

AS RELAÇÕES ENTRE INOVAÇÃO, LIDERANÇA E PRÁTICAS AMBIENTAIS NA PERFORMANCE ORGANIZACIONAL DO SETOR BANCÁRIO

1 INTRODUÇÃO

As diversas inovações tecnológicas presentes no setor bancário são fatores essenciais para a tomada de decisões estratégicas (LEUTA; PRETORIUS, 2020), como também, se tornam cada vez mais importantes no desempenho competitivo destas organizações, pois os bancos precisam responder de forma célere ao desenvolvimento de novas soluções, com base em alta tecnologia digital, para atender as demandas dos seus clientes de forma a manter sua vantagem competitiva no instável mercado financeiro (LEGOWO; SUBANIDJA; SORONGAN, 2020; ZAIONTS, 2020).

O processo da implantação das inovações dentro das organizações necessita do primordial apoio e supervisão dos seus líderes para efetivar oportunidades de acréscimo nas suas performances financeira e econômica (PEZZI, 2020). Uma organização inovadora precisa ter um conjunto de fatores para impulsionar o ambiente inovador, sendo importante destacar entre eles, a cultura, comunicação, trabalho em equipe, ambiente criativo e principalmente uma liderança que compartilhe, fortaleça e promova o desejo de inovar dos colaboradores (SANTOS et al., 2019).

Nas instituições bancárias, começa a existir uma integração da percepção da sustentabilidade às suas estratégias negociais, adicionando aos seus critérios financeiros, o critério ambientais nas suas decisões gerenciais, avaliando os impactos das atividades das empresas clientes sobre o meio ambiente, levando em conta os riscos indiretos, ou seja, da empresa que recebe financiamento e atua com práticas socioambientais incorretas, não conseguir realizar o retorno do valor que lhe foi emprestado e também o risco de reputação do banco, que engloba tanto os efeitos diretos e indiretos que impactam de forma negativa sobre o meio ambiente e a sociedade (MATTAROZZI; TRUNKL, 2008).

Teixeira e Cavalcanti (2005) relatam que a pressão competitiva sentida pelo setor bancário brasileiro após o Plano Real, com aumento do rigor da regulação, estabilização monetária e a internacionalização da economia determinou o incremento da utilização da tecnologia e automação trazendo impactos nos modelos organizacionais adotados, redução no número de funcionários e acréscimos dos custos da administração e do setor terceirizado, no entanto, estas alterações não contribuíram para flexibilização destas organizações, que se mostraram automatizadas e enrijecidas.

As inovações no setor bancário são marcadas por constantes evolução e busca por vantagem competitiva, que tragam mais segurança, eficiência e confiabilidade aos seus clientes (NETO; COSTA, 2020). Diante deste contexto, este estudo traz como questão de pesquisa: qual a relação entre inovação, liderança e práticas ambientais na performance organizacional do setor bancário? Por conseguinte, esta pesquisa tem como objetivo analisar a inovação no setor bancário e suas relações com a liderança destas organizações, as práticas ambientais e como influenciam a performance organizacional destas instituições. Além desta introdução, o artigo apresenta um referencial teórico inerente à inovação, liderança, práticas ambientais e performance organizacional, um subitem de metodologia, bem como os resultados e discussões e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Inovações

Inovação está relacionada com a criação de um novo produto ou com a modificação de um produto já existente sendo um fenômeno grandioso, com diversas arestas, mas que pode ser usado em nível específico a fim de se obter vantagem competitiva (SCHUMPETER, 1934; DRUCKER, 2000; SANTOS et al., 2019). A Indústria Bancária enfrenta grandes forças competitivas diretas e indiretas, fazendo necessário remodelar as estratégias competitivas e estratégias de inovação de tal forma que o dinamismo e a manutenção são características nesse mercado de alta competitividade (RECKZIEGEL et al., 2017; CRUZ, 2020).

A Indústria bancária sempre foi pioneira na utilização da tecnologia e inovação para alavancar e desenvolver seus negócios de forma que volumosos investimentos são realizados a fim de alcançar esses objetivos, sendo as Instituições Bancárias um dos setores que mais investem em tecnologia da informação, assim a inovação é um dos alicerces da sobrevivência e competitividade dessas organizações (MELLO; STAL; QUEIROZ, 2006; KIST; LAZZAROTTI; BENCKE, 2017; MEDEIROS et al, 2020; CRUZ, 2020). A eficácia e a eficiência no processo de inovação estão diretamente ligadas ao desempenho organizacional nesse segmento, sendo o conhecimento um de seus ativos mais importantes de tal maneira que a Instituição financeira que primeiro proceder com a criação de um serviço inovador, desequilibrará o peso da balança (SCHUMPETER, 1934; PIRES; MARCONDES, 2004; FACÓ; CSILLAG 2010).

As inovações Tecnológicas estão impactando de maneira significativa o setor de tal modo que o crescimento da tecnologia absorverá uma grande fatia dos Bancos tradicionais sendo as *fintechs*, startups do setor financeiro, as grandes responsáveis por toda essa mudança pelo fato de aplicarem em sua essência a inovação e a tecnologia em serviços financeiros (MELLO; STAL; QUEIROZ, 2006; PARTYKA; LANA; GAMA, 2020). A grande disponibilidade de serviços digitais levou a indústria bancária para um alto nível de competitividade onde a principal ferramenta é sua capacidade de repensar e reestruturar suas estratégias para competir e inovar, nesse sentido os aplicativos bancários tornaram-se parte indissociável do sistema, gerando significativo impacto na relação cliente – Banco sendo a principal forma de intermediação (SIQUEIRA NETO; COSTA, 2020; CRUZ, 2020).

A interferência externa de mercado tem significativo impacto no processo de inovação do setor bancário inspirando a criação de produtos e serviços financeiros desta forma devem ser consideradas com mais assertividade no desenvolvimento de novos modelos de negócio (ALBERTIN, 1999; FACO; DINIZ; CSILLAG, 2009; FELIPE; LOPES, 2019). O setor financeiro é considerada área relevante para coprodução e cocriação de serviços, tendo em vista o ambiente de interação entre consumidor e Instituições Financeiras favorecendo a criação em conjunto de acordo com a particularidade dos clientes, oferecendo assim uma variedade de produtos com melhor qualidade e preços competitivos sendo percebido pelos usuários como diferencial, gerando retorno aos acionistas (RAMASWAMY, 2004; PRAHALAD; RECKZIEGEL et al., 2017; MORAIS; PANDOLFI; SANAGIOTO, 2020).

2.2 Liderança

Segundo Robbins e Judge (2010), a liderança tem um papel central para compreensão do comportamento do grupo, pois é o líder quem, geralmente, oferece a direção para alcançar os objetivos. Saber o que define um líder eficaz pode ser valioso para a melhoria do desempenho do grupo. Os líderes são apontados na literatura como os agentes facilitadores das mudanças organizacionais e que possibilitam a coordenação de esforços para o alcance de objetivos institucionais. Eles são os grandes maestros que regem as equipes

De acordo com Van de Ven, Angle e Poole (2000), a inovação pode ser identificada ou definida como um processo que envolve a geração, doação, implementação e incorporação de novas ideias, práticas ou artefatos dentro da organização. Ao se identificar a importância do líder no processo, o poder político e de influência do mesmo serão essenciais para implantar

uma cultura de inovação. Como os líderes estão provocando de forma positiva e de forma aberta a equipe, e especialmente como estes líderes estão conectando o tema liderança com a equipe são pontos importantes para que a estratégia cultural, valores, visões sejam executadas e reconhecidas pelo time, claro que um plano de comunicação interna também contribui, porém, até este item é decisão da liderança a implementação.

Segundo Decesaro et al. (2018), toda empresa busca um diferencial competitivo, com isso as organizações focam-se nas necessidades de mercado para satisfazer seus clientes e consumidores, logo, a inovação de produtos e processos se torna cada vez mais fator crítico de sucesso para a conquista de mercado, *market share* e outros.

Para os bancos não é diferente, a cada dia aumenta a competitividade no Brasil e no mundo, pois conforme Cernev, Jayo e Diniz (2009, p. 06), a quinta onda de inovação no setor bancário está situada no “desenvolvimento de correspondentes e uso de celulares como canais bancários”, com isso aumenta a exigência do olhar mais específico e atencioso pelos bancos no que se refere a como lidar com a dinâmica da inovação no setor.

De acordo com Amaral et al. (2013), a grande maioria dos estudos focam diretamente no resultado da inovação para a empresa e não como a mesma se conecta com a lealdade dos clientes. Nesta mesma pesquisa os autores confirmaram através de pesquisa com metodologia quantitativa que a hipótese da inovação influenciar positivamente na lealdade e satisfação do cliente foi aceita. Tal visão faz sentido já que os clientes conectam inovação com eficiência, sustentabilidade e qualidade do serviço, logo, o produto ou a marca pode ganhar em valor agregado.

2.3 Práticas Ambientais

A partir da divulgação e do reconhecimento da importância do desenvolvimento sustentável, principalmente, através do Relatório Brundtland (1987), que traz o conceito de que o desenvolvimento sustentável é aquele no qual as gerações atuais consigam satisfazer suas necessidades sem comprometer que as gerações futuras também satisfaçam as suas. Neste cenário, começa a se verificar uma conscientização sobre diminuição dos recursos naturais uma maior cobrança por parte da sociedade aos segmentos envolvidos com atividades ligadas ao desenvolvimento, como governo, instituições de pesquisa, empresas e instituições bancárias (INFANTE, et al., 2010; SANTOS; TAKAMATSU; LINHARES, 2016).

Neste contexto, em 1992, foi criado o Fórum Mundial de Finanças, dentro da Iniciativa Financeira do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, o UNEP-FI. Este fórum tem como objetivo verificar as consequências dos impactos sociais e ambientais decorrentes das atividades financeiras, disponibiliza informações sobre investimentos ambientais sustentáveis e orienta sobre a gerência dos riscos sociais e ambientais pelo setor bancário, como também a Rio-92 trouxe maior ênfase ao tema com a Agenda 21, que possui o capítulo 33 que trata especificamente sobre os recursos e mecanismos de financiamento para implementação das diretrizes socioambientais (MATTAROZZI; TRUNKL, 2008; TEIXEIRA, 2015).

Em janeiro de 2003, as instituições financeiras são alertadas a reconhecerem a sua importante responsabilidade ambiental e social, como atores na difusão da sustentabilidade através do seu papel de intermediar o capital na sociedade, através da Declaração de Collevocchio, a qual foi endossada por cerca de 200 organizações civis, com objetivo de afirmar a responsabilidade e atuação das organizações financeiras na efetivação de seis compromissos para um banco sustentável: com a sustentabilidade, de não provocar dano, com a responsabilidade, com a transparência, com a prestação de contas e com a sustentabilidade dos mercados e da governança (MANUAL BANKTRACK, 2006; TEIXEIRA, 2015).

Devido a pressão existente dos acionistas, investidores e da sociedade em geral com o objetivo de engajar as instituições financeiras para um real compromisso com o desenvolvimento sustentável, em junho de 2003, foram criados os Princípios do Equador, pela

Corporação Financeira Internacional, através do setor privado do Banco Mundial, estes princípios, possuem o objetivo de identificar e implantar a avaliação de riscos socioambientais ao financiamento de projetos acima de US\$ 10 milhões, sendo que em 2008, cerca de 60 bancos no mundo já haviam aderido a estes princípios, incluindo bancos brasileiros, sendo que atualmente, estes princípios visam embasar o equilíbrio e o impacto socioambiental, a sustentabilidade e a prevenção de acidentes durante a execução dos empreendimentos e diminuindo o risco de inadimplência (MATTAROZZI; TRUNKL, 2008; INFANTE, et al., 2010).

O Brasil formaliza seu entendimento que o desenvolvimento social precisa ser acompanhado da proteção ao meio ambiente através da Lei da Política Nacional do Meio Ambiente de 1981, sendo que a questão socioambiental alcançou maior relevância com a nossa Constituição de 1988, a partir de então, inúmeras novas leis de proteção ambiental são postas em vigor, como também em 1995, foi realizado entre o governo federal e os bancos públicos (BB, BNB, BASA, BNDS e CEF) um acordo para o desenvolvimento sustentável, denominado Protocolo Verde, com o objetivo de estimular o desenvolvimento sustentável através de financiamentos e ações que visem a proteção ao meio ambiente, em 2009, o Protocolo Verde foi ampliado aos bancos privados, através do compromisso firmado entre a FEBRABAN e Ministério do Meio Ambiente (PROTOCOLO VERDE, 1995; MATTAROZZI; TRUNKL, 2008; VASCONCELOS, 2011).

O banco Triodos é um excelente exemplo de um banco sustentável com compromissos éticos, sociais e ambientais, desde a sua fundação, em 1980, na Holanda, tem como parte do seu compromisso sustentável, oferecer produtos e serviços com ênfase na sustentabilidade, disponibilizar produtos inovadores e formar opinião, suas ações são pautadas em consonância com as determinações da Declaração de Colleviechio que são a base de instituições financeiras com responsabilidade socioambiental e foi eleito em 2008 o banco mais sustentável pelo Financial Times (MATTAROZZI; TRUNKL, 2008; INFANTE, et al., 2010).

Atualmente, as instituições financeiras estão bem conscientes da importância da análise socioambiental como estratégia na prevenção dos riscos, sendo esta, a essência do negócio financeiro e o risco ambiental possui impacto crescente sobre os maiores riscos destas instituições que são: o risco legal, operacional, risco de mercado e risco de reputação, sendo este, o risco mais importante, pois a reputação, para este tipo de atividade, que necessita da confiança e credibilidade do cliente, é vital que sua imagem não seja comprometida, devendo evitar o envolvimento com empresas que causam impactos ambientais e sociais negativos (MATTAROZZI; TRUNKL, 2008; VASCONCELOS, 2011).

Segundo Treptow et al. (2020), os bancos públicos possuem inovações tecnológicas implantadas que apresentam impacto positivo para a sustentabilidade, como também, inovações sociais com objetivo de aumentar a qualidade de vida da sociedade e do meio ambiente e inovações organizacionais que possibilitam a colaboração do setor bancário com o desenvolvimento sustentável. De acordo com o Portal Nacional de Finanças Sustentáveis existem várias iniciativas no sentido de colaborar para que as instituições financeiras possam caminhar no sentido de serem mais sustentáveis, como por exemplo: a Iniciativa Brasileira de Finanças Verdes, coordenada pelo CEBDS e pela *Climate Bonds Initiative*, o Laboratório de Inovação Financeira (LAB) e a Força-Tarefa sobre Divulgações Financeiras Relacionadas ao Clima (TCFD).

2.4 Performance Organizacional

Ao se olhar para dentro de empresas como um todo e mais especificamente para os bancos, é notório o crescimento e prioridade para novos produtos, especialmente aplicativos, ferramentas de mineração de dados para tomada de decisões, assim Facó, Diniz e Csillag (2009) alertam para o fato de o processo de desenvolvimento de produtos ser da mais alta prioridade

para o sucesso da empresa. Os autores ainda reforçam que as inovações são importantes e estratégicas para aumento da rentabilidade e ganho de receita, como também para a retenção de clientes.

Para Facó, Diniz e Csillag (2009), a difusão com a inovação revela oportunidades de melhoria e aperfeiçoamento das trajetórias de resultados das empresas. Diante das competições do setor bancário a necessidade de inovação entra ainda mais como prioridade, segundo Monteiro dos Santos et al. (2019), as constantes mudanças nos cenários políticos, econômicos, sociais e ambientais a inovação é considerada como principal processo utilizado para alavancar o crescimento das organizações.

A competição é vista como o fator central para o sucesso ou fracasso das empresas, pois determina a adequação das atividades que podem contribuir com o desempenho, com a geração de inovações, implementações assertivas e até mesmo com a cultura organizacional (PORTER, 1985). Em um ambiente competitivo, a inovação representa peça fundamental para o crescimento, e a organização que não inova corre o risco da estagnação com a tomada do mercado pelos concorrentes (DAVILA; EPSTEIN; SHELTON, 2007).

As firmas e indústrias estão se tornando mais digitais, dependentes das novas tecnologias de comunicação e conectividade, em um contexto caracterizado pelo crescimento acentuado no volume e na complexidade dos dados, em que o desafio colocado é não perder sua habilidade de gerar valor a partir deles (FARIA; SYMPSON, 2013). A atenção necessária é a quantidade de informação e a gestão do risco, como é colocado por Faria, Maçada e Kumar (2016), a abundância de informação nas organizações oferece um grande potencial de riqueza como também traz riscos, que precisam ser mitigados.

Neste contexto, a instituição bancária é reconhecida por ser uma das que mais investem em tecnologia da informação (TI) no Brasil e no mundo, por possuir processos de negócios bem definidos e por ser dinâmica na adoção de novas tecnologias e processos (FARIA; MAÇADA; KUMAR, 2016). Grande parte do aumento de performance estão atreladas à riscos. É identificado na revisão de literatura acima, que inovação traz performance organizacional, por outro lado existe um risco associado, encontrar o ponto ótimo é um desafio para as empresas e executivos.

3 MÉTODO

A metodologia utilizada nesta pesquisa é do tipo quantitativa e descritiva. Segundo Malhotra (2012), a pesquisa quantitativa é aquela que procura mensurar os dados e gerar resultados empíricos passíveis de comprovações matemáticas, além de possibilitar a medição da variabilidade das diversas relações e dos seus resultados. Este estudo também apresenta uma metodologia descritiva (MALHOTRA, 2012), que visa pesquisar as características de uma determinada população, verificando através das variáveis pesquisadas, as suas ideias, posições, atitudes e as relações e variações entre estas. Como também possui, em geral, uma técnica de coleta de dados uniformizada (GIL, 2008).

No que se refere a população, segundo Malhotra (2012), é o somatório formado por todas as pessoas que possuem alguma característica em comum, e a amostra é um subconjunto representativo desta população selecionada para o estudo. Neste cenário, a população englobou 94,4% de pessoas residentes no nordeste brasileiro, que de acordo com as informações do IBGE (2019), somam 57.071.654 habitantes, consoante isso, a amostra é não probabilística, por conveniência (HAIR Jr. et al., 2013), constituída por 160 respondentes.

Na coleta de dados foi utilizado um questionário, que conforme Marconi e Lakatos (2013), é um instrumento composto por uma sequência estruturada de perguntas. Este questionário apresentou 9 questões relacionadas ao perfil do respondente, assim como também 19 questões (variáveis observáveis), formadas por afirmativas divididas em 04 construtos (Figura 1): i) Inovações Bancárias; ii) Liderança; iii) Práticas Ambientais e iv) Performance

Organizacional. As afirmativas possuem um grau de concordância e discordância de uma escala Likert intervalar de cinco pontos, onde variam entre: i) 1 = Discordo totalmente; ii) 2 = Discordo parcialmente; iii) 3 = Nem discordo, nem concordo; iv) 4 = Concordo parcialmente; e, v) 5 = Concordo totalmente (Figura 1).

A representatividade da amostra foi verificada, pois, com as 19 variáveis observáveis foram obtidas 160 respostas, o que corresponde a 8,42 respondentes por variável, demonstrando uma amostra representativa para o estudo, pois para cada variável observável, se faz necessário de 5 a 10 respondentes (HAIR Jr., et al. 2013). A coleta de dados ocorreu entre os dias 15 à 25 de novembro de 2020, por meio de um questionário aplicado pela técnica de Bola de Neve, em que os pesquisadores enviam o questionário eletrônico (*Google Forms*) aos contatos e redes sociais (*e-mail, Facebook e WhatsApp*), assim como estes replicaram uma pesquisa para outras pessoas (SEVERO et al., 2017), pois segundo Lee e Spratling (2019), ocorre uma eficácia da técnica de amostragem de bolas de neve, através do uso de mídia social.

Para análise de dados, utilizou-se a técnica de estatística descritiva (HAIR Jr. et al., 2013), por meio de medidas de tendência central e dispersão. Consoante isso, utilizou-se também a Análise Fatorial Exploratória (AFE), pois de acordo com Malhotra (2012), a análise fatorial procura encontrar fatores em um grupo de variáveis explicativas para um determinado fenômeno, representando uma classe de processos utilizados para a sumarização de dados contida em um grupo de variáveis em um conjunto de fatores (HAIR Jr. et al., 2013).

Neste contexto, para o tratamento e análise dos dados, por meio da AFE, utilizou-se o *software SPSS® Versão 21 para Windows*. Coerentemente, também se utilizou os testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) de adequação das amostras, o Teste de Esfericidade de Bartlett, e o Alfa de Cronbach para verificar a normalidade e consistência interna dos dados.

Figura 1 – Construtos da Pesquisa

| Construto: Inovação Bancária | | |
|-------------------------------------|--|---|
| Sigla | Questões | Autores |
| IN1 | IN1. Percebo que as inovações de serviços digitais no setor bancário aumentaram a rentabilidade da minha Instituição Bancária | Adaptado do estudo de Medeiros et al. (2020). |
| IN2 | IN 2. Acredito que as inovações de serviços digitais no setor bancário impacta na competitividade entre as Instituições Bancárias. | |
| IN3 | As Inovações de serviços digitais no setor bancário reduziram os custos dos serviços prestados na minha Instituição Bancária. | |
| IN4 | Eu prefiro manter relacionamento com Instituições Bancárias que realizam inovações de serviços digitais em seus produtos e processos. | |
| Construto: Liderança | | |
| Sigla | Questões | Autores |
| LD1 | Entendo que a liderança nas instituições bancárias influencia a sua equipe para inovar em novas ferramentas e novos processos. | Adaptado do estudo de Machado (2014). |
| LD2 | Percebo que a liderança nas instituições bancárias influencia os clientes para utilizar ferramentas de inovação como aplicativos, sites. | |
| LD3 | Entendo que a liderança nas instituições bancárias utiliza conceitos de inovação para entregar melhores resultados e rentabilidade. | |
| LD4 | Entendo que a liderança nas instituições bancárias utiliza conceitos de inovação para engajamento da equipe. | |

| | | |
|--|---|---|
| LD5 | Percebo que a liderança nas instituições bancárias utiliza conceito de inovação em prol da sustentabilidade. | |
| Construto: Práticas Ambientais | | |
| Sigla | Questões | Autores |
| PA1 | Eu valorizo as instituições bancárias que promovem as práticas ambientais e contribuem para que os seus clientes desenvolvam o senso de sustentabilidade ambiental. | Adaptado da Tese de Andrade (2020) e do estudo de Severo et al. (2020). |
| PA2 | O fato da instituição bancária realizar práticas ambientais me influencia positivamente para que eu a escolha para estabelecer uma relação de negócios. | |
| PA3 | Acredito que ao escolher me relacionar com uma instituição bancária que realiza práticas ambientais eu também contribuo de forma positiva com o meio ambiente. | |
| PA4 | Eu prefiro manter relacionamento com instituições bancárias que realizam práticas ambientais e que disponibilizam informações e vantagens sobre elas. | |
| PA5 | Estou consciente de que manter relacionamento com instituições bancárias que realizam práticas ambientais é importante para preservação do meio ambiente. | |
| Construto: Performance Organizacional | | |
| Sigla | Questões | Autores |
| PO1 | As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias melhoram a qualidade dos serviços. | Adaptado do estudo de Severo, et al. (2015) e Serafin, Severo e Guimarães (2017). |
| PO2 | As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias agilizam os serviços oferecidos. | |
| PO3 | As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias trazem mais segurança ao cliente. | |
| PO4 | As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias geram maior produtividade. | |
| PO5 | As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias contribuem para melhorar seu desempenho. | |

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores (2020).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Resultados do perfil dos respondentes

O perfil dos cento e sessenta (160) respondentes foi classificado, com relação a sua idade, levando em consideração as pesquisas de Strauss e Howe (1991) e Severo et al. (2018) acerca do ano do nascimento dos pesquisados, separando os nascidos antes de 1965 como *Baby boomers*, geração X nascida entre 1965 e 1981 e geração Y nascidos depois de 1981, sendo que a amostra estudada possui mais da metade, 58,8 % dos respondentes da geração Y (Tabela 1.)

Tabela 1 – Perfil dos respondentes

| Níveis | Quantidade | % Total | % Acumulado |
|-------------------|------------|---------|-------------|
| Antes de 1965 | 17 | 10,6% | 10,6% |
| Após 1981 | 94 | 58,8% | 69,4% |
| Entre 1965 a 1981 | 49 | 30,6% | 100% |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A amostra pesquisada apresentou 58,1% dos respondentes do sexo feminino e 41,9% do sexo masculino. Entre os pesquisados, 148 estão inseridos no mercado de trabalho nas funções de analista, técnico, auxiliar, empresário, gestor e outros cargos, somando 92,5% e os que estão

fora do mercado totalizaram apenas 7,5%. Nos resultados referentes à escolaridade (em andamento ou concluída) dos respondentes, constatou-se que com o ensino fundamental e médio são 6,3%, com graduação são 41,9%, especialização/MBA são 38,1% e com mestrado ou doutorado somam 13,8%.

Os resultados sobre a renda familiar dos pesquisados exibiu o maior percentual, 35%, para os respondentes que possuem a renda familiar entre 4 a 10 salários mínimos, em seguida, o valor de 30,6%, para aqueles com a renda entre 10 a 20 salários, o percentual de 15,6% para os pesquisados com renda entre 2 a 4 salários, o percentual de 13,1% para os que estão com a renda acima de 20 salários e 5,6% para aqueles com renda até 02 salários mínimos.

Acerca dos relacionamentos dos respondentes com instituições bancárias, os resultados mostraram que 37,5% dos respondentes são clientes de instituição bancária privada, 31,9% são clientes de instituições públicas e privadas, 27,5% são clientes de instituições públicas, 2,5% possuem relacionamento com instituições públicas, privadas e com cooperativas e apenas 0,6% são clientes de instituições privadas e de cooperativas.

Entre as instituições bancárias públicas, aquelas que os respondentes relataram maiores percentuais de relacionamento foram, em primeiro lugar, o Banco do Brasil com 11,9% e em segundo, a Caixa Econômica Federal com 5,0%. Em relação as instituições bancárias privadas, os maiores percentuais encontrados na amostra foram o Banco Itaú, com 4,4% e os Bancos Bradesco e Santander, ambos com 3,8%.

4.2 Estatística descritiva

A Tabela 2 exibe a média e o desvio padrão dos construtos Inovações Bancárias(IN), Liderança(LI), Práticas Ambientais (PA) e Performance Organizacional (PO), sendo que a maior média obtida foi a do construto PO com 4,45, seguido pelas médias dos construtos PA com 4,34, IN com 4,10 e LI com 4,07. O maior desvio padrão foi o do construto PA com 0,862, seguido pelos construtos LI de 0,776, construto IN de 0,719 e o menor desvio padrão foi do construto PO de 0,687, sendo portanto o construto PO o que possui respostas consistentes e estáveis, pois possui a menor variância em relação à média do construto.

Tabela 2 – Média e desvio padrão dos construtos

| Construto | Estatísticas Descritivas | |
|----------------------------|--------------------------|---------------|
| | Média | Desvio Padrão |
| Inovações Bancárias | 4,10 | 0,719 |
| Liderança | 4,07 | 0,776 |
| Práticas Ambientais | 4,34 | 0,862 |
| Performance Organizacional | 4,45 | 0,687 |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

4.3 Análise fatorial exploratória

A realização da AFE com a rotação Varimax, agrupou as variáveis observáveis nos quatro construtos IN, LI, PA e PO, bem como foram realizadas as estatísticas Alfa de Cronbach, KMO e a carga fatorial. O teste de Alfa de Cronbach mensura a confiabilidade da amostra e o recomendável é, segundo Hair Jr. et al., (2010), que seja maior que 0,7, para o conjunto da amostra o resultado foi de 0,905, o que demonstra que a amostra é confiável.

O teste KMO estima a adequação da amostra, segundo Pestana e Gageiro (2005), os resultados adequados devem ser superiores a 0,5, sendo encontrado no conjunto dos dados o valor 0,855 demonstrando a adequação da amostra. Foi realizado o teste de Esfericidade de Bartlett, que verifica a hipótese de que a matriz de correlação seja semelhante a uma matriz de identidade. Segundo Pestana e Gageiro (2005) os resultados devem ser $p < 0,05$ e na amostra deste estudo, para o conjunto dos dados, o resultado foi $p < 0,001$ apresentando adequação da amostra.

No construto de Inovação Bancária (IN) (Tabela 3), foi encontrada a maior carga fatorial, com valor de 0,465, para a questão IN1 “Percebo que as inovações de serviços digitais no setor bancário aumentaram a rentabilidade da minha Instituição Bancária”. Esta informação confirma com as afirmações de que a inovação está diretamente ligada ao desempenho organizacional no segmento, de tal maneira que a Instituição que proceder primeiro com a inovação, apresentará melhores resultados (SCHUMPETER, 1934; PIRES, MARCONDES 2004; FACÓ, CSILLAG 2010).

Tabela 3 – AFE para Inovação Bancária (IN)

| Variáveis Observáveis | Carga Fatorial | Média | Desvio Padrão |
|---------------------------------------|----------------|-------|---------------|
| Inovação Bancária (IN) | | | |
| IN1 | 0,465 | 3,89 | 1,10 |
| IN2 | 0,453 | 4,53 | 0,839 |
| IN3 | 0,313 | 3,54 | 1,42 |
| IN4 | 0,406 | 4,44 | 0,943 |
| Alfa de Cronbach: 0,553 KMO: 0,639 | | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Para o construto de Práticas Ambientais (PA), conforme a Tabela 4, a matriz rotacionada pelo algoritmo Varimax encontrou a maior carga fatorial, com valor de 0,810, para a questão PA2 “O fato da instituição bancária realizar práticas ambientais me influencia positivamente para que eu a escolha para estabelecer uma relação de negócios”. Esta informação corrobora com os pressupostos teóricos de Infante, et al. (2010) e Santos, Takamatsu e Linhares (2016) que relata a conscientização da sociedade para a importância que as instituições, empresas e governo desenvolvam ações sustentáveis e de proteção ao meio ambiente.

Tabela 4 – AFE para Práticas Ambientais (PA)

| Variáveis Observáveis | Carga Fatorial | Média | Desvio Padrão |
|---------------------------------------|----------------|-------|---------------|
| Práticas Ambientais (PA) | | | |
| PA1 | 0,673 | 4,56 | 0,837 |
| PA2 | 0,810 | 4,09 | 1,11 |
| PA3 | 0,809 | 4,39 | 0,958 |
| PA4 | 0,784 | 4,22 | 1,07 |
| PA5 | 0,733 | 4,44 | 0,969 |
| Alfa de Cronbach: 0,916 KMO: 0,807 | | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

No construto de Liderança (LD) encontrou-se a maior carga fatorial (Tabela 5), com valor de 0,827, para a questão LD3 “Entendo que a liderança nas instituições bancárias utiliza conceitos de inovação para entregar melhores resultados e rentabilidade”. Este achado corrobora com os pressupostos teóricos de Robbins e Judge (2010), os quais relatam a importância da liderança como papel central para a compreensão do comportamento do grupo, pois o líder é direcionador chave para alcance dos objetivos.

Tabela 5 – AFE para Liderança (LD)

| Variáveis Observáveis | Carga Fatorial | Média | Desvio Padrão |
|-----------------------|----------------|-------|---------------|
| Liderança | | | |

| | | | |
|---------------------------------------|--------------|------|-------|
| LD1 | 0,505 | 4,15 | 1,06 |
| LD2 | 0,635 | 4,34 | 0,832 |
| LD3 | 0,827 | 4,22 | 0,956 |
| LD4 | 0,682 | 4,02 | 0,994 |
| LD5 | 0,517 | 3,61 | 1,15 |
| Alfa de Cronbach: 0,832 KMO: 0,799 | | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Para o construto da Performance Organizacional (PO), foi encontrada a maior carga fatorial (Tabela 6), com valor de 0,885, para a questão PO4 “As inovações de serviços digitais nas instituições bancárias geram maior produtividade”. Neste contexto, esta informação confirma que a Performance Organizacional está diretamente ligada ao desempenho organizacional no segmento. Logo, está bem alinhada com a teoria proposta por Facó, Diniz e Csillag (2009) colocam que as inovações são importantes e estratégicas para aumento da rentabilidade e ganho de receita, como também para a retenção de clientes. Continuando ainda com os mesmos Facó, Diniz e Csillag (2009) colocam ainda que a difusão com a inovação revela oportunidades de melhoria e aperfeiçoa as trajetórias de resultados das empresas.

Tabela 5 – AFE para Performance Organizacional (PO)

| Variáveis Observáveis | Carga Fatorial | Média | Desvio Padrão |
|--|----------------|-------|---------------|
| Performance Organizacional (PO) | | | |
| PO1 | 0,730 | 4,54 | 0,784 |
| PO2 | 0,751 | 4,61 | 0,744 |
| PO3 | 0,590 | 4,14 | 0,955 |
| PO4 | 0,885 | 4,46 | 0,831 |
| PO5 | 0,797 | 4,52 | 0,809 |
| Alfa de Cronbach: 0,887 KMO: 0,812 | | | |

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa analisou as inovações nas instituições financeira e as suas relações com a liderança, as práticas sustentáveis desenvolvidas e a performance destas organizações, considerando a percepção de 160 respondentes, dos quais 94,5% são da região Nordeste do Brasil.

Por meio da AFE, este estudo encontrou resultados nos quais pode-se inferir que as inovações no setor bancário estão positivamente relacionadas com sua maior rentabilidade, corroborando com os conceitos de (SCHUMPETER, 1934; MARCONDES 2004; FACÓ, CSILLAG, 2010). Infere-se também que quando a instituição financeira realiza práticas ambientais ocorre uma influência positiva na visão dos clientes acerca da instituição, o que corrobora com estudos de Infante et al. (2010), como também, aponta-se que as inovações e a liderança no setor bancário propiciam aumento de produtividade e rentabilidade, conforme os estudos de Facó, Diniz e Csillag (2009).

As contribuições gerenciais dizem respeito a difusão do conhecimento aos gestores, sobre a preferencia que os clientes das instituições bancárias estão dando aquelas instituições que apresentam inovações que trazem mais produtividade, agilidade e rentabilidade aos seus serviços, como também valorizam as instituições que realizam práticas sustentáveis em benefício do meio ambiente e da sociedade.

As contribuições acadêmicas estão relacionadas ao desenvolvimento da escala para mensurar os construtos da pesquisa, baseados nos conceitos de inovações digitais no setor bancário, liderança, práticas sustentáveis e a performance nas instituições financeiras. Outra contribuição acadêmica está na apresentação de um *Framework* de análise, o qual foi validado estatisticamente. Além do que, o *Framework* proposto na pesquisa pode ser replicado em diferentes instituições de contextos regionais, nacionais e internacionais. A contribuição para o avanço da ciência está atrelado aos achados da pesquisa, que retratam que as instituições bancárias devem constantemente inovar para atender a necessidade dos clientes, manter a sua competitividade e performance organizacional, preconizar as práticas ambientais, as quais são fundamentais para a qualidade de vida das gerações futuras, bem como as turbulências globais, tais como a surgimento da Pandemia do Covid 19, assim como as novas configurações mundiais atreladas as questões legais, políticas e sociológicas.

Uma das limitações deste estudo refere-se aos respondentes serem, na sua quase totalidade, apenas da região nordeste do Brasil, e desta forma as conclusões não podem ser generalizadas. Sugere-se que outros estudos possam ser realizados com indivíduos de outras regiões do Brasil e com um maior número de respondentes. Tomando como base este estudo sugere-se algumas questões de pesquisa: Que fatores podem influenciar as decisões de realizar inovações nas organizações financeiras? Como as estratégias para as inovações podem ser desenvolvidas pela liderança das instituições financeiras? Como as práticas sustentáveis desenvolvidas pelas organizações influenciam a fidelidade dos seus clientes?

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. Comércio eletrônico: um estudo no setor bancário. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 3, n. 1, p. 47-70, 1999.

AMARAL, N. W.; de OLIVEIRA MOTA, M.; de FREITAS, A. A. F.; JUNIOR, S. B. A Percepção da inovação no contexto de serviços e sua influência na satisfação e lealdade do cliente. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 12, n. 1, p. 26-50, 2013.

ANDRADE, T. B. F. **As relações entre as competências organizacionais, o triple bottom line e a vantagem competitiva**. UNIVERSIDADE POTIGUAR, 2020, 115 f. Tese (Programa de Pós-graduação em Administração- Doutorado em Administração) - UNIVERSIDADE POTIGUAR, Natal, 2020.

BANKTRACK. Disponível em: <www.banktrack.org>. Acesso em: 01 nov. 2020.

CRUZ, C. J. X. **As relações entre as estratégias competitivas e estratégias de inovação na indústria bancária**. FGV, 2020, 193 f. Dissertação (Mestrado em Gestão para a Competitividade) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, FGV, 2020.

DECESARO, L.; SEVERO, E. A.; DE GUIMARÃES, J. C. F.; GIRARDI, G. A influência da geração x e y na inovação de produto e processo na indústria metalmeccânica do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 5, n. 2, p. 30-58, 2018.

EPSTEIN, Marc J.; DAVILA, Tony; SHELTON, ROBERT D. **As regras da inovação**. Bookman, 2007.

FACÓ, J. F. B; DINIZ, E. H.; CSILLAG, J. M. O processo de difusão de inovações em produtos bancários. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 25, p. 177-208, 2009.

FACÓ, J. F. B.; CSILLAG, J. M. Processo de inovação em bancos: análise do desenvolvimento de novos produtos. **Revista de Administração da Unimep**, v. 8, n. 3, p. 1-26, 2010.

FACÓ, J.; DINIZ, E.; CSILLAG, J. M. O processo de difusão de inovações em produtos bancários. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 25, p. 177-208, 2009.

FARIA, F. de A.; MAÇADA, A. C. G.; KUMAR, K. Modelo estructural de gobernanza de la información para bancos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 1, p. 79-95, 2017.

FARIA, F. A.; SYMPSON, G. **Bridging the gap between business and IT: An information governance perspective in the banking industry**. N. Bhansali, *Data governance: Creating value from information assets*, p. 217-241, 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR Jr., J. F.; BLACK, W. C.; BARDIN, B. J.; ANDERSON, R. E. **Multivariate data analysis**. 7 ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010

HAIR Jr. J.; WOLFINBARGER, M.; ORTINAU, D. J.; BUSH, R. P. **Fundamentos de pesquisa de Marketing**. São Paulo: Bookman, 2013.

INFANTE, C. E.; CANTANHEDE, I. L.; MENDONÇA, F. M.; Valle, R. A Inovação da Sustentabilidade nos Bancos Brasileiros e Internacionais. **INGEPRO-Inovação, Gestão e Produção**, v. 2, n. 11, p. 038-047, 2010.

JAYO, M.; DINIZ, E. H. Correspondentes bancários como canal de distribuição de serviços financeiros: o papel dos gestores de rede. AMCIS 2009. **Proceedings**, p. 3, 2009.

LEGOWO, M. B.; SUBANIDJA, S.; SORONGAN, F. A. A conceptual framework of technological innovation for the financial and banking industry in Indonesia. **International Journal of Information, Business and Management**, v. 12, n. 4, p. 100-114, 2020.

LEUTA, S. P.; PRETORIUS, M.W. Uma análise do uso de atividades de gestão de tecnologia para otimização de tecnologia: um caso no setor bancário. **Jornal Sul-Africano de Engenharia Industrial**, v. 30, n. 4, p. 30-43, 2019.

KIST, D.; LAZZAROTTI, F.; BENCKE, F. F. Gestão da inovação: o caso de uma instituição financeira brasileira. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 14, n. 2, p. 69-88, 2017.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. São Paulo: Bookman, 2012

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATTAROZZI, V.; TRUNKL, C. **Sustentabilidade no setor financeiro – Gerando valor e novos negócios**. SENAC. 2008.

MATTAROZZI, V.; TRUNKL, C. **Sustentabilidade dos negócios no setor financeiro: um caso prático**. Annablume Editora, 2008.

MEDEIROS, A. M.; SEVERO, E. A.; GUIMARAES, J. C. F.; NODARI, C. H. Inovações de serviços digitais bancários, satisfação de clientes e vantagem competitiva. In: FÓRUM INTERNACIONAL ECOINNOVAR, 9, 2020, Santa Maria. **Anais...**

MORAIS, F. R.; PANDOLFI, E. S.; SANAGIOTO, L. T. A Cocriação e a coprodução geram valor e satisfação ao cliente? análise da percepção de clientes de instituições financeiras. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 19, n. 1, p. 126-149, 2020.

NETO, A. S. de S.; COSTA, D. de M. Aplicativos bancários: proposta de um modelo estrutural de influência de atributos. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 19, n. 1, p. 46-63, 2020.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. 4 ed. Lisboa: Sílabo, 2005.

PEZZI, G. S. **A percepção dos líderes sobre a potencialidade de gerar o intraempreendedorismo em bancos públicos do RS**. UNISINOS, 2020, 103 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Gestão e Negócios) - UNISINOS, Porto Alegre, 2020.

PORTAL NACIONAL DE FINANÇAS SUSTENTÁVEIS. Disponível em: <wwf-pnfs.terras.agr.br >. Acesso em: 03 nov. 2020.

PRINCIPIOS DO EQUADOR. Disponível em: <www.equator-principles.com>. Acesso em: 01 nov. 2020.

PARTYKA, R. B; LANA, J.; GAMA, M. A. B. Um olho no peixe e outro no gato: como as *fintechs* disputam espaço com os bancos em época de juros baixos. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 21, n. 1, p. 147-180, 2020.

PIRES, M. G.; MARCONDES, R. C. Conhecimento, inovação e competência em organizações financeiras: uma análise sob o ponto de vista de gestores de bancos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, p. 61-78, 2004.

PORTER, M. E. Advantage, competitive. creating and sustaining superior performance. **Competitive advantage**, v. 167, p. 167-206, 1985.

PROTOCOLO VERDE. **Protocolo de intenções pela responsabilidade socioambiental**. Portal do Meio Ambiente. Rede Brasileira de Informação Ambiental. 1995.

RECKZIEGEL, V.; MACHADO, D. G.; SOUZA, M. A.; PIVA, R. S. O Uso de inovações no atendimento como estratégia de competitividade em instituições financeiras: o Caso da Caixa Econômica Federal. **Reunir: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 7, n. 1, p. 1-17, 2017.

ROBBINS, S.; JUDGE, T.; SOBRAL, F. **Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro**. Pearson Prentice Hall, 2010.

SANTOS, B. M. M. D.; FERREIRA, E. P.; SILVA, E. D. P.; AGUIAR FILHO, A. S. Mensuração da gestão da inovação em um banco brasileiro sob a ótica das cinco dimensões da inovação. **Revista Gestão & Planejamento**, v. 20, n. 1, p. 149-168, 2019.

SANTOS, E. S. G.; TAKAMATSU, R. T.; LINHARES, T. B. A Contribuição socioambiental das instituições financeiras. **Revista Metropolitana de Governança Corporativa**, v. 1, n. 2, p. 43-68, 2016.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. 1. ed. Harvard University Press, Cambridge, 1934.

SERAFIN, V.; SEVERO, E. A.; DE GUIMARÃES, J. C. F. As relações entre inovação de processo e vantagem competitiva nas organizações. In: XVII MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO, 17, Caxias do Sul, 2017. **Anais...**

SEVERO, E. A.; BARBOSA, Á. S. F.; MOTA, S. M.; DE BRITO, O. M. A Influência do Marketing Verde no Consumo Sustentável: uma *survey* no Rio Grande do Norte. **Desenvolvimento em Questão**, v. 18, n. 51, p. 268-280, 2020.

SEVERO, E. A.; DE GUIMARÃES, J. C. F.; DORION, E. C. H.; NODARI, C. H. Cleaner production, environmental sustainability and organizational performance: an empirical study in the Brazilian Metal-Mechanic industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 96, p. 118-125, 2015.

SEVERO, E. A.; GUIMARAES, J. C. F.; BRITO, L. M. P.; DELLARME LIN, M. L. Environmental sustainability and sustainable consumption: the perception of baby boomers, generation x and y in brazil. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 11, p. 92-110, 2017.

SPRATLING, R. Recrutamento de mães de crianças com deficiências no desenvolvimento: adaptações da técnica de amostragem de bolas de neve usando mídias sociais. **Journal of Pediatric Assistência Médica**, v. 33, n. 1, p. 107-110, 2019.

TEIXEIRA, F. L. C.; CAVALCANTE, L. R. M. T. Relações entre tecnologia, padrões organizacionais e produtividade no setor bancário no Brasil. **Revista de Administração-RAUSP**, v. 40, n. 3, p. 213-224, 2005.

TEIXEIRA, J. C. Indicadores de desempenho ambiental dos bancos em Cabo Verde. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 12, n. 2, p. 116-129, 2015.

TREPTOW, I. C.; DRAGO, H. F.; KNEIPP, J. M.; DE MOURA, G. L. Modelo de negócios sustentável no setor de serviços bancários: um estudo em bancos públicos. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 10, n. 2, p. 32-57, 2020.

VAN DE VEN, A. H.; ANGLE, H. L.; POOLE, M. S. (Ed.). **Research on the management of innovation: The Minnesota studies**. Oxford University Press on Demand, 2000.

VASCONCELOS, M. S. O papel das instituições financeiras na transição para uma economia verde. **Ambiental**, n. 8, p. 191-196, 2011.

ZAIONTS, A. Banking innovation in roviding of the banks' competitiveness. **Accounting and Finance**, n.1, p. 100-106, 2020.