Liao, T., Rice, J., & Lu, J. (2015). The vicissitudes of competitive advantage: empirical evidence from Australian Manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 53(2), 469-481.
- Lin, H. L., Li, H. Y., & Yang, C. H. (2011). Agglomeration na productivity: firm-level evidence from China's textile industry. *China Economic Review*, 22, 313-329.
- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Marco-Lajara, B., Claver-Cortés, E., Úbeda-García, M., & Zaragoza-Sáes, P. C. (2016). A dynamic analysis of the agglomeration and performance relationship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1874-1879.
- Markusen, A. (1996). Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts. *Economic Geography*, 72(3), 293-313.
- Marshall, A. (1985). *Princípios de Economia*. 2. ed. São Paulo: Nova Cultura.
- Mascena, K. M. C., Figueiredo, F. C., & Boaventura, J. M. G. (2013). Clusters e APL's: análise bibliométrica das publicações nacionais no período de 2000 a 2011. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, 53(5), 454-468.
- Maskell, P., & Malmberg, A. (1999). Localised learning and industrial competitiveness. *Cambridge Journal of Economics*, 23(2), 167-185.
- Miranda, N. S., Júnior, Costa, H. A., & Hoffmann, V. E. (2016). Dificuldades para a Cooperação entre Hotéis Aglomerados Territorialmente: um estudo da hotelaria em Brasília - DF. *Turismo em Análise*, 27(1), 153-177.

- Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernández, M. T. (2004). How much difference is there between industrial district firms? A net value creation approach. *Research Policy*, 33, 473-486.
- Moreira, E. T., & Stramar, A. R. (2014). Modelo holístico da gestão da inovação com ênfase na cooperação, flexibilidade e adaptação. *Revista de Administração e Inovação*, 11(4), 193-212.
- Nascimento, R. P., & Moreira, M., Filho. (2012). As potencialidades do território para o desenvolvimento local: uma análise do aglomerado de turismo de Santa Teresa/RJ. *Turismo: Visão e Ação*, 14(2), 230-245.
- Neckel, A. R., Hoffmann, V. E., & Schoreder, L. (2010). Recursos compartilhados como fonte competitiva de empresas aglomeradas territorialmente: um estudo na indústria têxtil da região de Rio do Sul (SC). *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 9(1), 127-151.
- Neffke, F., Henning, M., Boschma, R., Lundquist, K., & Olander, L. (2011). The dynamics of agglomeration externalities along the life cycle of industries. *Regional Studies*, 45(1), 49-65.
- Neumann, L., Hexsel, A., & Balestrin, A. (2011). Desafios à cooperação em aglomerados produtivos: um estudo de caso no segmento de malhas do sul do Brasil. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS*, 8(3), 220-230.
- OCDE. Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. (2005). *Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3. ed. Brasília: FINEP.
- Paniccia, I. (1998). One, a hundred, thousands of industrial district. Organizational variety in local networks of small and medium-sized enterprises. *Organization Studies*, 19(4), 667-699.
- Porter, M. E. (1999). *Competição: estratégias competitivas essenciais*. 13.ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 3-15.
- Pyke, F. G., Becattini, G., & Sengenberger, W. (1992). *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy*. 2. ed. Geneva: International Institute for Labour Studies.
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., & García-Villaverde, P. M. (2016). Do territorial agglomerations still provide competitive advantages? A study of social capital, innovation, and knowledge. *International Regional Science Review*, 39(3), 259-290.
- Samson, D., & Gloet, M. (2014). Innovation capability in Australian manufacturing organisations: an exploratory study. *International Journal of Production Research*, 52(21), 6448-6466.
- SAPI. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Irrigação. Disponível em: <<http://www.agricultura.rs.gov.br>>. Acesso em: 08 fev. 2018.
- Saxenian, A. (1994). Regional advantage: culture and competition in Silicon Valley and Route 128. *Harvard Journal of Law & Technology*, 8(2), 522-528.
- Schumpeter, J. A. (1960). *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Scott, A., & Storper, M. (2003). Regions, globalization, development. *Regional Studies*, 37(6-7), 579-593.
- Silva, P. M. (2014). Aglomerados e turismo: análise da produção científica nacional e internacional sobre o tema. *Turismo: Visão e Ação*, 16(2), 338-357.
- Silvestre, B. D. S., & Dalcol, P. R. T. (2008). Aglomeração industrial de petróleo e gás da região produtora da Bacia de Campos - sistema de conhecimento, mudanças tecnológicas e inovação. *Revista de Administração*, 43(1), 84-96.
- Soda, G. (2011). The management of firms alliance network positioning: implications for innovation. *European Management Journal*, 29(5), 377-388.
- Staber, U. (2001). Spatial proximity and firm survival in a declining industrial district: the case of knitwear firms in Baden-Württemberg. *Regional Studies*, 35, 329-341.

- Tavares, B., Antonialli, L. M., & Santos, M. I. P. D. (2010). Influência das características das aglomerações sobre a geração de externalidades para as empresas. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 9(2), 115-142.
- Tavares, W., & Castro, C. C. (2012). Relações interorganizacionais no estabelecimento de uma aglomeração produtiva. *Revista de Administração FACES Journal*, 11(4), 31-50.
- Thomaz, J. C., Brito, E. P. Z., Marcondes, R. C., & Ferreira, F. C. M. (2011). Benefícios da aglomeração de firmas: evidências do arranjo produtivo de semijoias de Limeira. *Revista de Administração*, 46(2), 191-206.
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal*, 44(5), 996-1004.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Vinhos do Brasil. Disponível em: <<http://www.vinhosdobrasil.com.br>>. Acesso em: 01 abr. 2017.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: a review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51.
- Whittington, K. B., Owen-Smith, J., & Powell, W. W. (2009). Networks, propinquity, and innovation in knowledge-intensive industries. *Administrative Science Quarterly*, 54, 90-122.
- Wilk, E. O., & Fensterseifer, J. E. (2003). Use of resource-based view in industrial cluster strategic analysis. *International Journal of Operations & Production Management*, 23(9), 995-1009.
- Yang, Y., & Hsu, J. (2010). Organizational process alignment, culture and innovation. *African Journal of Business Management*, 4(11), 2231-2240.
- Zaheer, A., & Bell, G. (2005). Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes, and performance. *Strategic Management Journal*, 26(9), 809-825.