

## **A Influência do Engajamento dos Stakeholders no Desempenho Financeiro de Empresas Inovadoras: Uma Análise Setorial de Empresas Brasileiras**

### **Autoria**

Mariana Torres Uchôa - marianauchoa@outlook.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab - PPGA/FEA/USP - Universidade de São Paulo

ÍTALO ANDERSON TAUMATURGO DOS SANTOS - italotaumaturgo@hotmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab - PPGA/FEA/USP - Universidade de São Paulo

Eduardo Pinheiro Gondim de Vasconcellos - epgdvasc@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab - PPGA/FEA/USP - Universidade de São Paulo

João Maurício Gama Boaventura - jm@boaventura.adm.br

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab - PPGA/FEA/USP - Universidade de São Paulo

### **Resumo**

A inovação é uma fonte estratégica significativa para as empresas alcançarem vantagem competitiva no mercado. O engajamento dos stakeholders é uma etapa essencial nos processos de inovação, visto que, para que a inovação obtenha sucesso, as partes interessadas deverão estar envolvidas desde a geração da ideia até a sua implementação. A presente pesquisa buscou expandir os estudos que associam a relação entre engajamento dos stakeholders no processo de inovação e o desempenho financeiro das empresas. Foi utilizada como base de dados a Pesquisa de Inovação ? PINTEC 2014. Utilizou-se como método a modelagem de equações estruturais (SEM) e os resultados indicam uma relação positiva entre engajamento dos stakeholders e inovação e, inovação com desempenho. No entanto, não se pôde verificar uma relação direta entre o engajamento com o desempenho financeiro da empresa.

## A Influência do Engajamento dos *Stakeholders* no Desempenho Financeiro de Empresas Inovadoras: Uma Análise Setorial de Empresas Brasileiras.

### Resumo

A inovação é uma fonte estratégica significativa para as empresas alcançarem vantagem competitiva no mercado. O engajamento dos *stakeholders* é uma etapa essencial nos processos de inovação, visto que, para que a inovação obtenha sucesso, as partes interessadas deverão estar envolvidas desde a geração da ideia até a sua implementação. A presente pesquisa buscou expandir os estudos que associam a relação entre engajamento dos *stakeholders* no processo de inovação e o desempenho financeiro das empresas. Foi utilizada como base de dados a Pesquisa de Inovação – PINTEC 2014. Utilizou-se como método a modelagem de equações estruturais (SEM) e os resultados indicam uma relação positiva entre engajamento dos *stakeholders* e inovação e, inovação com desempenho. No entanto, não se pôde verificar uma relação direta entre o engajamento com o desempenho financeiro da empresa.

**Palavras-chaves:** Engajamento dos *stakeholders*; Inovação; Desempenho Financeiro; PINTEC

### 1. Introdução

A inovação trata de mudanças realizadas na organização, que podem envolver produtos, processos, organizações ou instituições (Audretsch & Link, 2012). Cada vez mais o fenômeno da inovação ganha enfoque. Isso acontece porque o ritmo das mudanças tecnológicas ao qual emerge o ambiente de inovação, amplia as possibilidades e as vantagens estratégicas para a organização (Wayne Gould, 2012). O gerenciamento eficaz da inovação proporciona vantagem competitiva e permite, conseqüentemente, a empresa obter ganhos financeiros em torno dessa capacidade (Chen, Lin, & Chang, 2009; Flammer & Kacperczyk, 2013). Com as novas configurações de mercado as organizações não conseguem criar e inovar sozinhas (Kazadi, Lievens & Mahr, 2016), sendo necessária a cooperação entre o ambiente interno e externo para alcançar a inovação necessária (Gould, 2012). Tal cooperação ocorre por meio dos *stakeholders*, que proporcionam a organização acesso aos recursos necessários (Barney, 2018).

A gestão da inovação e o engajamento dos *stakeholders* são processos complementares, visto que nenhuma inovação é capaz de ser implementada e impulsionada sem a colaboração dos *stakeholders*. Da mesma forma, a inovação é capaz de ser desenvolvida com a expectativa de atender as necessidades e questões dos *stakeholders* (Alladi & Vadari, 2011). A importância estratégica dos *stakeholders*, está relacionada às habilidades que os *stakeholders* têm para tornar a empresa mais competitiva e assim influenciar o desempenho das organizações (Harrison & Bosse, 2013).

A partir dessa contextualização, esse trabalho tem por **objetivo verificar a relação entre o engajamento dos *stakeholders* em empresas inovadoras e o desempenho financeiro destas**. Para tanto, esse trabalho é organizado da seguinte maneira: inicialmente é feita a apresentação dos principais conceitos teóricos que guiam a pesquisa, sendo estes acompanhados da formulação das hipóteses, em seguida são mostrados os parâmetros metodológicos adotados, posteriormente são apresentados os resultados e a discussão seguido das considerações finais do estudo.

### 2. Referencial Teórico

#### 2.1 Aspectos conceituais sobre Inovação e sua perspectiva estratégica

Imerso à uma sociedade em constante modificação, o conceito de inovação adquire ao longo tempo uma significativa importância estratégica para as organizações. Audretsch e Link (2012), discutem a difusão do conceito da inovação a partir de uma perspectiva histórica da economia. Segundo os autores, três doutrinas econômicas foram predominantes: economia neoclássica, economia keynesiana e economia schumpeteriana. Na economia neoclássica, a preocupação estava voltada para alocação de recursos na intenção de maximizar o bem-estar econômico da população. A economia keynesiana, por sua vez, se preocupava na ação da política pública como um mecanismo de gerenciamento da demanda agregada, através de dois instrumentos principais, os gastos do governo e impostos. É na economia schumpeteriana, que a inovação ganha destaque. Essa vertente acreditava que a economia poderia ser impulsionada através de mudanças em produtos, processos ou instituições (Audretsch & Link, 2012). É a partir dessa abordagem que a inovação começa a estar presente nos diálogos organizacionais.

A inovação pode ser definida como a implementação de um produto novo ou significativamente melhorado, sendo um bem ou serviço, ou processo, um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de gestão, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD; & Eurostat, 2005).

As diferentes possibilidades estratégicas por meio da inovação e a atenção atual dada a essa ferramenta, fazem com que a inovação seja objeto de estudo de diversas pesquisas. Observando o contexto das firmas industriais, Zawislak, Alves, Tello-Gamarra, Barbieux, e Reichert (2012), desenvolveram o modelo de capacidades de inovação, englobando as quatro principais capacidades: capacidade de desenvolvimento, de operação, de gestão e de transação. Para os autores, as duas primeiras correspondem à dimensão tecnológica, enquanto as duas últimas se referem à perspectiva dos negócios. Nesse espaço de debate teórico sobre o conceito de inovação, é notório o discurso que justifica o constante enfoque da temática: inovação é, antes de tudo, um meio para adquirir vantagem competitiva. As organizações se encontram na necessidade de inovar para capturar novas posições de vantagem competitiva e elevar a lucratividade da empresa (Cutovoi, 2018; Flammer & Kacperczyk, 2013; Wayne Gould, 2012).

Segundo Duane Ireland e Webb (2007), explorar as vantagens competitivas da atualidade e ao mesmo tempo explorar inovações que serão base das vantagens competitivas do amanhã, permite as organizações obterem a capacidade de se manterem atuantes e sustentáveis no mercado a partir do que os autores chamam de empreendedorismo estratégico. Entendendo que a gestão da inovação envolve diferentes partes interessadas, desde a geração de ideias até a sua implementação e que cada parte desempenha um papel importante para o alcance dos objetivos da inovação (Alladi & Vadari, 2011), a perspectiva da gestão dos *stakeholders* se torna um importante ideário para coordenar os processos de inovação da organização.

## 2.2 Inovação e Engajamento dos *Stakeholders*

Com o mercado dinâmico as organizações mudaram o seu processo de inovação, contando atualmente com a colaboração de diversos parceiros para ter acesso a maior quantidade de recursos e conseguir de fato inovar (Kazadi et al., 2016). Uma importante teoria para entender a relação entre a empresa e seus diferentes *stakeholders* é a teoria dos *stakeholders* (Jones, Harrison & Felps, 2018). *Stakeholders* são atores que influenciam ou podem ser influenciados pelas organizações (Freeman, 1984). A teoria dos *stakeholders* tem como objetivo entender os diferentes *stakeholders* envolvidos com a organização, como afetam e são afetados e dessa forma a empresa conseguir ser mais assertiva nas suas estratégias e objetivos (Agnete Alsos, Hytti & Ljunggren, 2011; Gould, 2012; Aaltone & Kujala, 2016).

As organizações que conseguem se relacionar com diferentes *stakeholders* são mais propensas a desenvolver inovações (Widén, Olander & Atkin, 2013; Jiang, Wang, Zhou &

Zhang, 2019), pois por meio da cooperação ambos conseguem obter benefícios, com o acesso e compartilhamento de recursos e conhecimento que são essenciais e necessários para a inovação (Gould, 2012; Jiang et al., 2019).

Para obter sucesso, a inovação deve ser feita em conjunto e não exclusivamente pela organização que está desenvolvendo (Leonidou, Christofi, Vrontis & Thrassou, 2018), pois a organização sozinha tem acesso a uma limitada quantidade de recursos para conseguir inovar (Kazadi et al., 2016). O compartilhamento de informações durante o processo de inovação tornou-se necessária pois as empresas não tinham acesso a todas as informações, devido à complexidade dos projetos e além disso os atores perceberam que não havia problema em tal compartilhamento, que poderia ser benéfico e gerar vantagens (Kazadi et al., 2016). Assim, a colaboração de diferentes grupos de *stakeholders* no processo inovação é fundamental visto que alguns *stakeholders* podem ter acesso a recursos, tangíveis e intangíveis, que antes não estavam disponíveis (Harrison, Bosse & Phillips, 2010; Kazadi et al., 2016). Com base nessa discussão, apresentamos a primeira hipótese de pesquisa:

*H1: O engajamento dos stakeholders influencia positivamente a inovação*

A teoria dos *stakeholders*, de acordo com a relações éticas tem como resultado melhor performance financeira e conseqüentemente vantagem competitiva (Jones et al., 2018), sendo necessário observar a importância estratégica e o poder dos *stakeholders* para determinar a quantidade de valor que será alocado, sem desperdícios, gerando valor e tendo como resultado final influencia no desempenho financeiro da empresa (Harrison & Bosse, 2013). O envolvimento de diferentes *stakeholders* nos processos da empresas tem como resultado uma vantagem competitiva sustentável, com maior lucratividade pois conseguem ter acesso a mais conhecimento, recursos e informações com menores custos (Harting, Harmeling & Venkataraman, 2006), sendo um dos aspectos relevantes para o crescimento econômico das organizações (Harting et al., 2006). Esse argumento nos permite formular a segunda hipótese dessa pesquisa:

*H2: O engajamento dos stakeholders influencia positivamente o desempenho financeiro*

Por fim, é visto que a vantagem competitiva é um processo dinâmico, em que as organizações conseguem ganhar ou perder tal vantagem rapidamente. Estas devem agir de forma estratégica para que sua vantagem seja sustentável (Gould, 2012). A capacidade de ter relações próximas com os *stakeholders*, sua interação e cooperação (Bridoux & Stoelhorst 2016; Jones et al., 2018) tem como resultado a criação de valor e consegue gerar vantagem competitiva sustentável para a empresa (Kazadi et al., 2016; Jones et al., 2018; Leonidou et al., 2018). A capacidade de inovação de uma organização é um dos aspectos que geram valor para a empresa (Widén et al., 2013). A inovação mais assertiva e com maior vantagem competitiva ocorre quando a empresa e vários *stakeholders* trabalham em cooperação, atingindo melhores resultados (Widén et al., 2013), criando mais valor econômico (Jones et al., 2018). Assim, temos a última hipótese desse estudo:

*H3: A inovação influencia positivamente no desempenho financeiro da organização.*

A seguir é apresentada a metodologia utilizada nesse estudo, seguindo da aplicação e resultados da pesquisa.

### 3. Metodologia

#### 3.1 Base de Dados – Pesquisa de Inovação (PINTEC)

Para operacionalizar o presente estudo, utilizou-se como base de dados a Pesquisa de Inovação – PINTEC, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, com o apoio do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e da Financiadora de Estudos e Projetos – Finep. Atualmente, a PINTEC encontra-se em sua sexta edição. A pesquisa busca aprofundar o tema da inovação gerando informações sobre aspectos como: gastos com as atividades inovativas, fontes de financiamento dos dispêndios com inovação, impacto das inovações no desempenho das empresas, fontes de informações utilizadas, arranjos cooperativos estabelecidos e papel dos incentivos em inovação (PINTEC, 2016).

A sexta edição do PINTEC abrange os resultados da pesquisa realizada para o triênio 2012-2014. Uma rápida análise através da base de artigos SCOPUS, constatou 36 artigos que utilizam a base de dados PINTEC, o que pode ser considerada uma quantidade pequena de publicações visto que a base é publicada desde o ano 2000. Entre esses estudos, foram identificados os trabalhos desenvolvidos por Mendonça et al. (2010) que buscou mensurar os impactos decorrentes da adoção de tecnologia da informação na produtividade dos trabalhadores da indústria de transformação brasileira e o trabalho de Cristo-Andrade e Franco (2019), que buscou comparar os atores envolvidos na cooperação para a inovação entre pequenas e médias empresas e grandes empresas brasileiras.

#### 3.2 Variáveis

As variáveis escolhidas para este estudo são divididas em três grupos: engajamento dos *stakeholders*, inovação e desempenho financeiro (Quadro 1).

**Quadro 1-** Indicadores e Variáveis Utilizadas na Pesquisa

Construto	Indicador	Pergunta	Respostas
Engajamento	Localização	Empresas que implementaram inovações, por localização das fontes de informação empregadas	(1) Outra empresa do grupo; (2) Empresas de consultoria e consultores independentes; (3) Universidades ou outros centros de ensino superior; (4) Institutos de pesquisa ou centros tecnológicos; (5) Centros de capacitação profissional e assistência técnica; (6) Instituições de testes, ensaios e certificações; (7) Conferências, encontros e publicações especializadas;
Inovação	Grau de Novidade	Grau de novidade do principal produto e/ou principal processo nas empresas que implementaram inovações	(1) Novo para a empresa, mas já existente no mercado nacional; (2) Novo para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial;
	Responsável pelo desenvolvimento	Principal responsável pelo desenvolvimento de produto e/ou processo nas empresas que implementaram inovações	(1) A empresa (2) Outra empresa do grupo
	Grau de Importância	Empresas que implementaram inovações, por grau de importância das atividades inovativas desenvolvidas	(1) Alta; (2) Média;
Desempenho Financeiro	Receita Líquida de Vendas	Receita líquida de vendas (1 000 R\$)	Receita líquida de vendas (1 000 R\$)

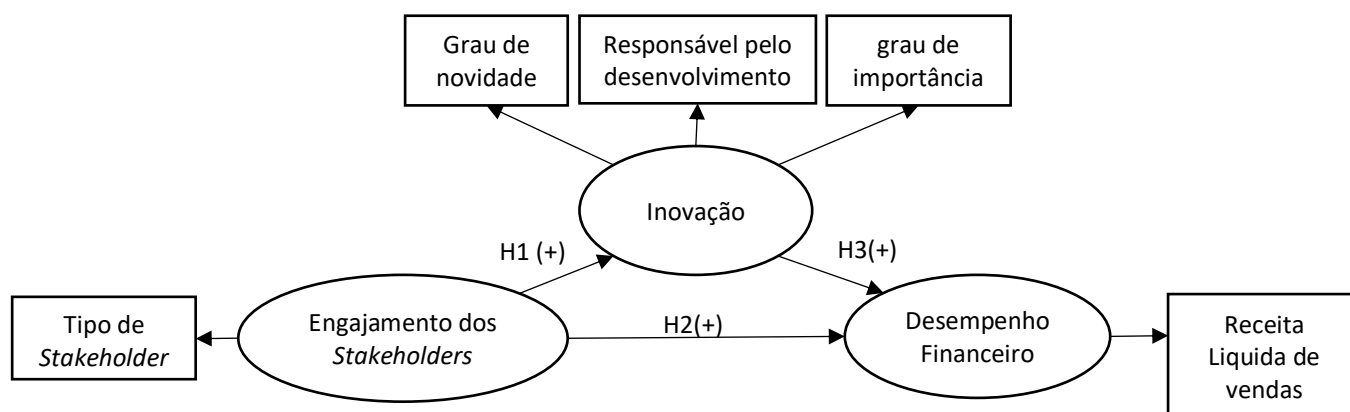
Fonte: Autores (2019)

Para medir o engajamento dos *stakeholders*, foi utilizada tabela 18 (Empresas que implementaram inovações, total e com relações de cooperação com outras organizações, por localização do principal parceiro), que retratava a participação dos *stakeholders* das organizações nos processos de inovação. Para medir a inovação, foi utilizada a própria seleção de empresas inovadoras do PINTEC, com base no grau de novidade, pelo principal responsável pela inovação (a empresa ou outra empresa do grupo) e o grau de importância da inovação. Por fim, para medir o desempenho financeiro, foi utilizado o valor da receita líquida de vendas da empresa.

### 3.3 Desenho da Análise

Na figura 1 apresentamos o modelo de análise que será desenvolvido para alcançar o objetivo da pesquisa:

Figura 1: Modelo de Análise



Fonte: Autores (2019)

### 3.4 Procedimentos de Análise

A partir das variáveis e do modelo proposto, conforme a Tabela 1, foi realizada a Modelagem de Equações Estruturais (SEM) por meio do software Smart PLS2.0, em que a estimação do modelo ocorre por meio das variâncias. A partir disso foram realizados os testes para análise do modelo: o primeiro teste foi o de confiabilidade para avaliar a consistência das variáveis, em que todas as variáveis apresentaram boa confiabilidade, conforme apresentado na tabela 1, por meio da confiabilidade composta e pelo Alfa de *Cronbach*, que de acordo com Hair, et al (2016) deve ser maior que 0,7.

Tabela 1: Confiabilidade

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha
Desempenho Financeiro	1	1	0,0283	1
Engajamento	0,5868	0,9073	0	0,8803
Inovação	0,3799	0,7786	0,3421	0,6638

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

O segundo teste foi a avaliação da validade convergente por meio do AVE, em que os resultados deverão ser superiores a 0,5, conforme indica Byrne (2016), para averiguar se dessa forma os construtos conseguem de fato medir as variáveis. O resultado apresentado mostra que



a variável inovação apresenta um pequeno problema de validade convergente com valor de 0,37. O último teste para avaliar a robustez do modelo foi a validade discriminante, que visa avaliar se a variável está medindo mais de uma e foi testada por meio das cargas fatoriais cruzadas (Tabela 2). Pelo critério de Fornell e Larcker (1981), não foram apresentados problemas, como apresentado na Tabela 3.

**Tabela 2:** Validade discriminante – Cargas Cruzadas

	<b>Desempenho Financeiro</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Inovação</b>
<b>1 1 Rec Liq</b>	<b>1</b>	-0,0341	-0,1535
<b>1 2 Novo Emp Merc Nac total</b>	-0,103	0,2885	<b>0,5646</b>
<b>1 2 Novo MercNac Merc Mundial total</b>	-0,1966	0,3429	<b>0,57</b>
<b>1 3 Empresa</b>	-0,0686	0,1736	<b>0,3607</b>
<b>1 3 Outra Emp Grupo</b>	-0,0957	0,3087	<b>0,6509</b>
<b>1 4 Alta</b>	0,0485	0,4734	<b>0,7497</b>
<b>1 4 Media</b>	-0,1615	0,4697	<b>0,7213</b>
<b>1 5 Cent cap prof</b>	0,0219	<b>0,6965</b>	0,4389
<b>1 5 Conf encontro</b>	-0,1345	<b>0,8499</b>	0,5081
<b>1 5 Emp consult</b>	0,0308	<b>0,6492</b>	0,1953
<b>1 5 Inst pesq</b>	0,0011	<b>0,8738</b>	0,4499
<b>1 5 Inst testes</b>	-0,0658	<b>0,7227</b>	0,3741
<b>1 5 Outra emp grupo</b>	0,0326	<b>0,654</b>	0,5104
<b>1 5 Universidades</b>	-0,0339	<b>0,8746</b>	0,5058

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

**Tabela 3:** Validade discriminante - Critério de Fornell e Lacker

	<b>Desempenho Financeiro</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Inovação</b>
<b>Desempenho Financeiro</b>	<b>1</b>	0	0
<b>Engajamento</b>	-0,0341	<b>0,76602872</b>	0
<b>Inovação</b>	-0,1535	0,5849	<b>0,61636</b>

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

#### 4. Análise e Discussão dos Resultados

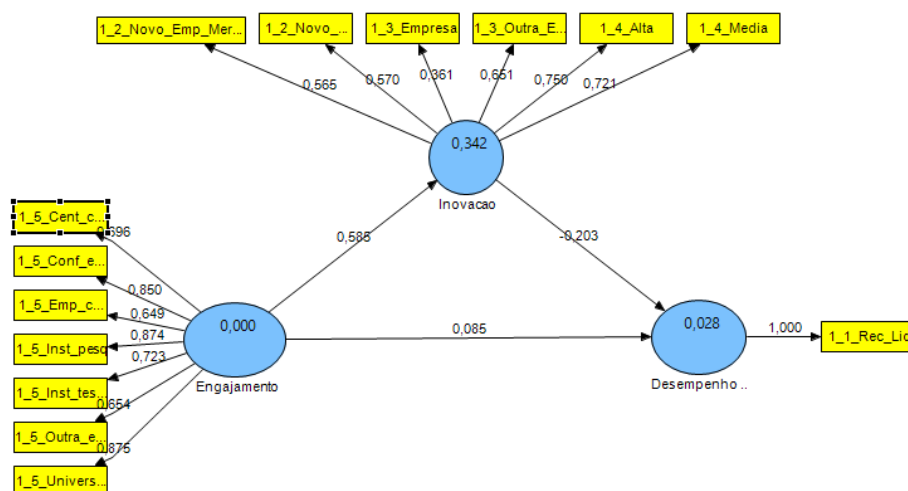
A amostra é composta de 47.693 empresas que realizaram inovação que está dividido em 55 diferentes setores de atividade. O modelo estrutural proposto foi estimado por modelagem de equações estruturais no PLS, com estimação das variâncias para avaliar a influencia do engajamento dos *stakeholders* na inovação e no desempenho financeiro e a inovação no desempenho financeiro. Após os testes de confiabilidade, validade convergente e validade discriminante, foram avaliadas as relações individuais e entre os construtos. Após os testes, das 3 das relações observadas, duas foram consideradas estatisticamente significativas, e são apresentados na Tabela 4 e na Figura 2. O engajamento de diferentes *stakeholders* foi significativo e positivo com 99% de confiança influenciando a inovação (stdev = 0,0567), entretanto não foi significativo e, portanto, não influencia diretamente o desempenho financeiro das empresas (stdev = 0,1046) e assim H1 foi suportada e H2 rejeitada respectivamente. E por fim a inovação influencia positivamente o desempenho financeiro com 95% de confiança (stdev = 0,0885), suportando a hipótese H3.

**Tabela 4:** Resultado Modelo Estrutural

Relação entre os construtos	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STERR))	P valor
Engajamento -> Inovação	0,6022	0,0567	10,3067	<b>0,00 ***</b>
Engajamento->Desempenho Financeiro	0,1054	0,1046	0,8086	0,42
Inovação->Desempenho Financeiro	0,2117	0,0885	2,2923	<b>0,03 **</b>

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

Figura 2: Resultado Modelo Estrutural



Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

Em relação aos construtos de cada variável (Tabela 5), todas as variáveis foram estatisticamente significativas. A partir do modelo estrutural proposto foi possível identificar que duas hipóteses, foram suportadas, conforme o Quadro 2. Os resultados encontrados mostram que o engajamento dos *stakeholders* influenciam positivamente a inovação, o que vai de acordo com a literatura. De acordo com os estudos de Widén et al. (2013), Leonidou et al. (2018) e Jiang et al. (2019) as organizações que se engajam com diferentes *stakeholders* possuem mais chances de desenvolver inovações e conforme os estudos de Harrison et al (2010), Gould (2012), Kazadi et al. (2016) e Jiang et al. (2019) o envolvimento com *stakeholders* para desenvolver inovação é importante pois a organização tem acesso limitado a quantidade de recursos e por meio das parcerias ocorre o compartilhamento das informações, recursos e conhecimentos fundamentais para o processo de inovação.

Tabela 5: Significância dos construtos

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STERR )	Pvalor
1_1_Rec_Liq <- Desempenho Financeiro	1	0	0	1,00
1_2_Novo_Emp_Merc_Nac_Total <- Inovação	0,5508	0,1142	4,942	0,00***
1_2_Novo_MercNac_Merc_Mundial_Total <- Inovação	0,582	0,1033	5,5163	0,00 ***
1_3_Empresa <- Inovação	0,371	0,0989	3,6459	0,00 ***
1_3_Outra_Emp_Grupo <- Inovação	0,5295	0,2538	2,5648	0,01 *
1_4_Alta <- Inovação	0,7545	0,0541	13,8451	0,00 ***
1_4_Media <- Inovação	0,6998	0,0895	8,0547	0,00 ***
1_5_Cent_cap_prof <- Engajamento	0,7036	0,0574	12,137	0,00 ***
1_5_Conf_encontro <- Engajamento	0,8488	0,0259	32,85	0,00 ***
1_5_Emp_consult <- Engajamento	0,6464	0,0639	10,1573	0,00 ***
1_5_Inst_pesq <- Engajamento	0,876	0,0237	36,8704	0,00 ***
1_5_Inst_testes <- Engajamento	0,7211	0,0614	11,7743	0,00 ***
1_5_Outra_emp_grupo <- Engajamento	0,6416	0,0736	8,8917	0,00 ***
1_5_Universidades <- Engajamento	0,8761	0,0242	36,1615	0,00 ***

Fonte: Dados da Pesquisa (2019)



**Quadro 2:** Resultado das Hipóteses

Hipótese	Relação entre os construtos	Relação	Resultado
<b>H1</b>	<b>Engajamento -&gt; Inovação</b>	---> +	<b>Suportada</b>
H2	Engajamento->Desempenho Financeiro	---> +	Não suportada
<b>H3</b>	<b>Inovação-&gt;Desempenho Financeiro</b>	---> +	<b>Suportada</b>

Fonte: Autores (2019)

Entretanto os resultados também mostraram que o engajamento dos *stakeholders* não influencia diretamente o desempenho financeiro e esse resultado é o oposto do que a literatura argumenta. Como aponta a literatura na teoria dos *stakeholders*, de acordo com a relações éticas, o engajamento dos diferentes grupos tem como resultado melhor performance financeira e conseqüentemente vantagem competitiva (Jones et al., 2018), sendo necessário observar a importância estratégica e o poder dos *stakeholders* para determinar a quantidade de valor que será alocado, sem desperdícios, gerando valor e tendo como resultado final influencia no desempenho financeiro da empresa (Harrison & Bosse, 2013). Esse resultado é diferente do encontrado possivelmente porque o efeito do engajamento é indireto, sendo necessário ter alguma variável intermediária como por exemplo o processo de inovação.

Por fim, os resultados apontam que o efeito do engajamento é possivelmente indireto, assim como apresentado nos resultados em que a inovação influencia positivamente o desempenho financeiro e como mostrado na literatura. Conforme os estudos de Widén et al. (2013) o processo de inovação é um dos aspectos que geral valor para a empresa, sendo comprovado o aspecto de intermediação entre o engajamento e o desempenho financeiro conforme apresentado por Hating et al. (2006) e Widén et al. (2013) a inovação mais assertiva e com maior vantagem competitiva ocorre quando a empresa e vários *stakeholders* trabalham em cooperação, atingindo melhores resultados, pois conseguem ter acesso a mais conhecimento, recursos e informações com menores custos.

## 5. Considerações Finais

A inovação é um importante meio para a empresas alcançarem posições competitivas (Cutovoi, 2018; Flammer & Kacperczyk, 2013; Wayne Gould, 2012). Assim como outras atividades da empresa, identificar e engajar os *stakeholders* nos processos de inovação significa integrá-lo como parceiro estratégico (Noland & Phillips, 2010). Essa pesquisa teve como objetivo analisar a influência do engajamento dos *stakeholders* no desempenho financeiro de empresas inovadoras. Após análise dos resultados, encontrou-se que o engajamento dos *stakeholders* influencia a inovação e não influencia o desempenho financeiro e a inovação influencia o desempenho financeiro.

O engajamento sendo relevante para a inovação é compreensivo pois com a participação e o envolvimento de diferentes grupos, a organização consegue desenvolver inovações que sozinhas possivelmente não teriam a capacidade ou teriam muita dificuldade. Já o engajamento não influenciando diretamente o desempenho financeiro ocorre pois, com exceção dos investidores e acionistas que aportam recursos financeiros de forma direta, a influência de outros grupos é dada de forma indireta. Por fim, a inovação afeta o desempenho financeiro pois, por geralmente ser uma novidade no mercado para atender a demanda dos consumidores, gera receita e conseqüentemente aumenta o desempenho econômico.

Esse estudo apresenta como implicação principal que as organizações devem investir nas relações e parcerias com diferentes *stakeholders* para facilitar o desenvolvimento das inovações e conseqüentemente terá como retorno o melhor desempenho financeiro. E como implicação para a literatura deve ser observado os efeitos do engajamento em outros aspectos

além da inovação, sendo o desempenho financeiro uma consequência desses aspectos. Como limitação do estudo não foi observado as diferenças entre diferentes setores de atividade, além disso com recorte de apenas um período não é possível avaliar a evolução da influência da inovação, visto que ocorre no longo prazo. Como sugestão de estudos futuros é importante analisar as diferenças entre setores de atividade e que sejam realizados estudos longitudinais.

## Referências

- Aaltonen, K., & Kujala, J. (2016). Towards an improved understanding of project stakeholder landscapes. *International Journal of Project Management*, 34(8), 1537-1552.
- Agnete Alsos, G., Hytti, U., & Ljunggren, E. (2011). Stakeholder theory approach to technology incubators. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(6), 607-625.
- Alladi, A., & Vadari, S. (2011). Systemic approach to project management: A stakeholders perspective for sustainability. *Proceedings - 2011 Annual IEEE India Conference: Engineering Sustainable Solutions, INDICON-2011*, 1-4.
- Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2012). Entrepreneurship and innovation: Public policy frameworks. *Journal of Technology Transfer*, 37(1), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s10961-011-9240-9>
- Barney, J. B. (2018). Why resource-based theory's model of profit appropriation must incorporate a stakeholder perspective. *Strategic Management Journal*, 39(13), 3305-3325.
- Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2016). Stakeholder relationships and social welfare: A behavioral theory of contributions to joint value creation. *Academy of Management Review*, 41(2), 229-251.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Routledge.
- Chen, Y. S., Lin, M. J. J., & Chang, C. H. (2009). The positive effects of relationship learning and absorptive capacity on innovation performance and competitive advantage in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 38(2), 152-158.
- Cristo-Andrade, S., & Franco, M. J. (2019). Cooperation as a vehicle for innovation: a study of the effects of firm size and industry type. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-08-2018-0182>
- Cutovoi, I. T. M. (2018). Creating Sustainable Value (CSV) and innovation process under Stakeholder Theory. *Independent Journal of Management & Production*, 9(3), 1044.
- Duane Ireland, R., & Webb, J. W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business Horizons*, 50(1), 49-59. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2006.06.002>
- Flammer, C., & Kacperczyk, A. (2013). The Impact of Stakeholder Orientation on Innovation: Evidence from a Natural Experiment. *Ssrn*, 1-47. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2353076>
- Freeman, R. E. (1984). *Stakeholder management: a strategic approach*. New York: Pitman.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007). *Managing for stakeholders: Survival, reputation, and success*. Yale University Press.
- Freeman, R. E. (2010). Managing for stakeholders: Trade-offs or value creation. *Journal of business ethics*, 96(1), 7-9.
- Gould, R. W. (2012). Open innovation and stakeholder engagement. *Journal of Technology Management & Innovation*, 7(3), 1-11.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Harrison, J. S., Bosse, D. A., & Phillips, R. A. (2010). Managing for stakeholders, stakeholder utility functions, and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 31(1), 58-74.

- Harrison, J. S., & Bosse, D. A. (2013). How much is too much? The limits to generous treatment of stakeholders. *Business horizons*, 56(3), 313-322.
- Harting, T. R., Harmeling, S. S., & Venkataraman, S. (2006). Innovative stakeholder relations: When “ethics pays”(and when it doesn’t). *Business Ethics Quarterly*, 16(1), 43-68.
- Jiang, W., Wang, A. X., Zhou, K. Z., & Zhang, C. (2019). Stakeholder Relationship Capability and Firm Innovation: A Contingent Analysis. *Journal of Business Ethics*, 1-15.
- Jones, T. M., Harrison, J. S., & Felps, W. (2018). How applying instrumental stakeholder theory can provide sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 43(3), 371-391.
- Kazadi, K., Lievens, A., & Mahr, D. (2016). Stakeholder co-creation during the innovation process: Identifying capabilities for knowledge creation among multiple stakeholders. *Journal of Business Research*, 69(2), 525-540.
- Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2018). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*.
- Mendonça, M. A. A. de, Freitas, F. de A., & Souza, J. M. de. (2010). Tecnologia da informação e produtividade na indústria brasileira. *Revista de Administração de Empresas*, 49(1), 74-85.
- Noland, J., & Phillips, R. (2010). Stakeholder engagement, discourse ethics and strategic management. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 39-49.
- OECD;, & Eurostat. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data. Oslo Manual.
- PINTEC - Pesquisa de Inovação PINTEC – 2017. Rio de Janeiro, 2018.
- PINTEC. <<http://www.pintec.ibge.gov.br>> Acesso em: 27 de junho de 2019.
- Secundo, G., Del Vecchio, P., Simeone, L., & Schiuma, G. (2019). Creativity and stakeholders' engagement in open innovation: Design for knowledge translation in technology-intensive enterprises. *Journal of Business Research*.
- Wayne Gould, R. (2012). Open Innovation and Stakeholder Engagement. *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(3), 1-11. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242012000300001>
- Widén, K., Olander, S., & Atkin, B. (2014). Erratum for “Links between Successful Innovation Diffusion and Stakeholder Engagement” by Kristian Widén, Stefan Olander, and Brian Atkin. *Journal of Management in Engineering*, 30(5), 08014001. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)me](https://doi.org/10.1061/(asce)me)
- Zawislak, P. A., Alves, A. C., Tello-Gamarra, J., Barbieux, D., & Reichert, F. M. (2012). Innovation capability: From technology development to transaction capability. *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(2), 14-25.