HOW BANKS BUILD ADAPTIVE MARKETING CAPABILITIES IN THE OPEN BANKING ERA: MECHANISMS, BARRIERS, AND CAPABILITY DEVELOPMENT

How Banks Build Adaptive Marketing Capabilities in the Open Banking Era: Mechanisms, Barriers, and Capability Development

ALEXANDRE ZAGO WEBER

GUILHERME TREZ

MARCELO CURTH
UNIVERSIDADE FEEVALE

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

HOW BANKS BUILD ADAPTIVE MARKETING CAPABILITIES IN THE OPEN BANKING ERA: MECHANISMS, BARRIERS, AND CAPABILITY DEVELOPMENT

Objetivo do estudo
Investigar como um banco brasileiro desenvolve Capacidades Adaptativas de Marketing em um contexto de Open Banking, identificando mecanismos organizacionais, barreiras, oportunidades e interdependências que influenciam a evolução dessas capacidades em um ambiente altamente regulado.

Relevância/originalidade
O estudo amplia a teoria das Capacidades Adaptativas de Marketing ao demonstrar que suas dimensões evoluem de forma recursiva e assimétrica, condicionadas por restrições institucionais características do setor bancário.

Metodologia/abordagem
Realizou-se um estudo de caso qualitativo com 13 entrevistas semiestruturadas, complementadas por documentos organizacionais. Os dados foram analisados por meio de análise de conteúdo, fundamentada no framework de Day (2011).

Principais resultados
A aprendizagem vigilante apresentou maior maturidade. Experimentação e Open Marketing permaneceram limitados por compliance, aversão ao risco e governança de dados. As capacidades evoluem de forma interdependente e apresentam maturação assimétrica.

Contribuições teóricas/metodológicas
O estudo propõe uma visão processual das Capacidades Adaptativas de Marketing, evidenciando mecanismos organizacionais, interdependências recursivas e efeitos das restrições institucionais sobre o desenvolvimento de capacidades em ambientes regulados.

Contribuições sociais/para a gestão
Os resultados orientam gestores na construção de capacidades adaptativas, equilibrando inovação, compliance e colaboração em ecossistemas digitais, contribuindo para organizações mais resilientes e competitivas em ambientes regulados.

Palavras-chave: Capacidades Dinâmicas, Aprendizagem Organizacional, Open banking, Capacidades Adaptativas de Marketing, Processo Estratégico

How Banks Build Adaptive Marketing Capabilities in the Open Banking Era: Mechanisms, Barriers, and Capability Development

Study purpose
Investigate how a Brazilian retail bank develops Adaptive Marketing Capabilities under open banking, identifying organizational mechanisms, barriers, opportunities, and interdependencies shaping capability development within a highly regulated environment.

Relevance / originality
The study extends Adaptive Marketing Capabilities theory by showing that capabilities evolve through recursive interdependencies while exhibiting asymmetric maturation driven by institutional constraints in regulated banking.

Methodology / approach
A qualitative single-case study was conducted using 13 semi-structured interviews and organizational documents. Data were analysed through qualitative content analysis guided by Day's (2011) Adaptive Marketing Capabilities framework.

Main results
Vigilant market learning emerged as the most mature capability, whereas experimentation and open marketing remained constrained by compliance, risk aversion, and data governance. Capability development followed recursive interdependencies with asymmetric maturation.

Theoretical / methodological contributions
The study develops a process-oriented understanding of Adaptive Marketing Capabilities by explaining organizational mechanisms, recursive interdependencies, and institutional influences shaping capability development in regulated industries.

Social / management contributions
The findings support managers in balancing innovation, compliance, and ecosystem collaboration, strengthening adaptive capability development and organizational resilience in highly regulated financial service environments.

Keywords: Dynamic capabilities, Organizational learning, Open banking, Adaptive marketing capabilities, Strategic process