

**O EFEITO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA RELAÇÃO ENTRE O
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS E A COCRIAÇÃO DE VALOR**

*THE EFFECT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN
STAKEHOLDER ENGAGEMENT AND VALUE CO-CREATION*

LUÍS FÁBIO CAVALCANTI DA SILVA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

BENNY KRAMER COSTA

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ADIE MIR HORTEGA MEDEIROS

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

NAICHE VAN DER POEL

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Comunicação:

O XII SINGEP foi realizado em conjunto com a 12th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com o Casablanca Climate Leadership Forum (CCLF 2024), em formato híbrido, com sede presencial na ESCA Ecole de Management, no Marrocos.

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001, e com o apoio do Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP UNINOVE.

O EFEITO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA RELAÇÃO ENTRE O ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS E A COCRIAÇÃO DE VALOR

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é identificar o efeito da transformação digital na relação entre o engajamento de stakeholders e a cocriação de valor, focando no ambiente B2B. Busca entender essa relação e mensurar o impacto da transformação digital na cocriação de valor.

Relevância/originalidade

A relevância do estudo está em explorar o impacto da transformação digital na relação entre engajamento de stakeholders e cocriação de valor no contexto B2B, um campo ainda pouco estudado, oferecendo uma análise original e quantitativa sobre essa interdependência.

Metodologia/abordagem

O estudo utiliza uma abordagem quantitativa baseada em modelagem de equações estruturais (VB-SEM). Os dados foram coletados por meio de uma survey com respostas de profissionais envolvidos em processos de transformação digital no contexto B2B.

Principais resultados

Os principais resultados do estudo confirmam que há uma relação positiva entre o engajamento de stakeholders e a cocriação de valor. Além disso, a transformação digital medeia essa relação, ampliando o impacto positivo do engajamento de stakeholders na cocriação de valor?

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo contribui teoricamente ao confirmar o papel do engajamento de stakeholders na cocriação de valor, mediado pela transformação digital. Metodologicamente, aplica a modelagem de equações estruturais (VB-SEM) no contexto B2B, uma abordagem inovadora e pouco explorada.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo sugere que as organizações devem investir em engajamento de stakeholders e transformação digital para melhorar a cocriação de valor. Isso promove melhores práticas de gestão e cria um ambiente colaborativo, impactando positivamente a inovação e a eficiência organizacional?

Palavras-chave: Cocriação de valor, Engajamento de Stakeholders, Transformação Digital, Modelagem de Equações Estruturais

THE EFFECT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN STAKEHOLDER ENGAGEMENT AND VALUE CO-CREATION

Study purpose

The objective of this study is to identify the effect of digital transformation on the relationship between stakeholder engagement and value co-creation, focusing on the B2B environment. BUscá understand this relationship and measure the impact of digital transformation on co-creation

Relevance / originality

The relevance of the study lies in exploring the impact of digital transformation on the relationship between stakeholder engagement and value co-creation in the B2B context, a field that is still little studied, offering an original and quantitative analysis of this interdependence.

Methodology / approach

The study uses a quantitative approach based on structural equation modeling (VB-SEM). The data were collected through a survey with responses from professionals involved in digital transformation processes in the B2B context.

Main results

The main results of the study confirm that there is a positive relationship between stakeholder engagement and co-creation of value. In addition, digital transformation mediates this relationship, expanding the positive impact of stakeholder engagement in the co-creation of value.

Theoretical / methodological contributions

The study contributes theoretically by confirming the role of stakeholder engagement in the co-creation of value, mediated by digital transformation. Methodologically, it applies structural equation modeling (VB-SEM) in the B2B context, an innovative and underexplored approach.

Social / management contributions

The study suggests that organizations should invest in stakeholder engagement and digital transformation to improve co-creation of value. This promotes better management practices and creates a collaborative environment, positively impacting innovation and organizational efficiency.

Keywords: Value co-creation, Stakeholders engagement, Digital Transformation, Structural Equation Modeling