

A Relação da Inovação Sustentável com a Cultura Organizacional e com o Sensemaking: Uma Análise Bibliométrica

KEVIN BARBOZA SANTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)

LUDMILLA MEYER MONTENEGRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)

VERUSCHKA VIEIRA FRANCA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (UFS)

A Relação da Inovação Sustentável com a Cultura Organizacional e o *Sensemaking*: Uma Análise Bibliométrica

1. INTRODUÇÃO

A adoção de modelos de negócios sustentáveis tornou-se um fator diferenciador com a capacidade de fornecer vantagem competitiva para as organizações devido à alta competitividade de mercado acrescida ao interesse pela preservação do meio ambiente (BARBIERI *et al.*, 2010; SANTOS *et al.*, 2019).

A emergência, por parte das empresas, em aplicar uma gestão que evidencie as consequências causadas por suas atitudes na natureza, e não só o lucro, expõe como o respeito ao meio ambiente propaga uma imagem positiva que propicia valor agregado a marca junto aos consumidores, cada vez mais rígidos ao escolher produtos e/ou serviços (TILLEY; YOUNG, 2006; BARBIERI *et al.*, 2010; SANTOS *et al.*, 2019).

Planejamento estratégico, exigências legais, pressões de *stakeholders*, vantagens competitivas e apontamentos éticos são alguns fatores que orientam a incorporação de um caráter sustentável por parte das organizações (KNEIPP, 2016; SANTOS *et al.*, 2019).

A aplicação de estratégias de inovação sustentável possibilita um aumento da competitividade entre as organizações em razão de que a concepção de novos produtos, processos e formas de gestão que abrangem os princípios da sustentabilidade proporciona a organização um lugar de destaque diante dos *stakeholders*, desse modo colaborando para uma maior *performance* corporativa (KNEIPP *et al.*, 2018).

A demanda pelo desenvolvimento sustentável envolve novas soluções inovadoras. Para isso, conhecimento e relações além das fronteiras da organização podem ser necessários. A cooperação entre os sujeitos interessados muitas vezes é exigida ao inovar em produtos e serviços voltados à sustentabilidade, excedendo os limites internos (GOODMAN; KORSUNOVA; HALMEN, 2017; TREPTOW *et al.*, 2019).

A implantação da inovação sustentável nas organizações envolve diversos fatores, entretanto, ela pode ser mais bem assimilada por meio de transformações na cultura organizacional e nos valores e crenças dos empregados visando o alcance da sustentabilidade (NALESSO, 2014). Outra forma de compreender essa incorporação ocorre por intermédio da construção de sentido, o *sensemaking*, já que estudos indicam que o sentido descreve o processo organizador de vivências nos meios em que as empresas estão implantadas (MUNCK, 2015).

Considerando esse contexto, em que a adoção da sustentabilidade surge como um fator determinante para se destacar no mercado e que sua associação à cultura organizacional ou ao *sensemaking* podem impactar positivamente o processo de implantação, emerge a questão de pesquisa: de que maneira a inovação sustentável relacionada à cultura organizacional e ao *sensemaking* tem sido debatida no meio acadêmico-científico? Deste modo, este trabalho tem como objetivo mapear e analisar as publicações científicas que relacionem a inovação sustentável com a cultura organizacional ou com o *sensemaking* por meio de uma análise bibliométrica de artigos publicados na base de dados *Web of Science*. Para tanto, o artigo foi dividido em cinco partes, introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e discussão e considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

A definição mais conhecida de desenvolvimento sustentável foi dada no *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), também conhecido como Relatório de Brundtland, em que acarreta atender as necessidades do presente sem prejudicar as capacidades das gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades (BRUNDTLAND, 1987). Dias (2015) destaca que o desenvolvimento sustentável é um novo padrão que relaciona os conteúdos econômicos, sociais e ambientais de forma que as atividades de produção de bens precisam proteger e respeitar a integridade dos ecossistemas.

Nessa lógica, seguindo para a sustentabilidade empresarial, Barbieri (2007), ao abordar as organizações sustentáveis, enfatiza que são aquelas que satisfazem as carências atuais aplicando meios de maneira sustentável; reutiliza, recicla e moderniza os recursos; repara os danos provocados a natureza; colabora para resolver problemas sociais do local em que está introduzido; produzem a renda necessária para se amparar; além de empregarem tecnologias limpas. Reforça-se a discussão de Dias (2015), defensor de que as atividades de geração de bens têm que resguardar a pluralidade e cuidar da plenitude dos ecossistemas. De forma semelhante, Farias, Medeiros & Cândido (2016) declaram que os estabelecimentos têm que ter a competência de proporcionar bem-estar econômico para as próximas gerações, pelo menos, idêntico ao da atual. Paralelamente a isso, estudos como de Su *et al.* (2022) sugerem que

organizações, notadamente as de pequeno porte, podem alcançar a sustentabilidade aderindo ao mundo digital, aderindo às tecnologias da informação e comunicação para monitoramento e criação de modelos de cadeia de valor.

Adicionalmente, a comissão da ONU para o meio ambiente, no relatório *Nosso Futuro Comum*, designa a definição de desenvolvimento sustentável como um apanhado de três objetivos, o econômico, o social e o ambiental. Esses três objetivos são conhecidos como as dimensões da sustentabilidade, chamadas de *Triple Bottom Line* (TBL), denominado como o tripé da sustentabilidade, e sua definição pode ser utilizada tanto de forma ampla, aplicando em um país ou no planeta, quanto de forma reduzida, sendo aplicado em uma empresa ou em uma residência (DIAS, 2011).

Com esses aspectos, a dimensão econômica da sustentabilidade compreende que as empresas devem ser economicamente viáveis (SANTOS, 2017). A dimensão social da sustentabilidade diz respeito à atenção com demandas de cunho social em que se procura a equidade entre os cidadãos, sobretudo, em relação ao atendimento das necessidades básicas e diminuição das diferenças na distribuição de riquezas (SANTOS, 2017). A dimensão ambiental da sustentabilidade fundamenta-se na conservação da biodiversidade, redução da poluição, entre outros, como consequência do equilíbrio entre as carências humanas e a capacidade regenerativa do meio ambiente em que a aplicação de técnicas e processos de produção envolvidos com a preservação e a recuperação da natureza promove o controle sobre as atitudes do ser humano em relação ao meio ambiente (DIAS, 2011)

Com tais construtos, a inovação passa a ser o modo que torna possível elaborar o ambiente favorável à interação entre as pautas econômicas, sociais e ambientais e a procura por um padrão produtivo baseado no desenvolvimento sustentável (SILVA, 2012). Autores argumentam que a inovação sustentável pode ser a nova tática para satisfazer ao novo modelo de negócio que está em construção (SANTOS, 2017). Dessa forma, caracterizada como a elaboração, implantação ou melhoria de produtos, processos e métodos que abrangem ao mesmo tempo ou não as características do tripé da sustentabilidade (BOONS *et al.*, 2013).

Para tanto, elucida-se inovação sustentável sendo compreendida como a implantação ou aprimoramento de modelos de gestão, processos e produtos que possam ocasionar vantagens de caráter organizacional relacionadas às dimensões da sustentabilidade, de modo que a sua adoção se transforma numa nova opção de produção que possa viabilizar a minimização dos impactos socioambientais (SANTOS *et al.*, 2019). Ademais, possui como principais fatores

determinantes: tecnológicos, mercadológicos, específicos da empresa e a regulamentação (HORBACH; RAMMER; RENNINGS, 2012).

De acordo com Santos (2017), a inovação sustentável acontece quando satisfizer as exigências econômicas empresariais acompanhada da dimensão social e/ou ambiental, em que as três dimensões possam ser atendidas de forma simultânea ou não.

Artiach *et al.* (2010) declaram que as organizações lucrativas podem realizar grandes investimentos em sustentabilidade empresarial, visto que colaboram para a manutenção de sua competitividade ao abordar a relação entre o alto volume investido em sustentabilidade empresarial e o tamanho, lucratividade e crescimento do negócio. Isto demonstra como a *performance* financeira e a sustentabilidade possuem uma forte ligação.

Harmoniosamente Seebode, Jeanrenaud & Bessant (2012) corroboram todo contexto explorado, defendendo que o abandono de práticas obsoletas e o aprendizado de novos procedimentos é incentivado por meio de uma gestão de inovação sustentável diante de sua abrangência de novos mercados, tecnologias, regulamentações e circunstâncias ambientais, portanto estratégias de inovação são consideradas primordiais para a permanência longínqua das atividades comerciais.

2.2. SENSEMAKING

De acordo com Weick (1995, 2001), o *sensemaking* está ligado à construção de sentido em ambientes com motivações dúbias, de modo que estabeleça sentido para os sujeitos no processo de formação identitária. Enquanto Gioia e Chittipeddi (1991) acreditam que o *sensemaking* é o mecanismo de construção e reconstrução de significado. Já Dervin (1992) apresenta o *sensemaking* como uma abordagem metodológica focada no diálogo em que a construção de sentido da realidade se dá a partir da aplicação de dados de forma cíclica.

Mais adiante, Weick, Sutcliffe e Obstfeld (2005) declararam que o *sensemaking* acarreta a mudança das situações para um contexto em que sejam assimiladas de forma explícita em palavras para que atuem como um impulsionador para a ação, de maneira que eles expressam que a definição de *sensemaking* completa espaços significativos na teoria organizacional. Além disso, sua natureza, supostamente transitória, contradiz sua função centralizadora para explicação do comportamento humano. Sua centralização é justificada por ser o primeiro lugar em que os significados que comunicam e limitam a identidade e a atuação são concretizados.

Maitlis e Christianson (2014) definem o *sensemaking* como a procura por compreensão e por proferir sentido a situações imprevistas ou dúbias que ocorrem dentro das organizações. Todavia, Brown, Colville e Pye (2015) alertam que o *sensemaking* abrange o entendimento da realidade de forma ativa a partir de circunstâncias onde os atores sociais estejam inseridos e não só o processo interpretativo e de elaboração de significado.

Weick (1995) difundiu o *sensemaking* organizacional visando uma definição uniforme para o *sensemaking*. Após conceituá-lo de maneira uniforme, evidenciou sete propriedades presentes nesse processo, são elas: construção de identidade, retrospectiva, promulgação de ambientes, social, processo contínuo, foco em extrair pistas e plausibilidade (MATIAS; SILVA, 2019).

Já Brown, Colville e Pye (2015), em seus estudos, propuseram cinco tópicos centrais de análise da perspectiva do *sensemaking* que auxiliam no embasamento para investigações a respeito da temática, são eles: discurso, política e poder, preocupações micro e macro, identidades, tomada de decisão e mudança (MATIAS; SILVA, 2019).

Weick (1995) destaca que a ambiguidade das circunstâncias como também suas incertezas acabam por ativar os processos de construção de sentido, de forma que tal processo se inicie a partir de informações contidas no ambiente. Esta ambiguidade leva a diversas interpretações simultâneas. O *sensemaking* demonstra uma ligação aos processos identitários, exibindo aspectos retrospectivos, sociais e contínuos, expõe uma visão interpretativa de ambientes sensíveis originando dados e sendo guiado de maneira mais forte pela plausibilidade do que pela acurácia.

Em razão da procura por plausibilidade em vez da acurácia, Weick (1995) enfatiza a necessidade de distinguir as situações em que há sentido das que não têm, de maneira que leve a uma interpretação racional, mesmo que seja uma racionalidade compartilhada.

Munck (2015) relata que a partir da constatação que os pareceres referentes à sustentabilidade são suscetíveis a distintas proporções temporais como também a *trade-offs*, é preciso realizar investigações que possibilitem a interpretação e organização da realidade fundamentadas em uma ótica mais ampla.

Ademais, Fabricio, Bergel e Tortato (2016) ressaltam a importância de eliminar a ambiguidade existente como também as diferentes concepções acerca da sustentabilidade para que haja a promoção de uma definição comum em que a empresa possa agir de forma coletiva.

Adicionalmente, eles declaram que se deve procurar por alternativas, como programas que estimulem a incorporação da sustentabilidade, enquanto o processo de sensibilização não for finalizado, devido ao seu retorno, muitas vezes, ocorrer a longo prazo.

2.3.CULTURA ORGANIZACIONAL

Pettigrew (1979), em seu estudo longitudinal em uma instituição de ensino, defendeu a necessidade de construção da cultura organizacional por intermédio de noções de sociologia e antropologia para a teoria do comportamento organizacional.

Pettigrew (1979) acredita que a cultura é um conjunto de concepções que induz o modo como os seres humanos decifram os momentos experienciados e esse conjunto abrange mitos, crenças, símbolo, ideologia, linguagem e rituais, onde cada característica dessas impactam profundamente a firma. Além disso, autor declara que ela é uma característica essencial para entender o comportamento organizacional e a gestão eficaz.

Smircich (1983) acredita que a cultura organizacional pode ser analisada por meio de dois prismas, um em que a organização é uma cultura construída pela manifestação cultural de seus integrantes e, outra em que a cultura da organização está em constante transformação e é constituída por componentes formais e informais. Sua pesquisa aprofundada sobre a natureza complexa da cultura organizacional mostra como ela é multifacetada e pode ser explicada por meio de várias perspectivas assim como expõe a relevância da linguagem para a estruturação e manutenção da cultura organizacional.

Schein (1984) evidencia que mesmo cada organização tendo sua própria cultura, as empresas se relacionam por meio de uma cultura maior, estabelecida de acordo com o tipo de setor que a firma atua, o local em que está implantada, a legislação, tal cultura maior influencia diretamente na cultura organizacional.

Fleury (1989) definiu a cultura como uma reunião de valores demonstrada por meio de componentes representativos que possibilitam ou não consenso entre os integrantes do grupo. Já Sackmann (1991) evidencia a relevância da cultura organizacional para a garantia da sustentabilidade por meio da visão e dos valores difundidos por ela. Enquanto Wilson e Bates (2003) afirmam que uma cultura organizacional fortalecida tem o poder de direcionar e equilibrar a conduta dos integrantes.

Christensen (2006) declara que um dos papéis mais imprescindíveis dos líderes é a elaboração e o gerenciamento da cultura, visto que ele a conceitua como a essência da

identidade de grupo e do pensamento. Adicionalmente, Labão (2008) ressalta que a responsabilidade pela difusão da cultura é dos gestores, contendo a identidade da organização, e seus valores sendo explícitos a todos os *stakeholders*. Por outro lado, Katrinli e Gunay (2011) reforçam a particularidade da cultura organizacional ao apontarem a dificuldade de imitação pelos concorrentes como também que ela é o cerne da vantagem competitiva.

Souza, Sacomano e Kyrillos (2017) relatam que uma diversidade de razões é determinante para conceituar a cultura organizacional como fatores geográficos, o contexto histórico da empresa, o tipo de setor em que está inserida e o tipo de relação entre seus empregados.

Pinto (2002) afirma que para haver o encaminhamento para a implantação da sustentabilidade nas organizações é preciso que haja comprometimento com a cultura, de modo que priorize a qualidade de vida das atuais e futuras gerações, a partir da conservação de recursos, responsabilidade social e ética.

3. METODOLOGIA

Este artigo realizou uma investigação bibliométrica dos estudos científicos acerca da relação da inovação sustentável com a cultura organizacional e o *sensemaking* classificados pelo método Proknow-C (Processo de Desenvolvimento do Conhecimento-Construtivista), de forma que pudesse expor um panorama sobre a temática. Este método propicia agrupar um portfólio com relevância científica de maneira que classifica os documentos com autores mais citados, mais recentes e mais alinhados com o resumo (CARVALHO *et al.*, 2017).

Para tal finalidade, foi realizada uma pesquisa exploratória, visto que aborda uma área em que há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, e descritiva, já que apresenta uma revisão estruturada da coleta de dados na literatura e traça as características das publicações do portfólio bibliográfico encontrado (VERGARA, 2009; GIL, 2018).

Quanto à natureza da pesquisa, trata-se de um estudo teórico-ilustrativo em que o processo para encontrar o portfólio consiste em uma análise bibliométrica (ENSSLIN *et al.*, 2013). A pesquisa foi feita a partir de dados secundários em que a abordagem quantitativa se dá pela análise bibliométrica dos documentos encontrados selecionados pelo método Proknow-C (HAIR *et al.*, 2005; RICHARDSON, 2008).

Os dados para realização deste estudo foram coletados na plataforma *Web of Science*, do *Institute for Scientific Information* (ISI), disponível no portal de Periódicos da CAPES. Sua

escolha se deu por ser multidisciplinar, indexar apenas os periódicos mais citados em cada área, atender às Ciências Sociais e Exatas e proporcionar a exportação dos dados necessários para a realização dos estudos bibliométricos (JOHAN *et al.*, 2018; VIEIRA *et al.*, 2017).

Primeiramente, para satisfazer aos objetivos da pesquisa foi realizada uma busca na base de dados *Web of Science* com termos que representem “inovação sustentável”, “cultura organizacional” e “*sensemaking*” definidos a partir do conjunto de palavras-chave: (sustain* innovat*) AND ((organi?ation* cultur*) OR sensemaking*). Foram encontrados 4.133 documentos. Em seguida, foi realizado o alinhamento dos artigos por meio da leitura dos títulos e, quando necessário, do resumo, 59 documentos foram considerados com o título alinhado à temática pesquisada. Depois, foi aplicado o Princípio de Pareto (Regra 80/20) em que são selecionados os artigos que apresentam aproximadamente 80% das contagens acumuladas de citações, 19 artigos se enquadravam na regra. Dos documentos que foram descartados por não se encaixarem no Princípio de Pareto, 21 foram resgatados devido ao ano de publicação, por serem trabalhos recentes, publicados nos últimos 2 anos, e um documento foi resgatado por ser escrito por um autor relevante, totalizando 41 artigos selecionados para a análise bibliométrica.

Nota-se que, na busca, não houve a aplicação de filtros relacionados ao ano de publicação, nacionalidade, tipo de documento, dentre outros. Para a execução dos estágios descritos e obtenção dos dados quantitativos uma planilha do *software* Excel foi utilizada a fim de tabular todas as informações. Para a identificação de *clusters* e a elaboração de imagens com as principais palavras-chave, co-citações e co-autoria utilizou-se o *software* VOSviewer.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise bibliométrica descritiva foi realizada a partir dos 41 artigos selecionados na base de dados *Web of Science* que explicitaram relação direta à temática abordada. Foram efetuadas as seguintes descrições: co-autoria de pesquisadores, co-autoria de países, co-citações de referências e co-ocorrência de palavras-chave.

Na amostra selecionada foram elencados 130 autores. Do total de autores, cinco contribuíram com dois documentos, enquanto o restante contribuiu com um documento dentre os artigos escolhidos. A Tabela 1 traz os autores com maior número de documentos entre os selecionados assim como o número de citações.

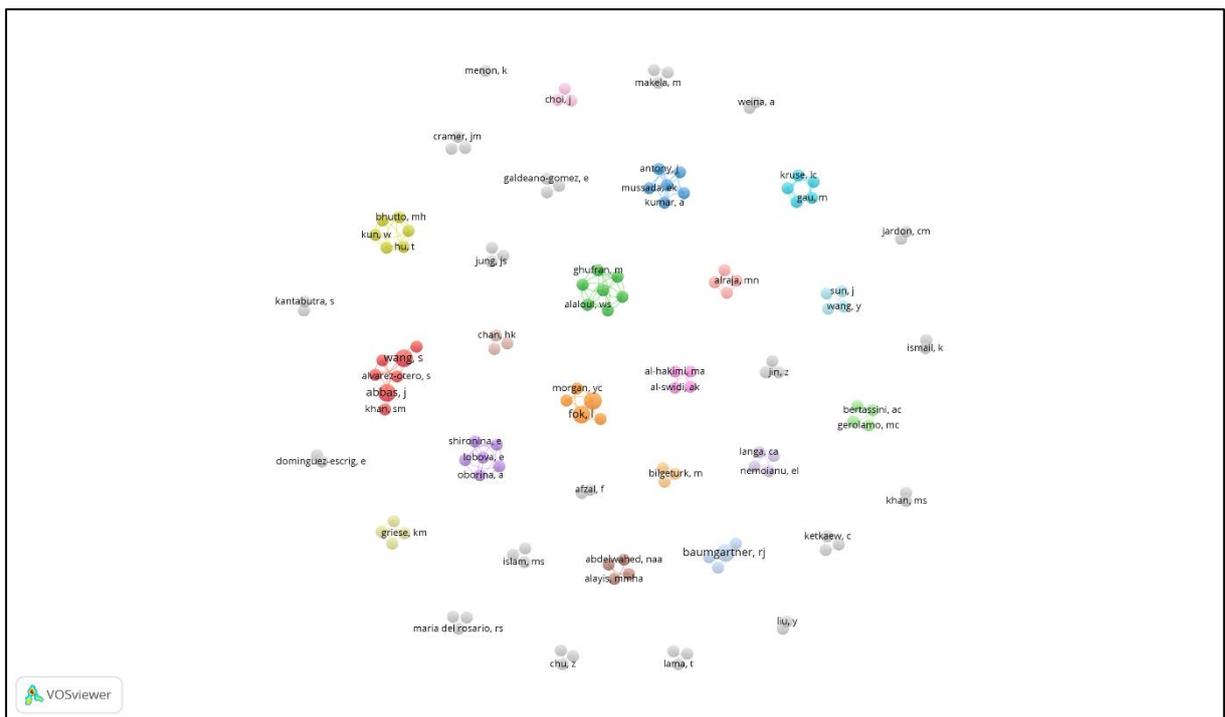
Tabela 1 – Autores com maior número de documentos.

Id	Autor	Documentos	Citações
1	Abbas, J.	2	39
12	Baumgartner, R. J.	2	58
26	Fok, L.	2	5
118	Wang, S.	2	31
128	Zee, S.	2	5

Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

Verificou-se também que dos documentos selecionados apenas um foi escrito em autoria individual, os 40 trabalhos restantes foram escritos em co-autoria por dois ou mais autores, o que comprova existir colaboração científica entre eles. O artigo que possui o maior número de autores em sua escrita conta com sete escritores. A Figura 1 apresenta o conjunto de autores e co-autores das pesquisas selecionadas. Observa-se que os vértices representam os autores, enquanto as linhas representam as ligações entre os eles.

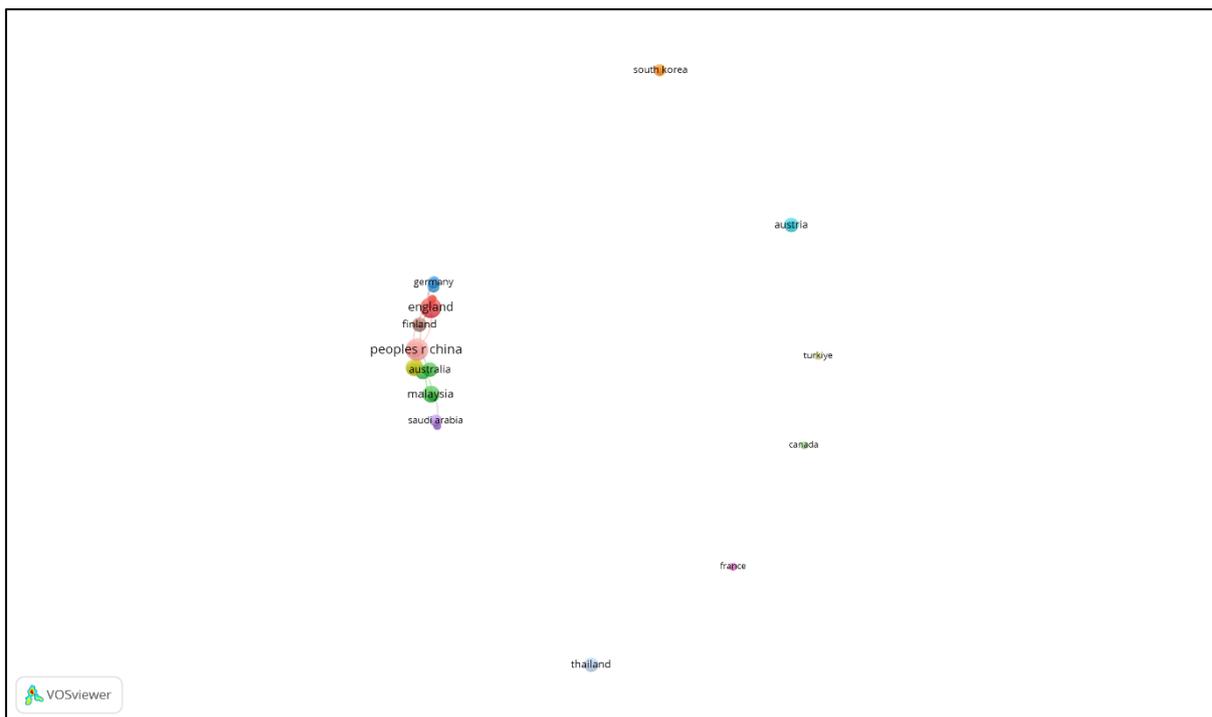
Figura 1 – Co-autoria entre pesquisadores.



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

Na sequência, foi realizada a análise de co-autoria entre países a fim de expor os países que trabalham em colaboração de produção científica a respeito da relação da inovação sustentável com a cultura organizacional e com o *sensemaking*. A análise está representada na Figura 2 em que pode se observar a presença de 13 *clusters* de co-autoria entre países.

Figura 2 – Co-autoria entre países



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

A Tabela 2 apresenta os países com maior número de documentos relacionados à temática abordada. A China lidera com sete publicações, em seguida a Inglaterra conta com seis publicações e Malásia, Espanha e Estados Unidos possuem quatro artigos cada. O Brasil não aparece na lista dos países com mais publicações, visto que só possui um documento no portfólio.

Tabela 2 – Países com maior número de documentos.

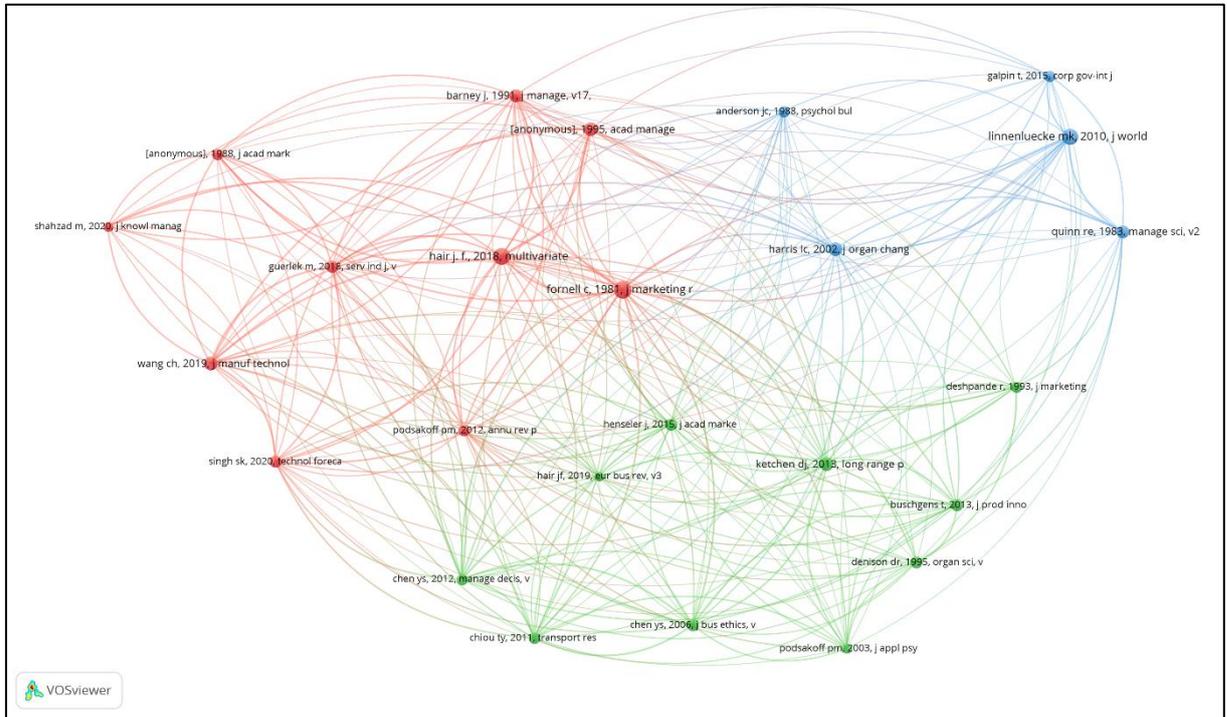
Id	País	Documentos	Citações
17	China	7	189
6	Inglaterra	6	228
12	Malásia	4	36
24	Espanha	4	84
29	Estados Unidos	4	107

Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

Em seguida, foi feita uma análise de co-citação para apontar os trabalhos mais relevantes referenciados pelo portfólio selecionado. A relevância foi definida pelo maior número de

citações. A Figura 3 faz um recorte com as 25 referências mais citadas pelos trabalhos selecionados em que se verifica a existência de três *clusters*.

Figura 3 – Co-citação de referências



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

A Tabela 3 apresenta as três referências mais citadas, nota-se que cada uma delas faz parte de um *cluster* diferente ilustrado pela Figura 3.

Tabela 3 – Referências mais citadas.

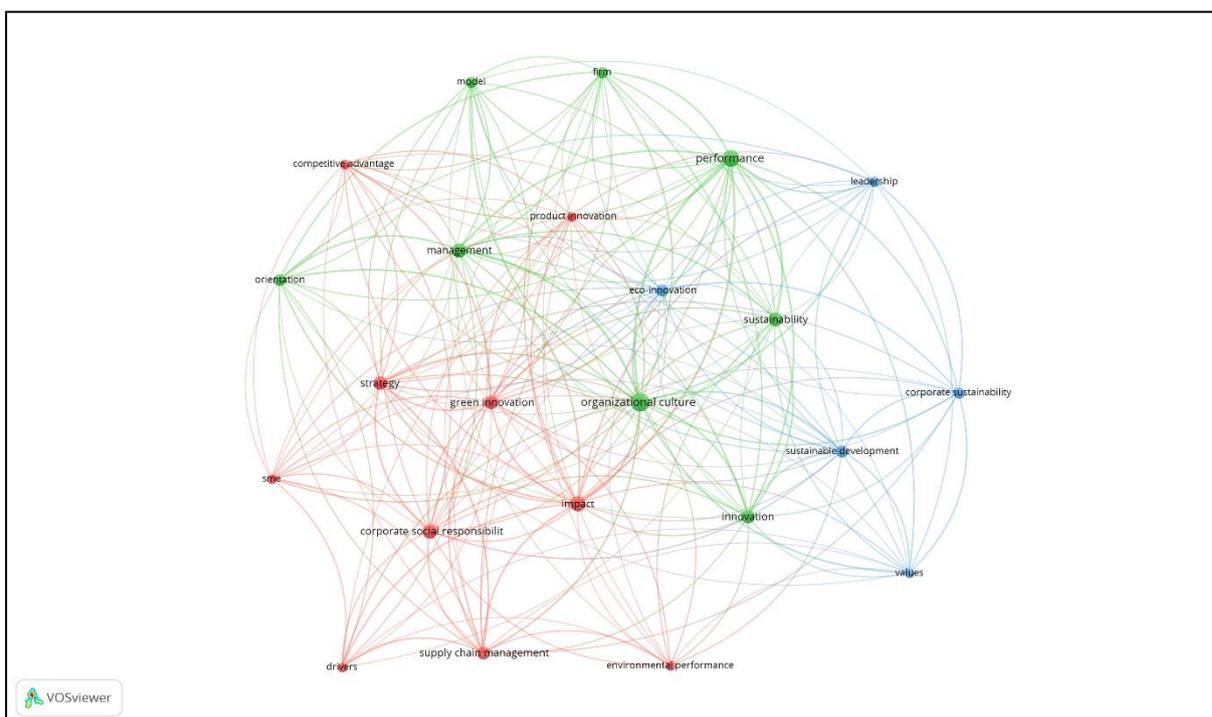
Id	Autor	Título	Ano	Citações
1278	Fornell, C.	Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error	1981	15
1477	Hair, J. F.	Multivariate Data Analysis	2018	14
2078	Linnenluecke, M. K.	Corporate Sustainability and Organizational Culture	2010	12

Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

Em seguida, foi realizada a análise de co-ocorrência de palavras-chave a fim de analisar o número de vezes que uma palavra-chave foi citada entre os documentos selecionados. A

Figura 4 apresenta as 23 palavras-chave mais citadas nos trabalhos, nota-se que elas se dividiram em três *clusters*, o *cluster* vermelho mostra uma maior relação entre *competitive advantage*, *corporate social responsibility*, *drivers*, *environmental performance*, *green innovation*, *impact*, *product innovation*, *sme*, *strategy*, *supply chain management*, no *cluster* verde há uma correlação entre *firm*, *innovation*, *management*, *model*, *organizational culture*, *orientation*, *performance*, *sustainability*, já no *cluster* azul a maior associação foi entre *corporate sustainability*, *eco-innovation*, *leadership*, *sustainable development* e *values*.

Figura 4 – Co-ocorrência de palavras-chave



Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

A Tabela 4 apresenta as cinco palavras-chave mais citadas bem como o número de citações delas. Percebe-se que das palavras que norteiam esta pesquisa, termos relacionados à inovação sustentável e ao *sensemaking* não aparecem entre os mais citados.

Tabela 4 – Palavras-chave com maior ocorrência.

Id	Palavra-chave	Ocorrência
178	Organizational culture	18
194	Performance	15
129	Impact	13
47	Corporate social responsibility	11
152	Management	11

Fonte: Elaborada pelos autores, com base nos dados bibliométricos (2023).

Observa-se que entre as três palavras-chave mais citadas, duas pertencem ao *cluster* verde, são elas: *organization culture* e *performance*, e uma pertence ao *cluster* vermelho, *impact*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho colabora para a compreensão dos estudos que estão sendo realizados que associam a inovação sustentável à cultura organizacional ou ao *sensemaking* por meio da apresentação das mais relevantes e mais recentes pesquisas relacionadas à temática. Embora o assunto abordado tenha se mostrado contemporâneo, observou-se uma escassez de documentos a respeito dele, demonstre que é um tema em ascensão no meio científico.

Ao verificar os artigos selecionados percebeu-se que há pouca interação entre os grupos de pesquisa, assim como há pouca interação entre os países para colaboração em trabalhos a respeito da temática. A China se destacou como o país que mais publicou sobre a relação da inovação sustentável com a cultura organizacional e com o *sensemaking*. Já o Brasil não estava entre os países com mais publicações, visto que só contava com um documento.

Dentre as limitações para a realização deste estudo, a principal foi a escolha metodológica por utilizar apenas uma base de dados, a *Web of Science*, o que pode ter contribuído para a carência de trabalhos encontrados a respeito da temática abordada. Para pesquisas futuras sugere-se utilizar outras bases de dados para realizar a análise bibliométrica. Evidencia-se que este estudo tem a intenção de fomentar novos estudos sobre a temática escolhida.

REFERÊNCIAS

- ARTIACH, T.; LEE, D.; NELSON, D.; WALKER, J. The determinants of corporate sustainability performance. **Accounting & Finance**, v. 50, n. 1, p. 31-51, 2010.
- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F. G. D.; ANDREASSI, T.; VASCONCELOS, F. C. D. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, v. 50, p. 146-154, 2010.

BOONS, F.; MONTALVO, C.; QUIST, J.; WAGNER, M. Sustainable innovation, business models and economic performance: an overview. **Journal of Cleaner Production**, v. 45, p. 1-8, 2013.

BROWN, A. D.; COLVILLE, I.; PYE, A. Making sense of sensemaking in organization studies. **Organization Studies**, v. 36, n. 2, p. 265-277, 2015.

BRUNDTLAND, C. **Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: o nosso futuro comum**. Universidade de Oxford. Nova Iorque, 1987.

CHRISTENSEN, C. M. **What Is An Organization Culture**, Boston: Harvard Business Press, 2006.

DERVIN, B. From the mind's eye of the user: The sense-making qualitative-quantitative methodology. **Sense-Making Methodology Reader**, 1992.

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. In *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*, 2011.

DIAS, R. **Sustentabilidade: Origem e Fundamentos; Educação e Governança Global; Modelo de Desenvolvimento**. São Paulo: Atlas, 2015.

ENSSLIN, L.; ENSSLIN, S. R.; PINTO, H. D. M. Processo de investigação e Análise bibliométrica: Avaliação da Qualidade dos Serviços Bancários. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, p. 325-349, 2013.

FABRICIO, A. C. B.; BERGEL, R.; TORTATO, U. Sensemaking de Sustentabilidade Organizacional—Estudo de Caso da Itaipu Binacional. **Revista ESPACIOS**, v. 37, n. 3, 2016.

FARIAS, A. S. D.; MEDEIROS, H. R. D.; CÂNDIDO, G. A. Contribuições de eco-inovações para a gestão ambiental de atividades produtivas em um empreendimento da construção civil. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 9, p. 102-120, 2016.

FLEURY, M. T. L. Cultura organizacional - os modismos, as pesquisas, as intervenções: uma discussão metodológica. **Revista de Administração**, v. 24, n.1, p. 3-9, 1989.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2018

GIOIA, D.; CHITTIPEDDI, K. Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation. **Strategic Management Journal**, v. 12, n. 6, p. 433-448, 1991.

GOODMAN, J.; KORSUNOVA, A.; HALME, M. Our collaborative future: Activities and roles of stakeholders in sustainability-oriented innovation. **Business Strategy and the Environment**, v. 26, n. 6, p. 731-753, 2017.

HAIR, J.; BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed., 2005.

- HORBACH, J.; RAMMER, C.; RENNINGS, K. Determinants of eco-innovations by type of environmental impact—The role of regulatory push/pull, technology push and market pull. **Ecological Economics**, v. 78, p. 112-122, 2012.
- JOHANN, D. A.; KRÜGER, C.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: um estudo bibliométrico sobre a produção científica recente. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 4, p. 125-145, 2018.
- KATRINLI, A.; GUNAY, G. Corporate social responsibility, strategy and culture: Bati Anadolu Group Case. **International Journal of Business Strategy**, v. 11, n. 2, p. 32-38, 2011.
- KNEIPP, J. M. **Gestão estratégica da inovação sustentável e sua relação com o modelo de negócios e o desempenho empresarial** (Doctoral dissertation, Universidade Federal de Santa Maria), 2016.
- KNEIPP, J. M.; GOMES, C. M.; BICHUETI, R. S.; MÜLLER, L. O.; MOTKE, F. D. Gestão estratégica da inovação sustentável: um estudo de caso em empresas industriais brasileiras. **Organizações em Contexto**, v. 14, n. 27, p. 131-185, 2018.
- LABÃO, A. C. T. **Modificação da cultura organizacional de um banco na direção da sustentabilidade**: estudo de caso pioneiro do Banco Real, 2008.
- MAITLIS, S.; CHRISTIANSON, M. Sensemaking in organizations: Taking stock and moving forward. **The Academy of Management Annals**, v. 8, n. 1, p. 57-125, 2014.
- MATIAS, G. P.; SILVA, G. R. R. Sensemaking: Análise das publicações em eventos nacionais. **Orbis Latina**, v. 9, n. 2, p. 111-128, 2019.
- MUNCK, L. Gestão da Sustentabilidade em Contexto Organizacional: Integrando Sensemaking, Narrativas e Processo Decisório Estratégico. **Organizações & Sociedade**, v. 22, n. 75, p. 521-538, out. 2015.
- NALESSO, A. C. **Cultura organizacional e sustentabilidade**: integração, diferenciação ou fragmentação?, 2014.
- PETTIGREW, A. M. On Studying Organizational Cultures. **Administrative Science Quarterly**, v. 24, dez., 1979.
- PINTO, L. F. S. **Gestão-cidadã**: ações estratégicas para a participação social no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas, 3. ed. São Paulo, Atlas, 2008.
- SACKMANN, S. A. **Cultural Knowledge In The Organization**: Exploring Collective Mind. California: Newbury Park, 1991.
- SANTOS, J. M.; FORTES, G. P.; TEIXEIRA, D. M.; SILVA, R. S. Inovação sustentável como vantagem competitiva na perspectiva das micro e pequenas empresas. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 4, p. 38-57, 2019.

SANTOS, R. D. Q. **Inovação sustentável-um estudo de multicasos em empresas da construção civil**, 2017.

SCHEIN, E. Coming to a new awareness of organizational culture. **Sloan Management Review**, v.1, 1984.

SEEBODE, D.; JEANRENAUD, S.; BESSANT, J. Managing innovation for sustainability. **R&D Management**, v. 42, n. 3, p. 195-206, 2012.

SILVA, I. A. F. **Inovação sustentável na indústria do estado de Mato Grosso: setores de alimentos e madeireiro (1970-2012)**, 2012.

SMIRCICH, L. Concepts of Culture and Organizational Analysis. **Administrative Science Quarterly**, v. 28, p. 339-358, 1983.

SOUZA, J.; SACOMANO, J.; KYRILLOS, S. Sustentabilidade empresarial e cultural organizacional sob a ótica das relações intraorganizacionais. **Ten years working together for a sustainable future**, p. 1-9, 2017.

SU, R.; OBRENOVIC, B.; DU, J.; GODINIC, D.; KHUDAYKULOV, A. COVID-19 Pandemic Implications for Corporate Sustainability and Society: A Literature Review. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 2022.

TILLEY, F.; YOUNG, W. Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. **Business Strategy and the Environment**, v. 15, n. 6, 402-415, 2006.

TREPTOW, I. C.; KNEIPP, J. M.; MÜLLER, L. O.; FRIZZO, K.; GOMES, C. M. Práticas de inovação sustentável em empresas incubadas da cidade de Santa Maria, RS. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 9, n. 1, p. 82-97, 2019.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**, 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, E. L.; BORTULUZZI, S. C.; DA COSTA, S. E. G.; DE LIMA, E. P. Processo estruturado de revisão da literatura e análise bibliométrica sobre avaliação do nível de maturidade das empresas na utilização de ferramentas lean manufacturing. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5, n. 7, p. 64-79, 2017.

WEICK, K. E. **Making sense of the organization**. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2001.

WEICK, K. E. **Sensemaking in organizations**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

WEICK, K. E.; SUTCLIFFE, K. M.; OBSTFELD, D. Organizing and the Process of Sensemaking. **Organization Science**, v. 16, n. 4, p. 409-421, 2005.

WILSON, P.; BATES, S. **The Essential Guide to Managing Small Business Growth**. Sussex: John Wiley & Sons, 2003.