

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXI Jornada de Pesquisa

TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO DA TRAJETÓRIA DE UMA VINÍCOLA¹

Bethina Ferraz De Campos², Raiziane Cássia Freire Da Silva³, Grace Kelly Holtz Scremin⁴, Daniel Knebel Baggio⁵.

¹ Trabalho realizado na disciplina do PPGGEO da URI – Campus Santo Ângelo

² Aluna do PPGGEO da URI - Campus Santo Ângelo

³ Aluna do PPGGEO da URI - Campus Santo Ângelo

⁴ Aluna do PPGGEO da URI - Campus Santo Ângelo

⁵ Professor do PPGGEO da URI - Campus Santo Ângelo

Introdução

As teorias das organizações têm evoluído constantemente desde os primeiros achados. As teorias contribuem para analisar as situações complexas das organizações, descobrem ou inventam meios de reflexão, análise e aplicação no dia-a-dia organizacional. Além disso, contribuem na correção de erros e no compartilhamento de seus achados, fazendo com que os gestores e pesquisadores consigam avançar, direcionando seus esforços na construção de conhecimento sistemático e cada vez mais aplicado. (BREITENBACH; BRANDÃO; SOUZA, 2009.)

O presente estudo descreve o processo de mudança estratégica organizacional de uma Vinícola localizada na Cidade de Entre-Ijuís, Região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. O estudo de caso apresenta a descrição das estratégias utilizadas pela Vinícola, evidenciando três períodos importantes e as estratégias desenvolvidas em cada período, as quais são relacionadas com as teorias organizacionais que melhor lhe enquadram.

Com o intuito de possibilitar a interpretação da evolução histórica das empresas, a opção metodológica pela direct research tem como objetivo, traçar uma linha de eventos marcantes da organização, delimitando os períodos importantes e destacando os fatos ocorridos nesta trajetória. A direct research, utiliza um modelo longitudinal de análise, que analisa a organização em um determinado período histórico, seguindo os seguintes passos: coleta de dados; inferência dos períodos e estratégias de mudança; análise dos períodos de mudança; e, análise teórica do estudo (MINTZBERG, 1979).

Referencial teórico

Teorias organizacionais de administração

As organizações empresariais procuram basear-se nas teorias organizacionais de administração para compor sua estrutura organizacional. Diante disso, apresentaremos os tipos de teorias organizacionais de administração e suas definições:

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

Teoria Mecanicista: É a doutrina segundo a qual os fatos se explicam completamente pela ação de fatores determinantes de natureza mecânica. É uma teoria bastante utilizada em gestão devido a associação do conceito “maquina” e o conceito de organização. É um modelo que promete eficiência e o controle rígido que pode ser desempenhado tanto no pessoal como nas atividades organizacionais. (HARDY; CLEGG e NORDALVIN, 1999).

Teoria das Contingências: Nesta teoria as condições do ambiente causam transformações no interior das organizações, ou seja, o ambiente explica o fenômeno organizacional. Sua característica relevante é que não se consegue um alto nível de sofisticação organizacional com a aplicação de um único modelo. A teoria das contingências explica os tipos de estrutura que podem ser as respostas adequadas a cada um dos vários tipos de diferentes situações organizacionais (PARK, 1997).

Teoria Sistêmica: Stoner (1999), comenta que a teoria sistêmica define as organizações como um sistema unificado e direcionado de parte inter-relacionado, sendo que as organizações podem manter características como:

- Ver a organização na sua totalidade;
- Analisar o contexto (o meio geral, específico e interno);
- As relações internas e externas;
- Analisar a empresa como um sistema aberto;
- Dinamismo empresarial para mudanças;
- Interfaces com outras empresas e suas fronteiras.

A Teoria Sistêmica foi criada para eliminar as barreiras entre as diversas ciências humanas possibilitando uma perspectiva mais global do desenvolvimento científico. Ela direciona as organizações para um ambiente aberto no qual é constituído por agentes e forças sobre os quais as organizações não controlam mais que poderão afetar diretamente ou indiretamente as organizações.

Empreendedorismo e Inovação: Empreendedor pode ser definido como a pessoa que cria novos negócios, pois ele precisará arriscar para transformar suas ideias em negócios (SCHUMPETER, 1992). Eles não devem se limitar os próprios talentos pessoais e intelectuais para executar o ato de empreender, mas mobilizar recursos externo, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar os objetivos (DORNELAS, 2015). A palavra Inovação também está inserida no ato de empreender, pois inovação significa novidade ou renovação de idéias. Inovar é ter idéias que seus concorrentes ainda não têm e implantá-las com sucesso. A inovação faz parte da estratégia das empresas: seu foco é o desempenho econômico e a criação de valor. (LIPPI, SIMANTOB, 2003).

Gestão de conhecimento e suas Vertentes: os pensadores dessa teoria foram Platão e Sócrates, que foram grandes filósofos e que defendia o conhecimento como formação de crenças verdadeiras e justificadas. A Gestão de Conhecimento é definida por Moran (2004), como uma reunião de processos que comanda a criação, propagação e o uso de conhecimentos no meio organizacional. Portanto, a gestão do conhecimento consolidou-se como uma grande área, metaforicamente denominada “área guarda-chuva”, que incorpora várias abordagens gerenciais, observadas as interfaces, comunicações, relacionamentos e imbricações: a gestão e a ciência da informação.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

Gestão Estratégica de Tecnologia da Informação: Para Laurindo et al. (2001), a integração das estratégias de TI com a estratégias de gestão é mais do que uma ferramenta de produtividade, é um fator sucesso organizacional. Mas para que isso aconteça na prática, é necessário o alinhamento da TI com a estratégia organizacional, com as particularidade e estrutura da empresa.

Metodologia

Esta pesquisa se caracteriza como qualitativa descritiva e estudo de caso (VERGARA, 2010), desenvolvido em dois momentos. Primeiro, através de pesquisa bibliográfica para conhecer as teorias organizações, que fundamentam o estudo. Após, foi realizado a coleta de dados em uma vinícola através de entrevista como seu idealizador e proprietário, a qual foi gravada e logo transcrita. Para a análise e interpretação dos dados utilizou-se da técnica da Direct Research, que analisa a organização através de uma linha do tempo, dividindo em períodos importantes e destacando os fatos relevantes ocorrido nessa trajetória (MINTZBERG, 1979). Por meio dessa técnica, foi dividida a história da organização em três momentos críticos e a cada momento foi relacionado com uma teoria que melhor explicava o fato.

Resultados e discussões

No estudo de caso procurou conhecer a trajetória da vinícola e relacionar com as principais teorias organizacionais. No quadro abaixo são apresentados os dados da seguinte forma: a primeira coluna contempla o período estudado; na segunda, o que de importante ocorreu; na terceira o porquê da ocorrência; na quarta se discrimina como o fato ocorreu; e, na última coluna, a teoria organizacional que melhor se relaciona e explica o acontecimento.

Quadro: Análise da trajetória da empresa

Nota-se que o Período I foi marcado pelo nascimento da vinícola, foi a fase do planejamento e a execução do mesmo através de ações como o pedido de demissão do proprietário da Instituição Bancária que ele trabalhava, o investimento do valor rescisório na chácara e primeiras mudas de uva. Nesse momento foi identificado a Teoria do Empreendedorismo e Inovação, além da teoria Sistêmica, pois, através da oportunidade o empreendedor cria uma empresa através de um planejamento prévio, visando a geração de lucro, empregos e riquezas (BREITEMBACH et al. 2008).

No Período II destacou-se pela consolidação da vinícola no mercado interno regional. Nesse momento o proprietário buscou por novos conhecimentos para aprimorar as técnicas utilizadas na vinícola. Por isso, investiu numa especialização em viticultura e procurou relacionar-se com outros produtores visando aprender mais com a experiência daqueles que já trabalhavam a mais tempo com essa cultura, por isso esse momento foi associado a Teoria da Gestão do Conhecimento e suas vertentes, pois, segundo Alvarenga Neto (2008), representa a soma das experiências de uma pessoa ea organização. Também destaca-se o investimento e marketing,

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

participação em eventos e oferta de novos produtos, podendo ser explicado tanto pela Teoria da Gestão do Conhecimento como também pela Teoria do Empreendedorismo e Inovação.

O Período III compreende os anos mais recentes da vinícola, com ações mais atuais visando a expansão do negócio para dentro e fora do Estado. Nessa fase foi criado o clube do vinho, um clube online para amantes de vinhos de parte do mundo. Também iniciou a participação em feiras maiores fora do Estado, abertura de uma loja piloto em São Paulo resultado da iniciativa para criação da franquia de vinhos oriundos da vinícola e novas parcerias para produção de novos produtos. Ressalta que nesses anos, a vinícola teve algumas marcas de vinho e espumante agraciados com premiações em concursos relevantes para o setor de comercialização e produção de vinhos. Em vista desses acontecimentos, esses momentos foram relacionados com a Teoria de Gestão Estratégica de Tecnologia e Informação, a estratégia, envolve além da tecnologia e infra-estruturar, as opções tecnológicas para apoio a estratégia do negócio. (TONOLLI JÚNIOR; BRODBECK; COSTA, 2012). Juntamente com as Teoria da Gestão do Conhecimento e a Teoria do Empreendedorismo, pois, para um agente ser competitivo é necessário gerar e absorver inovações além de estar continuamente promovendo e intensificando a capacidade continua de aprender. (ALVARENGA NETO, 2008).

Conclusão

Através do presente estudo, buscou-se identificar quais as principais teorias das organizações que influenciaram a trajetória história de uma vinícola. Assim, verificou-se que em cada período uma ou mais teorias estiveram presentes provocando mudanças estratégicas, no entanto, as que mais se destacaram foram a Teoria do Empreendedorismo e a Teoria da Gestão do Conhecimento. A vinícola, alvo do estudado, ainda vem construindo sua história, buscando crescer e se consolidar no mercado nacional para investir, futuramente, no mercado internacional. Mas, durante a análise da sua história através dessa linha do tempo, foi possível perceber que a vinícola está evoluindo gradativamente, tendo se consolidado no mercado interno do Estado e possuindo potencial para conquistar espaço em outras regiões do país.

Palavras - Chave: Teoria das Organizações; Direct Research; Teoria de sistemas; Teoria Contingencial; Empreendedorismo e Inovação; Gestão do Conhecimento.

Referências

ALVARENGA NETO, R. C. D. de. Gestão de conhecimentos em organizações: proposta de mapeamento conceitual integrativo. São Paulo: Saraiva, 2008.

BREITEMBACH, Raquel; BRANDÃO, Janaina Balk; SOUZA, Renato Santos; e DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico

Evento: XXI Jornada de Pesquisa

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2015. 267 p.

HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais. v.2. 1.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FLEURY, Maria Tereza Leme (org.); OLIVEIRA JR., Moacir de Miranda. (org.). Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2001

LAURINDO, Fernando José Barbin; SHIMIZU, Tamio; CARVALHO, Marly Monteiro de; RABECHINI JUNIOR, Roque. O papel da tecnologia da informação (TI) na estratégia das organizações. Gestão & Produção, v. 8, n. 2, p. 160-179, ago. 2001.

LIPPI, R.; SIMANTOB, M. Guia valor econômico de inovação nas empresas. São Paulo: Globo, 2003.

MINTZBERG, H. An emerging strategy of "direct" research. 1979.

MORAN, J. M. Influência dos meios de comunicação no conhecimento. Ciência da informação. Brasília, 1994.

PARK, K. H. Introdução ao estudo da administração. São Paulo: Pioneira, 1997.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

STONER, James A. F.; FREEMAN, R. Edward. Administração. 5 ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1999.

TONOLLI JÚNIOR, Enor José; BRODBECK, Ângela Freitag; COSTA, Carlos Alberto. A Análise das relações dos elementos de alinhamento estratégico entre negócio e tecnologia da informação com o processo de desenvolvimento do produto. Revista de Administração. Mackenzie, V. 13, N 2, p. 135-170. São Paulo, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Modalidade do trabalho: Relatório técnico-científico
Evento: XXI Jornada de Pesquisa

Período	Conteúdo (O Que?)	Contexto (Porque?)	Processo (Como?)	Teorização
Período I 1997-2002 Primeiros Passos	Planejamento da Vinícola	Retomando o sonho do seu bisavô Luigui Fin e de seu avô Patrício Fin.	Saída do emprego atual	✓ Empreendedorismo e Inovação ✓ Sistemática
	Execução do planejamento		Compra da chácara com o dinheiro da indenização Cultivo das primeiras uvas Comercialização dos primeiros vinhos com a marca da Vinícola Fin	
Período II 2003 – 2012 Consolidação da Vinícola internamente	Busca por novos conhecimentos	Aprimoramento de técnicas visando a qualidade do produto.	Especialização em Viticultura Relações com os outros viticultores	✓ Gestão do Conhecimento e suas vertentes
	Divulgação da marca / produtos	Tornar a marca reconhecida em todas as regiões do Estado do Rio Grande do Sul.	Participação em pequenos eventos e feiras regionais Ações de marketing	✓ Gestão do Conhecimento e suas vertentes ✓ Empreendedorismo e Inovação ✓ Sistemática
	Oferta de novos produtos	Crescimento da produção e conquista de clientes através de novas opções no mercado.	Novos vinhos	
Período III 2013-2016 Busca de novos mercados	Foco no mercado nacional	Consolidar a marca Vinícola Fin nacionalmente	Clube do Vinho	✓ Gestão Estratégica de Tecnologia da Informação
	Reconhecimento		Participação em feiras e eventos maiores fora do Estado	✓ Gestão do Conhecimento e suas vertentes
	Novos projetos em desenvolvimento		Premiação de Vinhos e Espumantes Microfranquia com a primeira loja em SP Parceria com produtores de frutas para produção de outras variedades de sucos	✓ Empreendedorismo e Inovação ✓ Sistemática

Análise da trajetória da empresa