08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

A Influência do Engajamento de Stakeholders no Desempenho Financeiro Corporativo e no Desempenho Social Corporativo

ANDERSON ANTÔNIO DE LIMA
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

BENNY KRAMER COSTA
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

THIAGO DE LUCA SANTANA RIBEIRO
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

EDUARDO MESQUITA DE SOUSA
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

A Influência do Engajamento de Stakeholders no Desempenho Financeiro Corporativo e no Desempenho Social Corporativo

Introdução

Embora a literatura de engajamento de stakeholders tenha enfatizado a relevância teórica e prática para o construto, a pesquisa resultou em uma área de estudos heterogênea, multifacetada e até mesmo fragmentada (Kujala et al. 2022). Muitos pesquisadores, especialmente na área de negócios e sociedade, bem como na literatura de gestão e estratégia, baseiam-se na Teoria dos Stakeholders (Freeman, 1984 ; Freeman et al., 2010) e compreendem o engajamento dos stakeholders como uma ferramenta para colocar em prática os princípios da Teoria dos Stakeholders (Freeman et al., 2017 ; Greenwood, 2007).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Ainda existem diversas lacunas teóricas e gerenciais sobre o papel do engajamento de stakeholders no desempenho das organizações. Parte deste problema (lacuna) reside no fato do desempenho ser um conceito amplo e por ser formado por diversos indicadores (Boaventura et al. 2019). Entretanto o desempenho organizacional tem sido investigado em duas dimensões que são desempenho financeiro corporativo e o desempenho social corporativo. , este estudo tem como objetivo analisar os efeitos dos níveis de engajamento de stakeholders no desempenho financeiro corporativo e desempenho social corporativo

Fundamentação Teórica

Com relação ao desempenho organizacional a perspectiva dos stakeholders afirma que lidar com as necessidades de múltiplos stakeholders, simultaneamente, atrai investimentos de investidores socialmente conscientes, isso contribui para melhorar a competitividade da organização (Kapstein, 2001; Ansong, 2017). Um bom histórico de desempenho social facilita o acesso de uma empresa aos mercados financeiros, reduzindo assim as restrições de crédito que normalmente enfrentam empresas menores (Cheng et al. 2014; Albuquerque, Koskinen & Zhang, 2019).

Metodologia

A abordagem desta pesquisa é quantitativa, viabilizada por meio de análise multivariada de dados, que trata-se de um conjunto de técnicas para analisar dados que possuem a característica de expansão e que incluam diversas situações de pesquisa. Estes métodos possibilitam uma análise concomitante de múltiplas variáveis em um único conjunto de relações, possibilitando a compreensão de comportamentos complexos e permitindo preservar as correlações naturais entre as múltiplas influências, sem isolar qualquer indivíduo ou variável (Hair et al. 2009).

Análise dos Resultados

O objetivo principal do estudo foi alcançado, as hipóteses de efeito direto foram confirmadas, (h1, h2, h3, h4, h5, h6 e h7), isto permite afirmar que quanto maior o engajamento de stakeholders maior será o desempenho social corporativo e o desempenho financeiro corporativo. As hipóteses h1 e h2 contataram que o engajamento de stakeholders influencia positivamente o desempenho financeiro corporativo e as hipóteses h3, h4, h5, h6 e h7 que o engajamento de stakeholders influencia positivamente o desempenho social corporativo. Estas eram as premissas principais desta pesquisa.

Conclusão

Foi identificado por meio da análise realizada que em diferentes contextos a interação entre a organização com seus stakeholders é capaz de potencializar os resultados financeiros e sociais das

ISSN 2177-3866

organizações no mercado em que ela está inserida, por outro lado a inexistência ou a deficiência na interação pode limitar o desempenho e, consequentemente, a competitividade. Este resultado é convergente com a literatura que afirma que organizações que criam ambientes interativos com seus stakeholders se tornam mais competitivas comparadas a organizações que não desenvolvem ações de engajamento.

Referências Bibliográficas

Boaventura, J. M. G., Silva, R. S. D., & Bandeira-de-Mello, R. (2012). Performance Financeira Corporativa e Performance Social Corporativa: desenvolvimento metodológico e contribuição teórica dos estudos empíricos. Revista Contabilidade & Finanças, 23, 232-245. Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement: Beyond the myth of corporate responsibility. Journal of Business ethics, 74(4), 315-327. Stocker, F., & de Mascena, K. M. C. (2019). Orientação e gestão para stakeholders no processo de decisão organizacional. Revista de Gestão e Secretariado, 10(1), 167-191.