

## **Inovação sustentável como vantagem competitiva na perspectiva das micro e pequenas empresas**

**SANTOS, Juliana Moreira<sup>1\*</sup>; FORTES, Gustavo Passos<sup>1</sup>; TEIXEIRA, Daiane Martins<sup>1</sup>; SILVA, Rosangela Sarmento<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA;

<sup>2</sup> Departamento de Administração, Universidade Federal de Sergipe;

\* Autor de correspondência. E-mail: julianamoreirasanto@gmail.com

### **RESUMO**

Diante da elevada competitividade do mercado, somada a necessidade de preservação ambiental, os negócios sustentáveis passam ser um diferencial competitivo para as empresas. Sendo assim, cabe as micro e pequenas empresas desenvolverem inovações nas dimensões da sustentabilidade. O objetivo desse ensaio teórico é analisar a inovação sustentável como vantagem competitiva na perspectiva das micro e pequenas empresas. No decorrer do artigo, destacam-se duas contribuições relevantes, acerca da temática. No primeiro momento, observa-se a necessidade emergente dos empreendedores terem conhecimento sobre modelos de negócios sustentáveis. Em seguida, constatou-se que os pequenos negócios possuem potencial para inovações e por consequentemente restaurar encomia em termo sustentáveis.

**Palavras-chave:** Inovação sustentável, Micro e pequenas empresas, Vantagem competitiva.

## **Sustainable innovation as a competitive advantage from the perspective of micro and small enterprises**

### **ABSTRACT**

Given the high competitiveness of the market, together with the need for environmental preservation, sustainable businesses become a competitive differential for companies. Therefore, it is up to micro and small companies to develop innovations in the dimensions of sustainability. The objective of this theoretical essay is to analyze sustainable innovation as a competitive advantage from the perspective of micro and small companies. In the course of the article, two relevant contributions on the subject stand out. At the outset, there is an emerging need for entrepreneurs to be knowledgeable about sustainable business models. It was then found that small businesses have the potential for innovation and can therefore restore commendation in sustainable terms.

**Keywords:** Sustainable innovation, Micro and small business, Competitive advantage.

## 1 Introdução

O conceito de inovação foi apresentado pelo economista Joseph Alois Schumpeter há mais de um século, todavia os estudos acerca do tema se intensificaram apenas nas últimas décadas, devido a intensa competitividade empresarial, decorrente da abertura das economias e da globalização (RAEDER, 2016; CONTO; ANTUNES JÚNIOR; VACCARO, 2016). Schumpeter, (1997) destacou que a inovação exerce papel fundamental na mudança do sistema econômico existente. Tidd e Bessant (2015), complementam que um mercado volátil em que o ciclo de vida dos produtos está cada vez menor, as empresas precisam reagir por meio de inovação para garantirem sua sobrevivência. Mais do que isso, com a expansão da atividade econômica e as crescentes preocupações ambientais surge a necessidade de inovar, integrando sustentabilidade nas estratégias organizacionais (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico- OECD, 2009).

Embasado nessa lógica, surge a inovação sustentável conceituada como o processo de introdução, implementação ou melhoria de produtos, processos produtivos, métodos de gestão ou negócios, que envolve as variáveis econômicas, ambientais e sociais ligados as três dimensões simultaneamente ou não (BARBIERI *et al.*, 2010; BOONS; QUIST, 2013; SANTOS, 2017). Sendo assim, as inovações sustentáveis podem ser consideradas uma alternativa menos prejudicial ao meio ambiente (RENNINGS, 2000; ANDERSEN, 2006; KEMP; PEARSON, 2007, SANTOS, 2017). Diante dessa análise, as inovações sustentáveis não abrangem necessariamente a introdução de novas tecnologias, tornando-se uma oportunidade viável as MPEs, haja vista que as limitações de recursos financeiros e humanos afetam sua competitividade (CARVALHO *et al.*, 2015).

Considerando a elevada competitividade do mercado, somada a necessidade de preservação do meio ambiente, entende-se que a incorporação de modelos de negócios sustentáveis passam ser um diferencial capaz de gerar vantagem competitiva para empresas (BANSAL; ROTH, 2000; HART; MILSTEIN, 2003; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010). Sendo assim as MPEs, precisam se adaptarem essa realidade, e desenvolverem inovação alinhadas aos princípios de sustentabilidade.

O presente trabalho trata-se de um ensaio teórico que busca analisar a inovação sustentável como vantagem competitiva na perspectiva das Micro e Pequenas Empresa- MPEs. Dessa forma, notou-se uma contribuição ao campo da inovação em pequenos negócios, pois os modelos de negócios sustentáveis, ainda estão sob a ótica de grandes organizações, criando

assim uma necessidade de avaliar práticas sustentáveis nas MPEs, já que elas trazem contribuições expressivas para o cenário socioeconômico. Além disso, os estudos de estratégias empresarias em pequenas empresas, são confusos pois não há uma definição do corpo teórico acerca da temática, fazendo com que cada modelo de negócios seja avaliado por meio de suas especificidades singulares.

Nota-se a necessidade emergente de avançar o conhecimento teórico sobre sustentabilidade nos pequenos negócios e também uma carência na literatura nacional referente a inovação sustentável (SEHNEM *et al.*, 2013; PINSKY *et al.*, 2015) e mais especificamente no que diz respeito essas inovações promoverem vantagem competitiva, sobretudo nas MPEs (BARBIERI *et al.*, 2010; PORTER; KRAMER, 2011; PINSKY, *et al.*, 2015; TIDD, BESSANT, 2015; SANTOS, SILVA, 2016; SANTOS, 2017). Dessa forma, a contribuição teórica deste estudo poderá despertar a academia científica por meio da ciência da Administração, a necessidade de estudos mais abrangentes relacionados ao modelo de gerir MPEs para além de um desenvolvimento artificial.

## **2 Referencial teórico**

### **2.1 Micro e pequenas empresas**

As micro e pequenas empresas ganharam destaque nacional e internacional na academia científica devido a relevância socioeconômica (ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO; TERENCE, 2016). Em razão disso emergiu-se o interesse em estudá-las. Dada a complexidade de definição teórica, as MPEs por muito tempo foram analisadas sob a ótica de grandes organizações, porém elas possuem especificidades e características próprias que requerem um tratamento diferenciado e por isso não devem ser analisadas como miniaturas das grandes empresas (LEONE, 1999; LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997; ALBUQUERQUE; ESCRIVÃO FILHO; TERENCE, 2016).

Em meio ao antagonismo para entender o que é MPE, vários pesquisadores têm buscado classificá-las por meio de abordagens quantitativas e qualitativas. No Brasil as definições relacionadas as MPEs levam em consideração parâmetros quantitativos e tem recebido atenção do governo devido sua representatividade socioeconômica. No ano de 2017, pela quinta vez seguida, as MPEs constituíram um excedente de 47,4 mil novas vagas, com participação 27% do PIB. Em contrapartida as médias e grandes corporações fecharam 12,5 mil postos de trabalho (SEBRAE, 2017). Mesmo diante dessa atuação expressiva na economia brasileira, as elas ainda enfrentam uma alta taxa de mortalidade. Segundo dados do SEBRAE (2016), até o ano de 2014, o índice de mortalidade de pequenos negócios em menos dois anos de atuação, chega a 23,4%

a nível nacional, o que requer uma atenção especial do poder público e empreendedores (SEBRAE, 2016).

Percebe-se que os impactos dos pequenos negócios, repercutem em nível macro e micro. Face ao exposto, faz necessário avaliar os desafios e expectativas de gestão nas MPEs, considerando o mercado altamente dinâmico que requer atenção dos empreendedores para novos modelos de negócio que envolvam a empresa em questões sociais e ambientais (SANTOS, 2012).

## 2.2 Sustentabilidade no contexto da micro e pequena empresa

Sustentabilidade tem sido uma temática latente no contexto mundial. Considerando as necessidades infinitas do homem e os recursos naturais escassos, as organizações têm buscado uma remodelagem nos seus negócios, afim de integrar em suas estratégias organizacionais a sustentabilidade. Termo esse conceituado por Elkington (2012) com a qualidade dos processos produtivos, alicerçados nos resultados econômicos, ambiental e social, o chamado “*triple bottom line (TBL)*”.

Diante disso, o modelo de gestão baseados nas três dimensões “*triple bottom line*” passou a ser um paradigma no contexto empresarial, em busca do desenvolvimento sustentável (BARBIERI *et al.*, 2010; SANTOS, 2017).

**Dimensão econômica:** a sustentabilidade pressupõe que as empresas necessitam ser economicamente viáveis, afim de obter lucro e vantagem competitiva no mercado atuante (BARBIERI *et al.*, 2010; KNEIPP *et al.*, 2012; SANTOS, 2017).

**Dimensão social:** refere-se à preocupação com questões sociais internas e externas a organização (BARBIERI *et al.*, 2010; KNEIPP *et al.*, 2012; SANTOS, 2017).

**Dimensão ambiental:** tem finalidade de proteção e prevenção ambiental, conciliando as necessidades humanas a capacidade regenerativa do meio ambiente (BARBIERI *et al.*, 2010; ELKINGTON, 2012; KNEIPP *et al.*, 2012; SANTOS, 2017).

Devido à similaridade, os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável são frequentemente confundidos. No entanto o primeiro refere ao modelo de fazer negócios continuamente em um círculo virtuoso e perene que não se rompe no futuro, e o segundo refere-se a perenidade do negócio alinhado ao comprometimento de atender as necessidades dos indivíduos atuais sem comprometer as gerações futuras (ELKINGTON, 2012).

Apesar de variações, os autores convergem para o entendimento da necessidade emergente que as organizações possuem em adotar uma gestão que enfatize além do lucro, os impactos que suas ações provocam no ambiente em que estão imersas (TILLEY; YOUNG,

2006; BARBIERI, *et al.*, 2010; PORTER; KRAMER, 2011; SANTOS, 2017). Os autores prosseguem afirmando que o respeito ao meio ambiente por parte das empresas transmite uma imagem positiva capaz de agregar valor à marca junto aos consumidores que estão cada vez mais exigentes na busca por produtos/serviços sustentáveis.

Sabe-se que os fatores que levam a inserção de postura sustentável por parte das empresas, variam entre exigências legais, vantagens competitivas, pressões dos “*stakeholders*”, questões éticas, planejamento estratégico (KNEIPP, 2016). Reafirmada pela teoria institucionalista, sugerindo que a ascendência do comportamento social em relação as questões socioambientais, faz emergir uma nova demanda institucional que refletem nas ações empresarias, possibilitando o surgimento de organizações inovadoras sustentáveis (BARBIERI *et al.*, 2010).

Contudo os modelos econômicos e os estudos acerca da temática sustentável, têm se voltado para grandes corporações, desprezando assim as MPEs. Porém diante do aumento demonstrado pelos dados do SEBRAE (2014), no qual dos 6,4 milhões de estabelecimentos existentes no Brasil, 99% são micro e pequenas empresas, torna-se evidente a necessidade de inseri-las nas discussões das problemáticas ambientais.

Desse modo, entende-se que o caminho para a sustentabilidade permeia as MPEs, já que fazendo uma comparação entre estas e grandes corporações, percebe-se que as primeiras possuem grande vantagem. Isso pode ser explicado mediante suas especificidades inerentes a sua flexibilidade em adaptar-se as rápidas mudanças do mercado e a estrutura organizacional simples que permite fluidez na comunicação (LEONE, 1999). Além disso, as MPEs são alicerce para economia e estão muito próximas da sua comunidade, o que é vital para o desenvolvimento das mesmas.

É notório que o contexto em que se enquadra as MPEs é propício para desenvolver iniciativas sustentáveis. Contudo cabe inferir que a falta de ferramentas norteadoras juntamente com a carência de informações ou informações equivocadas acerca de sustentabilidade, cria um entrave para novos modelos de negócios e oportunidades a serem geradas (LEONETI; OLIVEIRA; OLIVEIRA, 2016). No entanto compreender-se que as MPEs projetadas para o desenvolvimento sustentável deterão nova visão de negócios e conseqüentemente angariaram imensas possibilidades de no futuro se manterem ativas no mercado (PIRES *et al.*, 2015).

É necessário considerar também que a elevada competitividade do mercado, somada a necessidade de preservação do meio ambiente pressiona as empresas a adaptarem-se ao novo paradigma de fazer negócios e por isso as empresas precisam superar o vezo da sustentabilidade como práticas exigíveis das leis e utiliza-la como estratégia para o seu desenvolvimento,

conquistando assim um diferencial capaz de gerar vantagem competitiva (BANSAL; ROTH, 2000; HART; MILSTEIN, 2003; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010; KNEIPP *et al.*, 2011; HAANAES *et al.*, 2011; SILVA; DI SERIO, 2016; SANTOS, 2017).

Porter (1992) divide vantagem competitiva em dois tipos básicos: a liderança em custos e diferenciação em que a vantagem competitiva está relacionada a aspectos tangíveis e intangíveis. Embasado por esse entendimento, considera-se a sustentabilidade como elemento de vantagem competitiva pois no ambiente empresarial a utilização de práticas sustentáveis são elementos positivos de diferenciação, que proporciona valor compartilhado (BANSAL; ROTH, 2000; HART; MILSTEIN, 2003; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010; PORTER; KRAMER, 2011; KNEIPP, 2016).

Em virtude disso, atualmente não basta apenas ter produtos ou serviços de qualidade, já que a essência para o sucesso das empresas, encontra-se nas boas práticas sociais e ambientais (LIMA FILHO; BRUNI; GOMES, 2013). Embora as organizações se diferem em tamanho, todas são capazes de adotar princípios da sustentabilidade, porém as grandes empresas estão mais dispostas do que as pequenas, a práticas sustentáveis, em contraponto, os pequenos negócios podem ter a maior oportunidade de integrar uma cultura inteira à sustentabilidade, ganhando reconhecimento no mercado (HAANAES *et al.*, 2011). Então, considera-se a sustentabilidade a mola propulsora para inovar atualmente, fazendo emergir nesse cenário a inovação sustentável como elemento de diferenciação.

Partindo da premissa que os empreendedores são fundamentais para a existência de uma empresa e que possuem características inovadoras, criativas e intuitivas (SCHUMPETER, 1997), entende-se que os modelos de negócios sustentáveis nas MPEs, iniciam-se na conscientização do empreendedor, estendendo para a empresa e seus *stakeholders* por meio da inovação.

### **2.3 Inovação sustentável na micro e pequena empresa**

A relevância de estudos acerca da temática inovação na academia científica foi reconhecida a partir das ideias de Joseph Alois Schumpeter há mais de um século, apesar disso os estudos se intensificaram apenas nas últimas décadas, devido a intensa competitividade entre as empresas, decorrente da abertura das economias e da globalização (ALOISE; NODARI; DORION, 2015; RAEDER, 2016).

Atualmente a inovação é evidente em toda sociedade, proporcionando benefícios aos indivíduos e organizações. Com isso o conceito é muito difundido tanto na academia científica

como no meio empresarial e há uma uniformidade de que a inovação é fonte de sucesso e competição das empresas (TIDD; BESSANT, 2015).

O conceito de inovação descrito por Schumpeter, (1997) e se baseia na “destruição criadora”. Para Raeder (2016), a definição proposta pelo autor supracitado é abrangente. Assim sendo, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico- OCDE, (2005), elaborou um documento que sistematizou e padronizou os conceitos inerentes à inovação (ALOISE; NODARI; DORION, 2016). O documento mencionado é denominado Manual de Oslo e classifica as inovações em quatro tipos: inovações de produto, inovações de processo, inovações organizacionais e inovações de marketing (OECD, 2005).

Por conseguinte define inovação como sendo a implementação de algo novo ou melhorado no caso de produto, seja processos, estratégias de marketing, modelos organizacionais nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho e nas relações externas (OECD, 2005).

Dessa forma, subtede-se que a inovação é o processo de ter boas ideias e faze-las evoluírem para uma finalidade prática, ligada ao desenvolvimento e crescimento das empresas (TIDD; BESSANT, 2015). Por isso faz-se oportuno a distinção entre as definições de inovação e invenção. Para Schumpeter (1997) a inovação é função dos gestores e a invenção é atribuição dos inventores. Nessa perspectiva, enquanto as invenções não forem comercializadas no mercado elas são irrelevantes e só tornam-se inovação quando são levadas à prática com êxito (SCHUMPETER, 1997; KEMP; PEARSON, 2007; TIDD; BESSANT, 2015). Além disso, a inovação pode ser classificada em Incremental e Radical. Em geral, poucas vezes a inovação envolve uma transformação descontínua, na maior parte do tempo ela acontece de forma incremental, em que pode-se fazer o que já sabe de maneira melhorada (TIDD; BESSANT, 2015).

Os estudos de Schumpeter (1997), salientam que a economia normalmente estar em equilíbrio, mas a atividade empreendedora alinhada à inovação, altera essa tendência, sendo capazes de modificar e até destruir rapidamente os setores da economia em que estão inseridos. As oportunidades criadas pelos empresários mediante a implementação de inovação, geram novos investimentos, empregos e lucros, impulsionando novas ondas de crescimento econômico conhecidas como "ondas longas de Kondratiev" que possuem duração aproximada entre 47 e 60 anos (KONDRATIEV; STOLPER, 1935; FREEMAN, 1984).

Já foram observadas cinco ondas sucessivas de inovação a saber: Mecanização, Força a vapor, Energia elétrica e Engenharia pesada, Produção em massa, “fordismo” e última onda estava ligada as Tecnologias e Comunicação em Redes da informação (KONDRATIEV;

STOLPER, 1935; SILVA; DI SERIO, 2015; RAEDER, 2016). Todas as ondas citadas, surgiram e cessaram devido as novas necessidades do mercado. Sendo assim, nota-se que uma nova onda de inovação está por vir, impulsionada pela necessidade de reestruturação da economia, em termos sustentáveis, que leva em consideração a escassez de recursos naturais e problemas sociais (BARBIERI *et al.*, 2010; JOHNSON-BEY, 2013; SILVA; DI SERIO, 2015).

Nesse sentido as inovações sustentáveis tem ganhado ênfase, pois as pressões sociais têm direcionado as empresas para novos modelos de negócios (BARBIERI *et al.*, 2010; HART; MILSTEIN, 2003; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009). Mediante esse cenário, cresce gradualmente o modelo de organizações inovadoras sustentáveis que procuram tanto eficiência simbólica, representada por legitimidade da sociedade, quanto eficiência técnica para se manterem competitivas no mercado (NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010; ALOIS; NODARI; DORION, 2015).

A inovação sustentável, ainda possui definição reduzida na literatura, e uma larga denominação da terminologia, dificultando a padronização do conceito (BOONS; QUIST, 2013). Apesar das terminologias serem distintas, há convergências conceituais que indicam uma similaridade entre os conceitos e definições (SANTOS, 2017). Com isso, define-se inovação sustentável como a introdução, implementação ou melhoria significativa de produtos, processos produtivos, métodos de gestão ou negócios, que trazem benefícios organizacionais nas dimensões da sustentabilidade (BARBIERI *et al.*, 2010; BOONS; QUIST, 2013). Já Santos (2017), considera inovação sustentável como a que engloba os preceitos econômicos empresariais ligados as três dimensões simultaneamente ou não.

Considerando o mercado altamente competitivo, a inovação pode ser encarada como exigência para as empresas inclusive as micro e pequenas (PIRES *et al.*, 2015). Porém avaliando a crise ambiental e social, não basta apenas inovar, é preciso considerar as dimensões da sustentabilidade para implementar inovações sustentáveis (ANDERSEN, 2006; KEMP, PEARSON, 2007; OECD, 2009; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010; HORBACH; RAMMER; RENNINGS, 2012; KNEIPP *et al.*, 2012; BOONS; QUIST, 2013; SANTOS, 2017).

Assim, considera a inovação sustentável uma tendência para o desenvolvimento perpétuo das MPEs, já que possuem algumas vantagens em relação aos grandes empreendimentos na hora de inovar, sendo mais flexíveis às mudanças, possuem relacionamento mais próximo dos consumidores, maior conhecimento da realidade local, a sua estrutura hierárquica é leve e centralizada (SANTOS, 2012).

Ressalta-se também que a inovação sustentável é uma alternativa de mudança na maneira de produzir, tendo em vista o desenvolvimento sustentável e à viabilização de iniciativas com ênfase na mitigação e adaptação aos impactos socioambientais (SANTOS, 2017). Dessa forma a compreensão acerca de inovação sustentável nos produtos, processos, e organizacional, torna-se ampla, pois, envolve desde atividade complexas como a introdução de um novo produto, até o uso eficiente de insumos.

O critério para determinar se uma inovação é sustentável, baseia-se em seu uso ser menos prejudicial para o meio ambiente com finalidade de resultados ao invés de motivação (RENNINGS, 2000; ANDERSEN, 2006; KEMP; PEARSON, 2007; HORBACH; RAMMER; RENNING, 2012; SANTOS, 2017). Nesse sentido, considera-se a inovação sustentável propícia para as MPEs, por se tratar de uma inovação focada em resultados menos nocivos ao meio ambiente.

### **3 Contribuições da inovação sustentável na perspectiva da micro e pequena empresa**

O mercado mundial encontra-se altamente dinâmico, isso têm influenciado o nível de competição entre as empresas, desafiando-as constantemente mostrar algo novo ou melhorado, já que, os produtos e serviços tornam-se obsoletos constantemente (TIDD; BESSANT, 2015; CONTO; ANTUNES JÚNIOR; VACCARO, 2016).

Com isso, a inovação se torna o principal fator de desenvolvimento econômico competitivo das organizações. No entanto, Bánkuti e Bánkuti (2014) ressaltam que o desempenho das empresas deve ser avaliado por meio de enfoques distintos, que envolvam a competitividade ambiental.

Face ao exposto, a responsabilidade socioambiental tornou-se um diferencial para as empresas que enfrentam o desafio de oferecer produtos/serviços sustentáveis (TILLEY; YOUNG, 2006; PORTER; KRAMER, 2011; PIRES *et al.*, 2015). Pires *et al.*, (2015) afirmam que é necessário preservar os recursos naturais já que são escassos, em contraponto é preciso fomentar a economia e atender as demandas da sociedade. Sendo assim, as empresas precisam ter uma visão sistêmica, para que consigam desenvolver negócios em equilíbrio com as dimensões sustentáveis.

Diante disso, a inovação não deve ser necessariamente associada a avanço tecnológico e sim a novas maneiras de produzir, organizar e vender (BÁNKUTI; BÁNKUTI, 2014). Nesse sentido, as ações relacionadas ao uso eficiente dos recursos naturais e a redução de impactos ambientais, têm sido preconizadas, evidenciando o que se denomina inovação sustentável

(RENNINGS, 2000; ANDERSEN, 2006; KEMP; PEARSON, 2007; BÁNKUTI; BÁNKUTI, 2014; SANTOS, 2017).

As empresas de todos os portes, precisam se atentarem a essa nova onda de inovação alicerçados no modelo “*triple bottom line*”, afim de agregar valor aos bens e serviços, alcançando vantagens e se mantendo ativas no mercado (HART; MILSTEIN, 2003; TILLEY; YOUNG, 2006; NIDUMOLU; PRAHALAD; RANGASWAMI, 2009; BARBIERI *et al.*, 2010; HAANAES *et al.*, 2011; PORTER; KRAMER, 2011; JOHNSON-BEY, 2013; SILVA; DI SERIO, 2015; SANTOS, 2017).

É oportuno lembrar os estudos de Longenecker, Moore e Petty, (1997) nos quais revelaram que muitos dos avanços científicos, se originaram de inventores independentes e pequenas organizações, no entanto foram aprimorados pelos departamentos de pesquisas de grandes empresas o que lhes conferiram mérito. Nesse sentido, cumpre assinalar que apesar das práticas de sustentabilidade terem sido voltadas para grandes corporações, as MPEs, possuem potencial para desenvolver inovações sustentáveis e por consequência reestruturar a economia aos termos vigentes.

Diante da necessidade de adaptar as MPEs ao cenário atual e levar alternativas de sobrevivência e competitividade a elas, o Sebrae no início do ano de 2011, apresentou ao país o Centro Sebrae de Sustentabilidade, cujo objetivo é ser referência no tema aplicado as pequenas empresas, com finalidade de construir uma economia alinhada aos preceitos do “*TBL*”, já que a incorporação de modelos sustentáveis às estratégias das MPEs, constitui um fator crucial para o desenvolvimento e crescimento socioeconômico do país (SANTOS, 2012).

#### **4 Considerações finais**

Este estudo teve como objetivo analisar a inovação sustentável como vantagem competitiva na perspectiva das micro e pequenas empresas. Observou-se que a intensidade da conscientização ambiental por parte de empreendedores é determinante para elaboração de estratégias competitivas nas dimensões econômicas, ambientais e sociais. Cabe ressaltar que o empreendedor precisa ser conscientizado na necessidade de adotar modelos de negócios sustentáveis, pois eles são fundamentais para transformação do contexto social em que estão inseridas.

A partir dessa reflexão teórica, constatou-se que o conhecimento limitado acerca de inovação sustentável dos empreendedores, faz com que as MPEs explorem com menos intensidade suas estratégias de diferenciação já que, desconhecem o potencial e benefícios da implementação de inovações sustentáveis. Nesse sentido, o principal impulsionador para a

incorporação do modelo de negócios sustentáveis e rentáveis, é o nível de conhecimento tanto do empreendedor quanto do consumidor sobre inovação sustentável. Constatou-se que as MPEs, possuem potencial para desenvolver inovações sustentáveis e por consequência reestruturar a economia aos termos vigentes.

Diante do acirramento concorrencial do mercado, somada a necessidade de preservação ambiental, entende-se que as inovações sustentáveis são cruciais para gerar vantagem competitiva, atendendo as necessidades econômicas, sociais e ambientais vigentes, além de pode elevar o nível de competitividade das MPEs, proporcionando a expansão dos negócios e a sobrevivência das mesmas, visto que estas são fundamentais para a sustentação e desenvolvimento socioeconômico regional.

No geral, a implementação das inovações sustentáveis nas empresas, se dá pelas exigências de mercado que desencadeiam em vantagem competitiva. Em contraponto, o que as dificulta a inovarem são fatores inerentes a órgãos governamentais e não governamentais, que não lhes dão suporte que deveriam.

Portanto os resultados dessa pesquisa, trazem também contribuições úteis, para os empreendedores, pois são favoráveis para que os mesmos possam compreender melhor as características das inovações sustentáveis, de modo a aperfeiçoar a gestão e aproveitar o potencial competitivo dos seus modelos de negócios, além de contribuir para condensar a literatura, pois as pesquisas sobre inovação sustentável, embora crescente ainda é pouco expressiva na literatura nacional e carece de padronização no termo. Ademais, esse estudo proporciona a ciência da administração, uma reflexão mais abrangente sobre o modelo de gerir micro e pequenas empresas para além de um desenvolvimento artificial.

## Referências bibliográficas

ALOISE, P. G; NODARI, C. H.; DORION, E. C. H. Ecoinovações: um ensaio teórico sobre conceituação, determinantes e achados na literatura. **Interações**, Campo Grande/MS, v. 17, n. 2, p.278-289, abr./jun. 2016.

ALBUQUERQUE, A. F.; ESCRIVÃO FILHO, E.; CARVALHO, K. C. Os fatores ambientais e a mortalidade da pequena empresa: descrição dos fatores relevantes no setor de varejo de vestuário. In: **ENANPAD–Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa Em Administração**, v. 39, p. 1-16, 2015.

ANDERSEN, M. M. Eco-innovation indicators. **European Environment Agency**. Copenhagen, February 2006.

BÁNKUTI, S. M. S.; BÁNKUTI, F. I. Gestão ambiental e estratégia empresarial: um estudo em uma empresa de cosméticos no Brasil. **Gestão e Produção**. São Carlos, v. 21, n. 1, p. 171-184, 2014.

BANSAL, P.; ROTH, K. Why companies go green: a model of ecological responsiveness. **Academy of Management Journal**, Vol.43. No. 4, 717-736, 2000.

BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F. G.; ANDREASSI, T.; VASCONCELOS, F. C. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, vol. 50, n. 2, p. 146-154, 2010.

BOONS, F.; M. C.; QUIST, J.; W, M. Sustainable Innovation, Business Models And Economic performance: An Overview. **Journal of Cleaner Production** vol. 45, p. 1-8, 2013.

CARVALHO, G. D. G.; SILVA, W. V.; PÓVOA, Â. C.S.; CARVALHO, H. G. Radar da inovação como ferramenta para o alcance de vantagem competitiva para micro e pequenas empresas. **RAI – Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 12, n.4 p. 162-186, out. /dez. 2015.

CONTO, S. M.; ANTUNES JÚNIOR, J. A. V.; VACCARO, G. L. R. A inovação como fator de vantagem competitiva: estudo de uma cooperativa produtora de suco e vinho orgânicos. **Revista Gestão e Produção**. São Carlos, v.23, n.2, pp.397-407, 2016.

ECKERT, A.; CORCINI NETO. S. L. H.; BOFF, D. S. Iniciativas e práticas ambientais das pequenas e médias empresas do Vale do Café – RS. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, vol. 4, N. 1. Janeiro. / Abril. 2015.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade- Canibais com garfo e faca**. M. Books. 2011.

FREEMAN, C. Inovação e ciclos longos de desenvolvimento econômico. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v.5, n.1, p.5-20, 1984.

HAANAES, K., BALAGOPAL, B., ARTHUR, D.; KONG, M. T.; VELKEN, I.; KRUSCHWITZ, N.; HOPKINS, M. S. First look: The second annual sustainability e innovation survey. **MIT Sloan Management Review**, vol. 52, n.2, pp. 77-83, 2011.

HART, S.; MILSTEIN, M. B. Creating sustainable value. **The Academy of Management Executive**, v. 17, n. 2, p. 56-69. 2003.

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**, vol. 78, p. 112-122, 2012.

JOHNSON-BEY, C. The Sixth Wave: How to Succeed in a Resource-Limited World. **Research-Technology Management**, v. 56, n.2, p.62. 2013.

KEMP, R.; PEARSON, P. Final Report MEI Project About Measuring Eco-Innovation. **UM Merit, Maastricht**, vol. 10, 2007.

KONDRATIEFF, N. D.; STOLPER, W. F. The long wave in economic life. **Review of Economic Statistics**, v. 17, n. 6, p.105-115, nov, 1935.

KNEIPP, J.M. **Gestão estratégica da inovação sustentável e sua relação com o modelo de negócios e o desempenho empresarial**. 2016. 188 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2016.

KNEIPP, J. M.; BICHUETI, R. S.; MADRUGA, L. R. R. G.; ROSA, L. A. B.; SCHUCH JÚNIOR, V. F. Emergência temática da inovação sustentável: uma análise da produção científica através da base Web Of Science. **Revista de Administração da UFSM**, v. 4, n. 3, art. 8, p. 442-457, 2011.

KNEIPP, J. M.; ROSA, L. A. B.; BICHUETI, R. S.; MADRUGA, L. R. R. G.; SCHUCH, V. F. Jr. Emergencia Temática da Inovação Sustentável: Uma análise da produção científica. **Revista de Ciências da Administração**, p. 52-67, jul. 2012.

LEONE, N. M. C. P. G. As especificidades das pequenas e médias empresas. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n.2, p. 91-94, abril/jun, 1999.

LIMA FILHO, R. N.; BRUNI, A. L.; GOMES, S.M.S. A compreensão dos estudantes sobre o conceito de Passivo Ambiental: um estudo nos cursos de Ciências Contábeis em Salvador – BA. **Revista do Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 7, n.1, p. 108-121, Rio de Janeiro, 2013.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

NIDUMOLU, R.; PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why sustainability is now the key driver of innovation. **Harvard business review**, v. 87, n. 9, p. 56-64, 2009.

OECD. Manual de Oslo – diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre Inovação. 3. ed. FINEP, 2005.

OECD. Organisation for Economic Co-operation and Development. Framing Eco-Innovation: The Concept And The Evolution Of Sustainable Manufacturing. In: Eco-Innovation in Industry. **Enabling Green Growth**. Junho de 2009.

PINSKY, V. C.; MORETTI, S. L. A.; PLONSKI, G. A.; KRUGLIANSKAS, I. Inovação Sustentável: uma Perspectiva Comparada da Literatura Internacional e Nacional. **RAI- Revista de Administração e Inovação**, v. 12, n. 3, p. 226-250, 2015.

PIRES, W, L, R.; PANTALEÃO, E, O.; BRESSAN, I.; HIRATA, S.; FERRER SILVA, I, A. Ferramentas como fator de inovação nas micro e pequenas empresas: um estudo de caso. **III Congresso de Administração do Sul do Mato Grosso – CONASUM**. Rondonópolis / MG, 8, 9 e 10/12/2015.

PORTER, M. E. **Competitive advantage**. New York: The Free Press, 1985. 6ª edição 1992.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. The big idea: Creating shared value. **Harvard Business Review**. 2011.

RAEDER, S. Geografia e inovação tecnológica. **Mercator**, Fortaleza, v. 15, n. 2, p.77-90, abr./jun., 2016.

RENNINGS, K. Redefining Innovation – ecoinnovation research and the contribution from ecological economics. **Ecological Economics**, vol. 32, p. 319-332, 2000.

SANTOS, R, Q. **Inovação sustentável - um estudo de multicasos em empresas da construção civil**. 2017. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal da Paraíba, Joao Pessoa, PB, 2017.

SANTOS, C. A. **Pequenos negócios desafios e perspectivas: desenvolvimento sustentável**. Brasília: SEBRAE, 2012.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, Brasília, 2016.

SEBRAE. **Análise do CAGED**. Brasília, DF. 2017.

SEHNEM, S.; LAZZAROTTI, F.; PUFFAL, D, P.; CERICATO, A. Inovação sustentável: autorias e temas estudados. **XXXVII Encontro da Anpad**, Rio de Janeiro /RJ. p.1-3, set. 2013.

SILVA, G.; DI SERIO, L. C. The sixth wave of innovation: are we ready?.**Revista de Administração e Inovação – RAI**, São Paulo, v. 13, n.2, p.113-128, abr./jun. 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997. Encontrar essa versão

TIDD, J; BESSANT, J. **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change**. 5ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

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. 6, n. 15, p. 402-415, mar. 2006.