

Criação de Valor aos Stakeholders: Um Estudo da Mensuração de Competências Organizacionais

Autoria

Mariana Torres Uchôa - marianauchoa@outlook.com

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

Ana Beatriz Leal Machado - ana.bia.leal@usp.br

- Universidade de São Paulo

Linnik Israel Lima Teixeira - linnik.lima@gmail.com

Outro (Bacharelado em Administração (inexiste pós-graduação)) - Outra (Instituto Federal do Piauí)
Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA - Universidade de São Paulo

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

Agradecimentos

CNPq

Resumo

As competências organizacionais têm sido frequentemente estudadas na literatura, porém carecem de estudos na literatura, como as competências que as empresas possuem que criam valor aos stakeholders. O objetivo principal desta pesquisa foi definir como mensurar as competências organizacionais que criam valor aos stakeholders. Para a análise dos dados foram coletados 172 prospectos da Bolsa de Valores (BOVESPA), no período de 2004-2019 e como técnica foi utilizada a análise de conteúdo. Como resultado, foram identificadas sete competências: Estratégia, Finanças, Inovação, Marketing, Produção, Recursos Humanos e Tecnologia da Informação, nos relatórios IPO e a competência de Estratégia foi a que mais apresentou resultados. E foi possível identificar que o setor de consumo cíclico é o setor que cria um maior valor aos seus stakeholders por meio das competências que ele apresenta em seus relatórios IPO (Initial Public Offering). Dessa forma foi possível contribuir com o tema de competências na área da Administração, para que as futuras pesquisas que desejem relacionar as competências organizacionais com outras variáveis possam utilizar este material como ponto de partida para identificação das competências dentro das organizações.