
ANÁLISE DA NARRATIVA DE COMPLIANCE COMO ELEMENTO LEGITIMADOR NO RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS MOÇAMBICANAS

Elcídio Henriques Quiraque ¹
Marco Aurélio Gomes Barbosa ²
Daiane Pias Machado³
Leticia Medeiros da Silva⁴

▪ Artigo recebido em: 14/12/2022 ▪▪ Artigo aceito em: 31/12/2023

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada com o objetivo de analisar a utilização da narrativa de compliance como elemento de legitimação moral no relatório da administração das instituições bancárias Moçambicanas. Para o alcance do objetivo proposto recorreu-se à abordagem qualitativa por meio da análise de relatórios administrativos de onze instituições bancárias de Moçambique do ano de 2019. As categorias de análise foram criadas mediante uma relação entre as formas de legitimidade moral de Suchman (1995) e os pilares de compliance descritos por Assi (2018). Os achados da pesquisa demonstraram que as instituições bancárias de Moçambique se valem da narrativa de compliance para ganhar, manter e

¹ Mestre em Contabilidade pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Doutorando em Contabilidade na Universidade Federal do Paraná (UFPR), Endereço: Avenida Prefeito Lothario Meissner, 632 - 1º andar - sala 120, Jardim Botânico - Curitiba, Email: elcidioguiraque@gmail.com, Telefone: (53) 991943084, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0881-8371>

² Doutor em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Endereço: Av. Itália, km 8, bairro Carreiros, Rio Grande, RS, Brasil. CEP: 96203-900, Email: marcobarbosa@furg.br, Telefone: (53)99684128, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5574-4168>

³ Doutora em Contabilidade na Universidade Federal do Paraná (UFPR), Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Endereço: Av. Itália, km 8, bairro Carreiros, Rio Grande, RS, Brasil. CEP: 96203-900, Email: daiianepiasmachado@yahoo.com.br, Telefone: (53) 84044402, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8605-9892>

⁴ Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Endereço: Av. Paulo Gama, 110 - Bairro Farroupilha - Porto Alegre - Rio Grande do Sul, CEP: 90040-060, Email: leticia.medeiros@ufrgs.br, Telefone: (51) 92078943 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1630-8678>

Editor responsável pela aprovação do artigo: Dr. Samuel de Oliveira Durso
Editor responsável pela edição final do artigo: Dr. Ewerton Alex Avelar

recuperar a legitimidade moral. As estratégias de análise de riscos, treinamento e comunicação e suporte da alta administração foram as mais utilizadas para a legitimidade organizacional das instituições bancárias de Moçambique, ao passo que as estratégias de auditoria e monitoramento e investigações internas foram as menos evidenciadas. Assim, concluiu-se que os gestores das instituições bancárias reforçam a imagem positiva da organização para seus interlocutores utilizando, em maior proporção, estratégias de manutenção e ganho de legitimidade moral.

Palavras-Chave: Narrativa de Compliance, Legitimidade Moral, Instituições Bancárias, Moçambique.

ANALYSIS OF THE NARRATIVE OF COMPLIANCE AS A LEGITIMATING ELEMENT IN THE MANAGEMENT REPORT OF MOZAMBICAN BANKING INSTITUTIONS

ABSTRACT

This research was carried out with the aim of analyzing the use of the compliance narrative as an element of moral legitimacy in the management report of Mozambican banking institutions. To achieve the proposed objective, a qualitative approach was used through the analysis of administrative reports of eleven banking institutions in Mozambique for the 2019 year. The categories of analysis were created through a relationship between Suchman's forms of moral legitimacy (1995) and the compliance pillars described by Assi (2018). The research findings demonstrate that Mozambique's banking institutions use the compliance narrative to gain, maintain and regain moral legitimacy. Strategies for risk analysis, training and communication and support from senior management were the strategies considered essential for the organizational legitimacy of Mozambique's banking institutions, and audit and monitoring strategies and internal investigations were the least evident. Thus, it was concluded that the managers of banking institutions reinforce the organization's positive image for their interlocutors using strategies of maintenance and gain of moral legitimacy.

Keywords: Compliance Narrative, Moral Legitimacy, Banking Institutions, Mozambique

1 INTRODUÇÃO

A crise financeira de 2008 revelou as consequências da falta de transparência nos mercados financeiros e fracos mecanismos de governança corporativa das organizações bancárias (Helleiner, 2011). Assim, para controlar as atividades do setor financeiro, promover transparência e melhorar a qualidade da relação entre as instituições financeiras, seus clientes e investidores, vários países formularam novas leis e regulamentações (Assi, 2018). No território Moçambicano, o Banco Central (BM), no âmbito da supervisão bancária, também introduziu novos documentos normativos, com destaque para o Aviso

nº2/GBM/2018 de 16 de abril, que aprovou o código de conduta das instituições de crédito e sociedades financeiras. Este código visa promover transparência, integridade e confiança das atividades bancárias, através da divulgação de informações úteis e relevantes aos stakeholders (Banco Central de Moçambique, 2018).

Para responder às exigências submetidas pelos órgãos de regulamentação financeira e explicar a influência que os sistemas externos e internos produzem nas instituições, o compliance transcendeu a ideia de apenas estar em conformidade às leis, regulamentações e auto-regulamentações. O compliance passou a ser compreendido como um conjunto de regras, padrões, procedimentos éticos e legais que, uma vez definidos e implantados, serão a linha mestra que orientará o comportamento da instituição, bem como as atitudes de seus funcionários. Com esta nova abordagem, o compliance ganhou mais relevância como mecanismo de prevenção e resposta às práticas indevidas que possam implicar no descumprimento de normas e de padrões de ética e conduta, ajudando a proteger a reputação e gerar valor para a organização (Candeloro, Rizzo & Pinho, 2015).

Conforme Candeloro, Rizzo e Pinho (2012), as instituições financeiras podem utilizar o compliance para garantir legitimidade no ambiente em que operam, bastando para tal demonstrarem, através de relatórios administrativos, a existência e observância de princípios éticos e normas de conduta. Por meio da divulgação dos relatórios financeiros e administrativos, as organizações atingirão o objetivo de informar o seu desempenho aos stakeholders e evidenciar uma imagem socialmente responsável (Kraemer & Tinoco, 2004). Entretanto, para que a organização não sofra rejeições, ataques e provocações no mercado, é importante que as informações divulgadas para os usuários externos estejam em conformidade com as suas regras e normas internas, e com as socialmente aceitas (Oliver, 1991).

Neste contexto, a teoria da legitimidade descreve os fundamentos de como e por quais motivos os gestores utilizam relatos para o ambiente externo na perspectiva de beneficiarem a organização (Eugênio, 2010). As políticas utilizadas pelas organizações na divulgação de informações administrativas e financeiras, representam um meio de comunicação importante, na qual os gestores podem influenciar percepções externas sobre o desempenho da empresa (Deegan, 2002). A divulgação destes relatórios pode alterar a percepção da sociedade sobre a organização e fazer com que ganhe, mantenha ou recupere sua legitimidade social, de forma pragmática, moral ou cognitiva. A forma de legitimidade que mais se enquadra nesta pesquisa é a legitimidade moral, uma vez que, é a única forma que não se baseia em julgamentos da sociedade sobre os benefícios de uma determinada atividade, mas em julgamentos sobre se as ações organizacionais estão de acordo com as normas socialmente aceitas (Suchman, 1995).

Estudos pregressos, que abordaram as estratégias de legitimação (e.g. Guthrie & Parker, 1989, Patten, 1992, Fank & Beuren, 2010, Beuren et al., 2013, Machado & Ott, 2015, Farias, et al., 2017; Kurupu et al., 2019), focaram na análise da evidenciação ambiental no relatório de sustentabilidade como um instrumento de gestão da legitimidade. Entretanto, conforme apontado por Assi

(2018), as instituições que colocam o compliance no centro das suas atividades têm maior possibilidade de se legitimarem perante a sociedade, uma vez que os stakeholders e os demais interessados nas atividades organizacionais têm recorrido ao relatório de gestão para analisar o desempenho da empresa, identificar a legalidade das informações publicadas e verificar se as organizações estão buscando a evidenciação da sua legitimidade moral de suas ações (Suchman, 1995), principalmente em empresas localizadas em países cuja confiabilidade do setor público é reduzida (Clayton, 2013), como Moçambique.

Segundo a Transparência Internacional (2018), uma organização civil que mede o índice de percepção da corrupção no setor público mundial, Moçambique faz parte da lista dos países com baixa confiabilidade do setor público, sendo o 25º país mais corrupto do mundo. Nestes países, com altos níveis de corrupção, a taxa de investimentos tem sido baixa, dado que investidores internacionais preferem alocar seus recursos em empresas sediadas em regiões com baixo nível de corrupção e com qualidade na preservação ética no desenvolvimento do negócio, distanciando-se de empresas localizadas em territórios com má reputação ética, pois o descumprimento das normas encarece, burocratiza, reduz a velocidade dos negócios e conduz à tomada de decisões ineficientes (Lomboy, 2018).

A partir do exposto, visando melhorar a credibilidade do sistema financeiro Moçambicano, o Banco Central através do aviso nº 04/GBM/2007, orientou as instituições bancárias a elaborarem e divulgarem relatórios de gestão, que além de informar aos usuários externos sobre a movimentação dos principais fatores financeiro e administrativos, deve contemplar aspectos sobre a atuação da instituição em conformidade com as normas do sistema. Destarte, percebe-se que o compliance pode ser entendido como um dos mecanismos de legitimidade organizacional e a análise da narrativa utilizada pelos gestores nos relatórios administrativos de um país com baixa credibilidade pode evidenciar novas descobertas e fornece novos insights para esta temática. Nesse âmbito, esta pesquisa busca responder a seguinte questão: De que maneira a narrativa de compliance é utilizada como elemento de legitimação moral no relatório da administração das instituições bancárias Moçambicanas?

A escolha do tema se justifica ao apresentar uma nova abordagem sobre a legitimação organizacional, uma vez que descreve o compliance como um elemento fundamental e utilizado pelas instituições financeiras para ganhar, manter ou recuperar a legitimidade moral, contribuindo para as discussões de Deegan (2002), Deegan, Rankin e Tobin (2002), O'Donovan (2002), Campbell, Cravel e Shrives (2003), Machado e Ott (2015) que observaram a legitimação por meio da evidenciação ambiental. Optou-se pela legitimidade moral, de Suchman (1995), por ser um modelo proposto para verificar a forma pela qual as organizações legitimam as informações partilhadas com a sociedade e também por ser um modelo que apresenta os elementos fundamentais para compreender as estratégias a serem adotadas pelas organizações com vista ao cumprimento da legislação regulatória.

A realização de um estudo sobre compliance e legitimação nas instituições financeiras de Moçambique é justificada por diversos motivos. Um deles é o fato de que o setor financeiro do país tem se expandido rapidamente nos últimos anos,

com a entrada de novas instituições financeiras no mercado e o aumento do uso de tecnologias financeiras. Esse crescimento traz consigo desafios relacionados à regulamentação, prevenção da lavagem de dinheiro, combate ao financiamento do terrorismo e proteção dos direitos dos consumidores. Além disso, Moçambique é um país que tem enfrentado desafios relacionados à corrupção e à falta de transparência em diversas áreas, incluindo o setor financeiro. O país também tem sido alvo de escândalos envolvendo dívidas ocultas e apropriação indevida de recursos públicos (Ferreira, 2021), o que aumenta a importância da adoção de práticas de compliance e legitimação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Teoria da Legitimidade

O termo “legitimidade” surgiu na literatura a partir da obra de Marx Webber intitulada “Economia e Sociedade”, que estabeleceu o critério utilizado para verificar a adequação de uma norma específica no sistema jurídico ao qual se alega pertencer. A principal ideia da legitimação de Marx Weber foi identificar as circunstâncias em que um governo poderia se considerar legítimo, concluindo que a legitimidade de um governo é obtida se a população se submeter às suas normas, mesmo que alguns cidadãos, individualmente, rejeitem aspectos específicos destas normas (Claasen & Roloff, 2012). No contexto organizacional, a legitimidade é utilizada em pesquisas relacionadas a contabilidade social e ambiental e seu maior desenvolvimento se deu em meados da década de 90, através dos estudos de Scott (1991), Aldrich e Fiol (1994), e Suchman (1995). Suchman (1995, p.574) conceituou a legitimidade como “uma percepção ou suposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis ou apropriadas em algum sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições, representando a forma como os observadores veem a organização”.

Segundo Suchman (1995), a teoria da legitimidade pode ser fundamentada em três categorias: legitimidade pragmática, cognitiva e moral. Cada categoria possui uma dinâmica comportamental diferente. A legitimidade pragmática se baseia na interdependência política, econômica ou social, nas quais a ação organizacional afeta visivelmente o bem-estar público. A organização se alcança legitimidade, de forma pragmática, quando responde às percepções do seu público de forma imediata, através da demonstração prática de sua conduta. Nesta forma de legitimidade, a organização conta com o apoio da sociedade, não porque ela acredita que as ações organizacionais tragam benefícios diretos, e sim pela percepção de que a organização está sensível aos seus maiores interesses (Suchman, 1995).

A legitimidade cognitiva, decorre principalmente da disponibilidade de modelos culturais que forneçam explicações plausíveis para a organização. Nesta forma, a organização é legítima se obtiver um apoio afirmativo com base em conceitos culturais de que as suas ações são necessárias e inevitáveis (Suchman, 1995). Por último, tem-se a legitimidade moral que difere das outras formas por não se basear em julgamentos da sociedade sobre os benefícios de uma determinada atividade, mas em julgamentos sobre se as ações

organizacionais estão de acordo com as normas socialmente aceitas. Esses julgamentos refletem crenças sobre se a atividade promove efetivamente o bem-estar social, conforme definido pelo sistema de valores socialmente aceitos (Suchman, 1995). O autor ainda propõe três desafios utilizados na comunicação entre a organização e os seus intervenientes, que são: ganhar, manter e recuperar legitimidade.

Ganhar legitimidade se constitui na aceitação da organização no contexto social em que opera. Para ganhar a legitimidade as organizações passam por vários desafios, dentre eles, se destacam dois. O primeiro surge quando novas operações são tecnicamente problemáticas ou mal institucionalizadas e, para superá-las, a organização deve dedicar maior esforço na construção das operações, gerando externalidade positiva, causando uma sensação de que elas definem o setor econômico, independente dos operadores antecessores. O segundo desafio de construção de legitimidade está relacionado à divulgação de novas atividades e novos participantes do mercado em atividades antigas. Para superar o desafio relacionado à prática de novas atividades, as organizações devem garantir a divulgação destas atividades para a comunidade e em relação aos novos entrantes em atividades antigas, há necessidade de envidar esforços para convencer as organizações legítimas preexistentes no mercado a prestar apoio para a organização (Suchman, 1995).

Para Suchman (1995), o desafio de manter legitimidade refere-se à capacidade da organização permanecer no mercado com confiança da sociedade. Para a manutenção da legitimidade, as organizações devem avaliar as reações do seu público e prever os prováveis desafios a emergir. O autor acrescenta que a manutenção de legitimidade organizacional é um processo mais facilmente alcançado pelas organizações, quando comparado ao ganho e recuperação de legitimidade (Suchman, 1995). Entretanto, Zucker (1987) sustenta que por mais fácil que seja este processo, algumas anomalias, limitações, falhas nas inovações, erros e choques externos podem ameaçar a legitimidade organizacional. De modo a controlar as principais problemáticas emergentes da manutenção de legitimidade, Suchman (1995) descreve duas principais estratégias: (i) a percepção de mudanças futuras e (ii) a proteção das realizações passadas.

Recuperar legitimidade consiste na resposta reativa utilizada pelas organizações, para reconquistar a confiança pública perdida por uma crise imprevista, ou pelos mitos de legitimidade criados pelos gestores, sem a observância do apoio cultural. Se a perda de legitimidade não abalar por completo a credibilidade da empresa com o seu público relevante, as estratégias para a sua recuperação assemelham-se às utilizadas no ganho de legitimidade, porém em casos mais específicos, o autor sugere três principais estratégias para a recuperação: (i) oferecer relatos de normalização, (ii) reestruturar a estratégia; e (iii) não entrar em pânico (Suchman, 1995).

Algumas pesquisas recorreram às formas de legitimidade propostas por Suchman (1995) para evidenciar as estratégias utilizadas pelas organizações para se legitimar perante a sociedade. Guthrie e Parker (1989) efetuaram uma análise histórica das divulgações sociais de relatórios de 100 anos da *Company of Broken Hill Proprietary Ltd.* (BHP), uma firma dominante do setor de mineração

Australiano. Os resultados desta pesquisa não constatarem evidências de uma relação positiva entre a teoria de legitimidade e a divulgação social (Guthrie & Parker, 1989). Patten (1992) recorreu à teoria de legitimidade, para examinar a evidenciação ambiental, nos relatórios anuais de 22 empresas do setor de petróleo, após o efeito do derramamento de óleo provocado pela empresa Exxon Valdez, em 2 de março de 1989. Os resultados demonstraram que, o aumento das divulgações ambientais das empresas petrolíferas pode ser interpretado como evidência em apoio à teoria da legitimidade.

Por meio de uma análise documental, Fank e Beuren (2010) buscaram evidenciar as estratégias de legitimidade de Suchman (1995) nos relatórios de administração da Petrobrás, no período de 2000 a 2009. Os seus achados demonstram os itens mais utilizados pela firma para se legitimar perante a sociedade. Em relação a legitimidade pragmática, os autores destacaram que a Petrobrás se legitima através de anúncio da imagem e a construção da reputação. Na legitimidade moral, os autores sustentaram que, para a demonstração do sucesso a empresa possui metas bem definidas. Na legitimidade cognitiva, os autores destacaram a popularização e produção de novos modelos, a reprodução de normas, formalização e profissionalização de operações e a busca por certificação como os principais itens utilizados pela empresa para a legitimação.

Beuren, Gubiani e Soares (2013) buscaram identificar as estratégias de legitimidade de Suchman (1995) evidenciadas nos relatórios de administração de empresas públicas, de capital aberto, do setor elétrico Brasileiro. Os seus resultados revelaram a evidenciação de todas as formas de legitimidade, com realce para a legitimidade pragmática, com 206 citações no total de 556 citações. Machado e Ott (2015) recorreram aos relatórios de sustentabilidade, de empresas Brasileiras de capital aberto, para examinar as informações ambientais divulgadas para ganhar, manter ou recuperar a legitimidade de acordo com a tipologia proposta por Suchman (1995). Os resultados desta pesquisa corroboram com a literatura, apontando que, as empresas recorrem a evidenciação ambiental para se legitimar perante a sociedade.

Ainda no setor ambiental, Voltarelli e Zanchet (2017) analisaram a aplicação da Teoria da Legitimidade para examinar como a empresa Itaipu Binacional utiliza a evidenciação socioambiental para gerenciar sua legitimidade social. Farias, Andrade e Gomes (2017) identificaram as tipologias de legitimidade de Suchman (1995) evidenciadas pelas empresas Brasileiras, no pedido do *Carbon Disclosure Project (CDP)* para o período de 2006 a 2010. Os autores constatarem a presença da legitimidade de Suchman (1995) nos argumentos dos gestores, destacando a legitimidade pragmática como a mais citada nos relatórios.

Nesta pesquisa, a legitimidade está associada ao *compliance*, pois conforme apresentado por Lomboy (2018), a implementação de um programa de *compliance* bem-sucedido pode ajudar a garantir que a empresa cumpra as leis e regulamentos, evite sanções legais e mantenha a integridade de suas operações. Um programa de *compliance* forte pode ajudar a aumentar a legitimidade da empresa, já que demonstra um compromisso de conformidade com leis e regulamento, bem como com a ética e a responsabilidade social.

Além disso, a implementação de um programa de *compliance* pode ajudar a evitar escândalos de corrupção ou outras violações éticas que poderiam prejudicar a reputação da empresa.

2.2 A Narrativa do Compliance

Em termos de etimologia, o *compliance* originou-se do verbo “*to comply*”, que remete a ideia de agir de acordo com uma regra, norma ou pedido. A sua execução inicial se denotou em instituições financeiras, em 1913, quando da criação do Banco Central Americano. A aplicação do *compliance* nesta época teve o propósito de tornar o sistema financeiro mais seguro e estável, tendo se convertido em requisito regulatório. Entretanto, apesar de ter se originado em instituições financeiras, o programa de *compliance* é aplicado nas mais variadas instituições (Manzi, 2018). Em nível internacional, o *compliance* foi conceituado por vários órgãos, com realce para: o *Bank for International Settlements* (BIS), o Comitê de Supervisão Bancária da Basileia, através dos seus acordos da Basileia I, de 1998, da Basileia II, de 2004 e da Basileia III, firmado em 2010, o Fundo Monetário Internacional (FMI), a *International Organization of Securities Commissions* (IOSCO), *The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* (COSO), entre outros (Candeloro; Rizzo & Pinho, 2012).

Entretanto, nesta pesquisa, o *compliance* será entendido no contexto da sua narrativa. Por narrativa compreende-se uma exposição de fatos ou acontecimentos relatados por meio de palavras ou argumentos (Schütze, 2014). *Compliance* refere-se ao conjunto de regras, padrões e procedimentos legais utilizados para prevenir, detectar e mitigar riscos de instituições financeiras (Assi, 2017). Assim, entende-se como narrativa de *compliance*, a exposição de fatos ou acontecimentos relatados por meio de palavras ou argumentos que referenciem um conjunto de regras, padrões e procedimentos legais, utilizados para prevenir, detectar e remediar os riscos de instituições financeiras (Schütze, 2014; Assi, 2017). Conforme Assi (2018), para que o *compliance* seja implementado de forma eficiente nas organizações é imprescindível que se tenha um programa de *compliance* bem delimitado. Este programa é composto por princípios orientadores fundamentados por grupo de pilares da prevenção, detecção e remediação.

O grupo de pilares da prevenção são suportados por um conjunto de regras que fornecem instruções claras para evitar violações de princípios éticos. Os componentes deste grupo são os seguintes pilares: análise de riscos, código de conduta, controles internos e treinamentos e comunicação. A análise de riscos é um dos pilares fundamentais nas instituições financeiras e é por meio dela que se avalia a probabilidade de não se alcançar o resultado desejado, impactando negativamente no alcance dos objetivos preestabelecidos (Assi, 2018). O código de conduta reflete a postura da organização e descreve um conjunto de ações a serem seguidas pela alta administração para auxiliar os empregados e colaboradores a escolherem o caminho da adoção de procedimentos éticos e legais (Vieira & Barreto, 2019).

O controle interno se constitui de mecanismos formais utilizados para garantir que todas as ações planejadas e aprovadas pelo conselho de

administração sejam executadas adequadamente, de modo a salvaguardar os ativos da organização (Assi, 2018). Para Vieira e Barreto (2019 p.199), “controles internos devem ser implementados para apoiar a organização no alcance de seus objetivos e, como tal, não podem estar dissociados do conhecimento dos riscos aos quais a organização está sujeita, entre eles destacam-se os riscos de violações à integridade”. Já o treinamento e comunicação, são ferramentas indispensáveis para que os valores da instituição sejam difundidos para todos os membros. Através de treinamento permanente dos colaboradores, a organização qualificará seu pessoal para atuar diante da complexidade das funções desempenhadas, como também na identificação e correção das lacunas da capacidade gerencial do corpo diretivo (CGU, 2015).

O grupo de pilares da detecção são utilizados para verificar as violações dos participantes da organização e ocorre através do monitoramento de dois pilares: os canais de denúncia e a *due diligence* de terceiros. Os canais de denúncias são mecanismos utilizados pela organização para garantir que seus funcionários e parceiros reportem de forma anônima e confiável comportamentos que não estejam em conformidade com o estabelecido no código de conduta, sem receio de sofrer retaliações. *Due diligence* ou diligência prévia, se refere ao processo de investigação, avaliação e análise dos riscos a serem considerados pela organização antes de efetuar transações com terceiros (Assi, 2018).

O grupo dos pilares da remediação são mecanismos utilizados pela organização para gerar respostas claras às violações, revisar as medidas de controle, monitorar o programa e realizar auditoria para analisar o cumprimento das normas e procedimentos legais inerentes à atividade organizacional. Neste grupo, os pilares são as investigações internas e a auditoria e monitoramento (Assi, 2018). As investigações internas são exercícios de averiguação de fatos inadequados dentro da organização. Estas investigações visam, essencialmente, proteger os interesses da organização na prevenção, detecção e remediação de condutas ilícitas e antiéticas. Entretanto, funcionários que se desviarem das normas devem ser tratados de forma tempestiva e coerente, podendo sofrer medidas disciplinares como a advertência verbal, advertência escrita ou até mesmo uma eventual demissão (Vieira & Barreto, 2019). A auditoria e o monitoramento funcionam como termômetros de mensuração da eficiência e eficácia das atividades da organização (Assi, 2018). Este pilar descreve conjunto de atividades realizadas pela alta administração para avaliar, certificar e revisar a estrutura de *compliance* (Vieira & Barreto, 2019).

Por fim, tem-se o comprometimento ou suporte da alta administração, que por ser o mais importante entre os fatores do programa de *compliance* pode ser utilizado em todos três grupos. Este pilar demonstra a capacidade exercida pelo conselho de administração e diretoria executiva para inserir a cultura de controles internos e de *compliance* no dia a dia da organização (Assi, 2018). A robustez de um programa de *compliance* depende do apoio incondicional dos altos executivos da instituição. A liderança deve aprender, exercitar e praticar os princípios de *compliance* cotidianamente e explicar aos demais colaboradores a necessidade de desenvolver as suas atividades com integridade. O exemplo de observância às normas por parte da liderança incentiva os demais a agirem de forma ética e responsável (Vieira & Barreto, 2019).

Diante do exposto, observa-se que o Compliance e a legitimidade, apesar de serem conceitos distintos, estão inter-relacionados, pois uma empresa que se preocupa em seguir as leis e regulamentos relevantes, bem como em agir de forma ética e socialmente responsável, pode ser vista como mais legítima aos olhos dos seus *stakeholders*.

2.3.1 Compliance no Sistema Financeiro Moçambicano

O sistema financeiro Moçambicano (SFM) é regulado pela Lei nº 9/2004 (esta lei alterou a Lei nº 15/99), que estabelece as normas para a criação e funcionamento das sociedades financeiras. O SFM tem como base o setor bancário, e a sua evolução ocorreu em três períodos distintos. O primeiro foi antes da independência, em 1975, o segundo desde 1975 até 1987 e o terceiro após a introdução do Programa de Reabilitação Econômica (PRE), em 1987, até o ano presente. No primeiro período, o sistema financeiro contava com dez bancos comerciais e as atividades do banco central eram exercidas pelo Banco Nacional Ultramarino que, em termos práticos, funcionava como uma dependência do Banco Central de Portugal (Maleiane, 2014).

O segundo período emergiu em 1975, com a proclamação da independência nacional. Neste período a atividade desenvolvida pelo Banco Nacional Ultramarino passou para o Banco Central de Moçambique e foram criados, em 1977, mais dois bancos estatais (Banco de Moçambique e Banco Popular de Desenvolvimento). O Banco de Moçambique, para além da função de banco Central, também desenvolvia atividades comerciais, nesta época. O terceiro período foi marcado pela introdução do Programa de Reabilitação Econômica (PRE). Este programa foi uma estratégia político-econômico, utilizada pelo Governo de Moçambique para terminar com o socialismo e ocorreu em 3 fases (Alfazema, 2019).

A primeira fase decorreu entre 1987 a 1991, foi marcada pela criação e atualização da legislação bancária e pela retirada da função Comercial do Banco de Moçambique, passando apenas a desenvolver atividades de supervisão bancária. A segunda fase foi marcada pela criação de um banco, a partir da função comercial retirada no Banco de Moçambique (1992/1993), e saneamento das contas dos balanços dos bancos estatais, de modo a torná-los auditáveis, e a última fase ocorreu a partir de 1994, e foi marcada pela adequação dos capitais do setor bancário e reforço da supervisão bancária (Alfazema, 2019). A Tabela 1 sumariza a evolução do sistema financeiro Moçambicano.

Tabela 1
Sistema Financeiro Moçambicano

Tipos de Instituições/Anos	1992	2006	2009	2020
Instituições de Crédito				
Bancos	3	12	14	19
Micro Bancos	0	0	3	9
Cooperativas de Crédito	0	6	6	8
Sociedades de Locação Financeira	0	2	1	1
Sociedades de Investimento	0	0	0	1

Sociedades Financeiras				
Casas de Câmbio	0	0	0	24
Sociedades Financeiras de Corretagem	0	0	0	12
Sociedades Gestoras de Capital de Risco	0	0	0	1
Sociedades Administradoras de Compras em Grupo	0	0	0	1
Sociedades Emitentes de Cartões de Crédito	0	0	0	1
Operadores de Microfinanças				
Organizações de poupança e Empréstimo	0	0	9	4
Operadores de Microcrédito	0	57	95	426
Outras instituições financeiras				
Companhias de seguros	0	4	6	21
Bolsa de valores	0	1	1	1

Fonte: BM (2000, 2006, 2009, 2020).

Conforme apresentado na Tabela 1, o sistema financeiro Moçambicano apresenta um certo crescimento ao longo dos anos e, para sua supervisão, o Banco Central de Moçambique tem introduzido novos documentos normativos, que segundo Assi (2008) são importantes para melhorar a conduta das instituições financeiras no seu relacionamento com os clientes. Para obter legitimidade perante seus clientes, o Banco Central sugere que as instituições bancárias desenvolvam suas atividades em conformidade com as leis e regulamentações estabelecidas pelo governo moçambicano, incluindo a Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras, que estabelece as diretrizes para a criação e operação de instituições financeiras. As instituições bancárias também são obrigadas a seguir as normas internacionais, incluindo as diretrizes do *Bank for International Settlements* (BIS) e do Comitê de Supervisão Bancária da Basileia, que estabelecem padrões globais para o setor bancário (Alfazema, 2019).

Além disso, o autor acrescenta que as instituições bancárias em Moçambique também se legitimam por meio de suas próprias políticas e práticas internas, que visam garantir a transparência, integridade e responsabilidade de suas operações. Isso inclui a adoção de políticas e procedimentos rigorosos de combate à lavagem de dinheiro, gerenciamento de riscos e conformidade regulatória. Com a crise financeira de 2008, o desenvolvimento de atividades em conformidade com as normas nacionais e internacionais se tornou um costume das instituições financeiras, possibilitando maior transparência aos clientes, fornecedores, investidores e os demais interessados na informação financeira (Assi, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A população desta pesquisa é representada pelos 19 bancos existentes no território Moçambicano, e a amostra foi composta por 11 bancos (58% da população) que publicaram os relatórios de administração de 2019 em seus *websites* institucionais até o dia 10 de julho de 2020. Na Tabela 2 estão descritas

as instituições bancárias que compõem a amostra desta pesquisa e o número de páginas analisadas.

Tabela 2

Instituições Bancárias de Moçambique

Nº	Instituição Financeira	Nº de Páginas
1	Banco Internacional de Moçambique, S.A. (BIM)	147
2	Banco Único, S.A. (Único)	26
3	Banco BIG Moçambique, S.A. (BIG)	14
4	Absa Bank Moçambique (ABSA)	48
5	Standard Bank, S.A. (S.BAN)	28
6	First Capital Bank, S.A. (FCB)	11
7	Société Générale Moçambique (SGM)	18
8	African Banking Corporation. S.A. (ABC)	32
9	Moza Banco, S.A. (MOZA)	24
10	Banco Moçambicano de Apoio aos Investimentos S.A. (MAIS)	101
11	United Bank for Africa Mozambique, S.A. (UBA)	22
Total		471

Fonte: Elaborada pelos autores.

A coleta de informações foi realizada por meio de busca eletrônica de relatórios de administração nos *websites* dos bancos mencionados na Tabela 2. De acordo com o Aviso nº 16/GBM/2017, as instituições de crédito sujeitas a supervisão do Banco de Moçambique devem publicar os relatórios administrativos e demonstrações contábeis. Este relatório informa o desempenho da organização aos *stakeholders* e divulga ao mercado informações detalhadas sobre a gestão dos principais riscos das instituições financeiras. Para a análise dos dados, este estudo recorreu à análise de conteúdo que, segundo Bardin (2010), é um conjunto de técnicas utilizado para interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, de modo a compreender a construção dos resultados. A análise de conteúdo é uma das principais técnicas qualitativas utilizadas para avaliar o comportamento dos gestores na divulgação de informações sobre o desempenho das empresas, por meio de relatórios anuais (Patten, 1992; Gray et al., 1995; Deegan, 2002; O'donovan, 2002).

De acordo com Bardin (2016), para que se alcance resultados positivos na análise de conteúdo é importante que se atenda a três etapas fundamentais, que são: (i) Descrição analítica; (ii) Práticas aplicadas e (iii) Método aplicado. Concernente a primeira etapa, Bardin (2016) sugere que se faça a descrição dos principais documentos a serem analisados na pesquisa. Para efeitos deste estudo, os documentos são os relatórios de administração. Na segunda etapa, Bardin (2016) aponta duas práticas fundamentais a serem aplicadas, que são: a unidade temática e a unidade frequencial. Esta pesquisa empregou as duas técnicas. A primeira foi realizada através de palavras indutoras ou unidades de significação representadas por adjetivos, substantivos, etc. A segunda foi a descrição da frequência que cada categoria foi referenciada.

A terceira etapa descreve os métodos a serem aplicados. Segundo Bardin (2016), esta etapa deve ser composta por 5 (cinco) fases, que são: Organização da análise, Codificação, Categorização, Inferência e Informatização. Assim,

nesta etapa o estudo começou pela organização da análise por meio da leitura flutuante dos relatórios administrativos das instituições bancárias, com vistas à seleção das informações que se enquadram aos objetivos propostos. Na sequência, se procedeu a codificação dos achados. A codificação é o processo pelo qual se analisam as possibilidades de criação das categorias, levando em consideração a regra da exaustividade (extração do máximo possível de informações no conjunto textual selecionado), regra da representatividade (representação máxima das informações para a composição das categorias), regra da pertinência (escolha de unidades temáticas) e regra da homogeneidade dos dados (inclusão de todos elementos textuais), conforme recomendado por Bardin (2016).

Após a codificação, se realizou a categorização, que segundo Bardin (2016), consiste no agrupamento dos elementos com características similares. Conforme Bardin (2016), no desenvolvimento das categorias devem ser priorizados os seguintes elementos: (i) exclusão mútua (agrupamento de elementos em apenas uma categoria), (ii) homogeneidade (num mesmo conjunto categorial só funciona com uma dimensão de análise), (iii) pertinência (adaptação das categorias em função do material escolhido para a análise). Ainda, (iv) objetividade e fidelidade, (as diferentes partes do mesmo material, ao qual se aplica a mesma grade categorial, devem ser codificadas da mesma maneira, mesmo quando submetidas a várias análises), e (v) produtividade.

As outras fases do método aplicado foram a inferência e a informatização. Para este estudo, a inferência foi a interpretação e quantificação do conteúdo dos relatórios administrativos das instituições bancárias e a informatização se deu pela utilização de *software* NVIVO 11 para tabulação dos relatórios. Na Tabela 3 estão descritas as categorias utilizadas na análise dos relatórios.

Tabela 3
Categorias do estudo

Tipologia	Categorias	Estratégias	Ações
LEGITIMIDADE MORAL	GANHAR	Suporte da Alta Administração (SAA)	Relata os resultados e ações utilizadas pela alta administração na implementação de um programa de <i>compliance</i> .
		Due Delligence (DD)	Relata uma avaliação histórica dos parceiros envolvidos no negócio da instituição.
		Canais de Denúncia (CD)	Relata a existência de endereços eletrônicos, telefones ou outras formas de comunicação a serem utilizadas pelos colaboradores para denúncias.
	MANTER	Treinamentos e Comunicação (TC)	Relata os procedimentos utilizados pela organização para garantir o treinamento dos colaboradores em matérias de <i>compliance</i> .
		Análise de Riscos (AR)	Relata o mapeamento e controle dos riscos inerentes à atividade bancária.
		Controle Interno	Relata os mecanismos utilizados para garantir a realização de atividades de

		(CI)	forma eficaz e eficiente.
		Código de Conduta (CC)	Relata políticas e procedimentos a serem adotadas na instituição para manter a conformidade com as leis e garantir uma cultura de integridade e valorização de comportamentos éticos.
	RECUPERAR	Investigações Internas (II)	Relata correções de comportamentos antiéticos utilizados pelos colaboradores, por meio de investigações internas.
		Auditoria e Monitoramento (AM)	Relata correções de erros e/ou fraudes mediante auditorias e monitoramento do programa de <i>Compliance</i> .

Fonte: Elaborada pelos autores.

A categorização apresentada na Tabela 3 é produto desta pesquisa e foi elaborada mediante uma relação entre as formas de legitimidade moral propostas por Suchman (1995) e os pilares da implementação de um programa de *compliance* descritos por Assi (2018). Os pilares da detecção foram relacionados ao ganho de legitimidade moral, os da prevenção associaram-se a manutenção de legitimidade moral e os da remediação conectaram-se à recuperação de legitimidade moral, conforme apresenta a Figura 1.

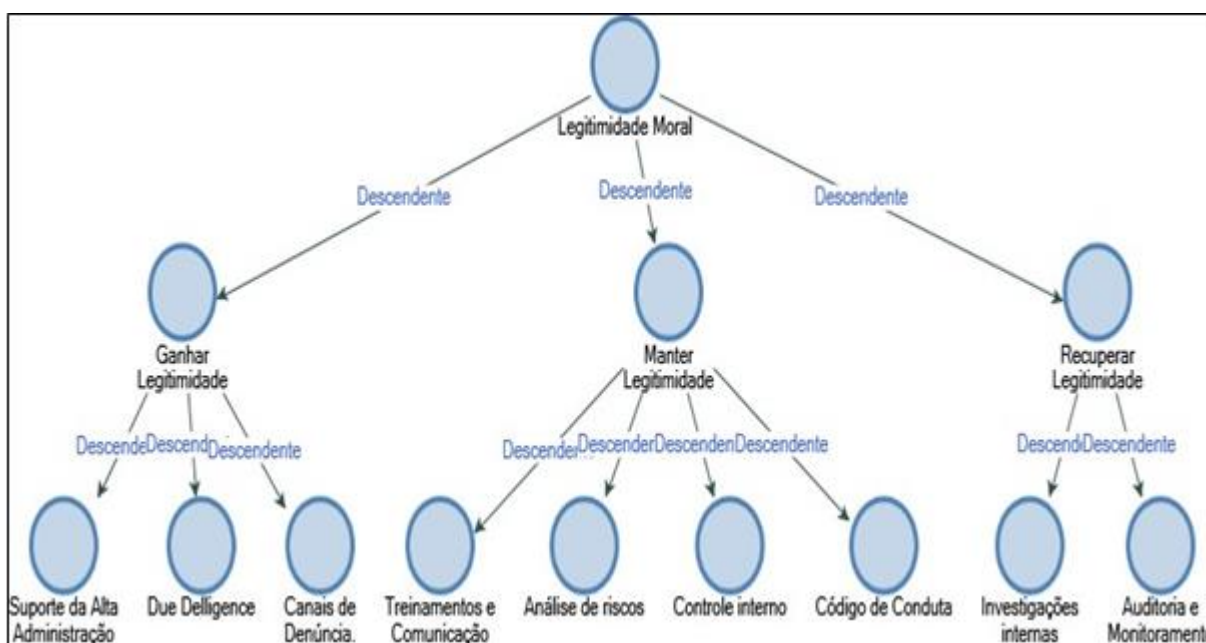


Figura 1 - Relação entre os pilares de Compliance e as Formas de Legitimidade Moral

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com a Figura 1, a primeira categoria foi composta por ações utilizadas pela organização para ganhar legitimidade moral, e as principais estratégias são: suporte da alta administração, *due delligence* e canais de denúncia. Concernente ao suporte da alta administração, o estudo verificou se no relatório administrativo consta informações sobre o suporte da alta

administração nas ações da organização. Estas informações referem-se a: (i) elaboração de declarações escritas para os seus empregados; (ii) promoção de interações frequentes com os colaboradores; (iii) publicação de mensagens encorajadoras sobre a integridade corporativa e; (iv) verificação de exemplos de cumprimento de regras por parte da alta administração. De acordo com Assi (2018), se a alta administração relatar por meio de documentos externos os resultados e ações utilizadas na implementação de um programa de *compliance*, a organização poderá se legitimar perante a comunidade e seus *stakeholders*.

A segunda estratégia de ganho de legitimidade moral é a *due diligence* que representa o processo de investigação, avaliação e análise dos riscos a serem considerados pela organização antes de efetuar transações com terceiros. Neste ponto, o estudo analisou se no relatório administrativo a organização cumpre a Lei nº 14/2013, que estabelece o regime jurídico e as medidas de prevenção e repressão em relação a utilização do sistema e das entidades não financeiras para efeitos de lavagem de dinheiro e de financiamento ao terrorismo, como também se a firma faz uma avaliação histórica de todos os parceiros envolvidos no seu negócio. A terceira estratégia para ganhar legitimidade é o canal de denúncias. Neste ponto, o estudo observou se a organização reporta em seu relatório administrativo a existência de canais que permitem que os funcionários, estagiários, trabalhadores de empresas terceirizadas e parceiros comerciais possam, de forma anônima, alertar a alta administração sobre as prováveis violações ao código de conduta e as demais regulações internas e externas.

A segunda categoria da pesquisa descreve as estratégias utilizadas pela organização para manter a legitimidade moral. Para efeitos desta pesquisa, as estratégias se referem aos seguintes pontos: treinamentos e comunicação, análise de riscos, controle interno e código de conduta. De acordo com Assi (2018), o treinamento e a comunicação têm extrema importância no desenvolvimento da organização. Assim, todos colaboradores devem ser treinados em torno dos padrões e procedimentos éticos descritos no código de conduta. Neste ponto, o estudo verificou se a organização relata, por meio de relatório administrativo, a documentação, divulgação, e a explicação dos procedimentos éticos do código de conduta para os colaboradores, acionistas, autoridades públicas e reguladoras, clientes, fornecedores e todo público envolvido na atividade organizacional.

A segunda estratégia desta categoria é a avaliação de riscos. Esta estratégia envolve a identificação e análise dos principais eventos com reflexos negativos para o alcance dos objetivos organizacionais. Nesta estratégia, se efetuou a verificação de conteúdos no relatório administrativo que especifiquem o processo de avaliação de riscos. De acordo com Assi (2018), as instituições financeiras têm obrigação de mapear os riscos inerentes a sua atividade conforme a gravidade e a probabilidade de ocorrência, que pode ser mediante falhas no cumprimento de leis, normas ou regulamentos ou má interpretação de diretrizes estabelecidas no código de conduta. Verificou-se, ainda, se os gestores das instituições bancárias de Moçambique descrevem nos seus relatórios as regras a serem seguidas pelos colaboradores, de modo a controlar, mitigar, monitorar e reportar os riscos à alta administração, contribuindo para a

manutenção da solidez organizacional. A identificação, análise e publicação dos riscos inerentes à atividade da instituição é importante, para a estruturação de uma avaliação assertiva (Assi, 2018).

A terceira estratégia se refere ao controle interno, que objetiva salvaguardar o patrimônio da organização e contribui no alcance dos seus objetivos estratégicos. Nesta estratégia, o estudo analisou se, por meio de relatórios administrativos, a organização relata os mecanismos utilizados para garantir a realização de atividades de forma eficaz e eficiente. Na quarta estratégia, o estudo examinou se o relatório de administração da entidade relata sobre a existência do código de conduta. O código de conduta descreve o comportamento esperado dos diretores, gerentes, funcionários, agentes e parceiros comerciais e funciona como uma ferramenta de prevenção às infrações normativas. Nesta estratégia, se analisou o relato de políticas e procedimentos a serem adotadas na organização para manter a conformidade com as leis e garantir uma cultura de integridade e valorização de comportamentos éticos.

A terceira categoria de análise é recuperar legitimidade moral e as suas estratégias são: investigações internas e auditoria e monitoramento. Na primeira estratégia, o estudo analisou se o banco especifica a existência de procedimentos que possibilitam o processo de investigações internas e apuração de responsabilidades de forma segregada, autônoma e imparcial. Na segunda estratégia, se buscou analisar se as instituições financeiras narram os exames periódicos de avaliação da eficiência organizacional, por meio de programas de auditoria.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Apresentação dos Resultados

Na Tabela 4 é apresentada a quantidade de relatos sobre a narrativa de *compliance*, que visam ganhar legitimidade moral, presente no relatório administrativo de cada instituição bancária de Moçambique.

Tabela 4

Estratégias para ganhar a legitimidade Moral

Instituição/ Estratégia.	BIM	ÚNICO	BIG	ABSA	S.BAN	FCB	SGM	ABC	MOZA	MAIS	UBA	T. N
Ganhar Legitimidade Moral (GLM)												
SAA	1	6	10	14	5	12	1	3	1	3	0	56
DD	1	3	0	3	0	3	0	0	0	0	0	10
CD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total GLM	2	9	10	17	5	15	1	3	1	3	0	66

Em que, SAA = Suporte da Alta Administração; DD = *Due Delligence*, CD = Canais de Denúncia, GLM = Ganhar Legitimidade Moral e T. N= Total de narrativas.

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa

Conforme descrito na Tabela 4, as instituições bancárias de Moçambique apresentaram 66 narrativas para ganhar legitimidade moral. Dessas narrativas, 56 foram utilizadas para demonstrar o suporte da alta administração, 10 para descrever estratégias de *due diligence* e nenhuma narrativa foi utilizada pelos bancos para demonstrar a existência de canais de denúncia. O Banco ABSA foi o que mais demonstrou preocupação com o ganho de legitimidade moral, tendo apresentado dezessete narrativas e o UBA foi a única instituição bancária que não apresentou nenhuma narrativa para esta categoria. Os bancos analisados também se valeram da narrativa de *compliance* para manter a legitimidade moral. O quantitativo das estratégias utilizadas nesta categoria é apresentado na Tabela 5.

Tabela 5

Estratégias para manter a legitimidade Moral

Instituição/ Estratégia.	BIM	ÚNICO	BIG	ABSA	S.BAN	FCB	SGM	ABC	MOZA	MAIS	UBA	T.N
Manter Legitimidade Moral (MLM)												
TC	15	9	8	6	2	8	1	1	3	2	4	59
AR	15	53	35	20	0	18	9	16	19	17	13	215
CI	0	6	7	6	2	9	1	0	1	1	0	33
CC	2	6	7	6	1	10	0	1	6	4	1	44
Total MLM	32	74	57	38	5	45	11	18	29	24	18	351

Em que, TC = Treinamentos e Comunicação; AR = Análise de riscos; CI = Controle interno, CC = Código de Conduta e T.N = Total de narrativa.

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa

Para a categoria de manter legitimidade moral, os achados deste estudo denotaram que o Banco Único foi a instituição que mais apresentou narrativas para manutenção de legitimidade moral e a estratégia de análise de riscos foi a mais evidenciada nos relatórios analisados. Esta evidência demonstra que os gestores se preocupam fundamentalmente com a análise de riscos em detrimento das outras estratégias, como o treinamento e comunicação, o código de conduta e o controle interno. Na última categoria, apenas quatro Bancos utilizaram a narrativa de *compliance* para recuperar a legitimidade moral e seus achados são apresentados na Tabela 6.

Tabela 6

Estratégias para recuperar a legitimidade Moral

Instituição/ Estratégia.	BIM	ÚNICO	BIG	ABSA	S.BAN	FCB	SGM	ABC	MOZA	MAIS	UBA	T.N
Recuperar Legitimidade Moral (RLM)												
II	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
AM	0	3	2	0	0	0	0	1	0	1	0	7
Total RLM	0	3	5	0	0	0	0	2	0	2	0	10

Em que, II = Investigações internas, AM = Auditoria e Monitoramento e T.N = Total de narrativa.

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa

Concernente a recuperação de legitimidade moral, Suchman (1995)

prescreve que o fato emerge de uma provável perda de legitimidade relacionada a alguma crise imprevista. Entretanto, os resultados desta pesquisa destacam que a categoria de recuperar legitimidade moral foi a menos evidenciada nos relatórios administrativos das instituições bancárias de Moçambique, tendo sido evidenciado apenas 10 narrativas, sendo 7 para auditoria e monitoramento e 3 para a estratégia de investigações internas.

4.2 Síntese dos Resultados

Sintetiza-se, na Tabela 7 o percentual de narrativas utilizado pelos gestores das instituições bancárias de Moçambique para ganhar, manter ou recuperar a legitimidade moral.

Tabela 7

Estratégias de legitimidade moral utilizadas nas instituições bancárias de Moçambique

Tipologia	Categoria	Estratégia	Nº. Narrativas	% Narrativas	
LEGITIMIDADE MORAL	GANHAR	Suporte da Alta Administração	56	13,15	
		Due Delligence	10	2,35	
		Canais de Denúncia	0	0,00	
	TOTAL			66	15,50
	MANTER	Treinamento e Comunicação	59	13,86	
		Análise de Riscos	215	50,23	
		Controle Interno	33	7,77	
		Código de Conduta	44	10,35	
	TOTAL			351	82,15
	RECUPERAR	Investigações internas	3	0,71	
		Auditoria e Monitoramento	7	1,64	
	TOTAL			10	2,35
	TOTAL DE NARRATIVAS			425	

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa (2020)

Estes resultados atestam que os gestores das instituições bancárias de Moçambique valem-se da narrativa de *compliance* para ganhar, manter e recuperar a legitimidade moral. A categoria de manter legitimidade moral foi evidenciada em 82,15% das narrativas existentes nos relatórios administrativos analisados, demonstrando que os gestores destas instituições reforçam a imagem positiva da organização para seus interlocutores, conforme recomenda o estudo de Deephouse et al. (2017). Estas evidências corroboram os achados de Beuren et al. (2013) e Farias et al. (2017), que também encontraram maior quantidade de discursos na categoria de manutenção de legitimidade moral. A análise de riscos foi a estratégia mais destacada nos relatórios analisados com cerca de 50,23%, o que demonstra a preocupação dos Bancos Moçambicanos com a gestão dos riscos inerentes às suas atividades e corrobora com Assi (2018), que descreve a análise de riscos como um dos elementos fundamentais para a sobrevivência das instituições financeiras e a sua avaliação impacta significativamente no desempenho da organização.

A segunda estratégia mais destacada na categoria de manutenção de legitimidade é a de treinamentos e comunicação, evidenciada em 13,86% de narrativas. Este percentual reforça os pressupostos de Vieira e Barreto (2019), que enxergam o treinamento e comunicação como ferramentas indispensáveis para que os valores da instituição sejam difundidos para todos os membros. As estratégias de controle interno e código de conduta foram menos evidenciadas, com um percentual de narrativas equivalente a 7,77% e 10,35% respectivamente. Segundo Assi (2018), a ineficiência do controle interno prejudica o funcionamento da organização, e compromete o abarcamento dos objetivos pretendidos, e pode fragilizar o setor financeiro Moçambicano. Concernente a estratégia de código de conduta, as evidências do estudo demonstram que a maior parte das instituições bancárias Moçambicanas não descreve nos seus relatórios administrativos as diretrizes utilizadas para assegurar o cumprimento das normas e procedimentos legais, o que constitui uma lacuna (Assi, 2018), uma vez que, essas diretrizes auxiliam os colaboradores a optarem por condutas éticas (Vieira & Barreto, 2019).

A categoria de ganhar legitimidade é a segunda preferida das instituições bancárias de Moçambique. Este achado se distancia das evidências de Voltarelli e Zanchet (2017), que encontraram maior predominância de narrativas nesta categoria. A estratégia de suporte da alta administração foi a mais destacada em todos os Bancos analisados. Apesar das narrativas desta estratégia apresentarem um percentual reduzido (13,15%), este fato demonstra que os gestores das instituições financeiras de Moçambique estão preocupados em inserir a cultura de *compliance* no dia a dia da organização, conforme recomendado por Assi (2018). A estratégia de *Due diligence* foi a segunda mais evidenciada nesta categoria, porém apenas o Banco Internacional de Moçambique, Banco Único, ABSA e o FCB é que apresentaram narrativas para esta estratégia. Neste sentido, se percebe que a maior parte dos Bancos de Moçambique não demonstram ações realizadas para garantir a avaliação histórica das suas relações comerciais, o que em algumas ocasiões poderá comprometer a reputação da organização (Sibille & Serpa 2016).

Na estratégia de canais denúncia, se verificou que nenhuma instituição bancária reporta no seu relatório administrativo a existência dessa ferramenta. Para Assi (2018), esta evidência expõe déficit de um dos mecanismos mais utilizados nas organizações para garantir que colaboradores e parceiros reportem de forma anônima e confiável os comportamentos que não estejam em conformidade com o estabelecido no código de conduta. Por fim, a categoria de recuperar legitimidade moral foi a menos evidenciada, com apenas 2,35% de narrativas, dos quais 1,64% se relacionavam a auditoria e monitoramento e 0,71% a investigações internas. O baixo percentual de divulgação de estratégias de recuperação de legitimidade moral também foi constatado nas pesquisas de Beuren, Gubiani e Soares (2013) e Machado e Ott (2015) que discutiram a temática para o contexto de empresas do setor ambiental e elétrico. Para estes autores, as companhias que apresentam pouca narrativa de recuperação de legitimidade demonstram a ausência de situações de crise.

Mediante as evidências apresentadas nesta pesquisa, se percebe que os gestores das instituições bancárias de Moçambique estão mais atentos em manter e ganhar legitimidade moral, do que recuperar a legitimidade perdida.

Esta conotação pode ser sustentada por meio dos argumentos de Pellegrino e Lodhia (2012) e Yeung (2009), ao destacar que as organizações buscam ganhar e manter a legitimidade para conquistar a confiança pública e as suas ações é que garantem a sua legitimação, pois a legitimidade não se obtém pelo simples direto de existência organizacional (Pellegrino & Lodhia, 2012), mas sim pelo julgamento da sociedade de que a organização desenvolve as suas atividades atendendo à normas socialmente aceitas (Yeung, 2009).

A ligação entre a legitimidade e o *compliance* demonstrou que, para as instituições bancárias ganharem, manterem ou recuperarem a legitimidade moral, é importante que exista um programa de *compliance* eficiente e eficaz, pois na perspectiva de (McInnes & Ahmed, 2016), o *compliance* é um dos elementos fundamentais no processo de legitimação e concentra os principais componentes da legitimação organizacional (Belal & Owen, 2015; Kurupu et al. 2019) como a moral, os valores e as condutas éticas (Chen & Roberts, 2010; Chua & Rahman, 2011), dentro de um contexto socialmente aceito (Johnson & Holub, 2003; Bitektine, 2011).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou analisar a utilização da narrativa de *compliance* como elemento de legitimação moral no relatório de administração de 11 instituições bancárias Moçambicanas. Conforme anunciado por Suchman (1995), as organizações podem ganhar manter ou recuperar legitimidade de forma cognitiva, moral e pragmática. Entretanto, nesta pesquisa, utilizou-se a legitimidade moral por ser a forma de legitimidade que envolve uma percepção generalizada ou suposição de que as atividades organizacionais são desejáveis ou apropriadas dentro de algum sistema socialmente construído de normas, valores e crenças. Os achados demonstraram que a manutenção de legitimidade foi a categoria mais utilizada nestas instituições, tendo apresentado 82,15% do total de narrativas sobre a legitimidade, seguido do ganho legitimidade com 15,50% e recuperação de legitimidade com 2,35%.

Na categoria de ganhar legitimidade moral, os bancos Moçambicanos apenas divulgaram estratégias relacionadas ao suporte da alta administração e *due diligence*, deixando de fora os canais de denúncia. Na categoria de manter legitimidade moral a estratégia mais divulgada foi a análise de risco, e o controle interno foi menos divulgado. Já na categoria de recuperar legitimidade, as ações estratégicas mais divulgadas foram as de auditoria e monitoramento. Os resultados deste estudo possibilitam responder à questão proposta nesta pesquisa, e se defende que a narrativa de *compliance* é utilizada com maior ênfase na manutenção de legitimidade moral das instituições bancárias Moçambicanas.

Estes achados corroboram com os de Beuren et al. (2013) e Farias et al. (2017), que encontraram maior quantidade de narrativas na categoria de manutenção de legitimidade moral. Ainda corroboram com achados de Beuren et al. (2013) e Machado e Ott (2015) que encontraram um baixo percentual de divulgação de estratégias de recuperação de legitimidade moral. E, também, divergem com as evidências de Machado e Ott (2015) e Voltarelli e Zanchet

(2017) que destacaram a categoria de ganhar legitimidade como a de maior predominância nas suas pesquisas. A divergência apontada pode ser explicada pela abordagem distinta na análise da legitimidade. Os estudos de Machado e Ott (2015) e Voltarelli e Zanchet (2017) direcionaram seu enfoque para a divulgação ambiental, revelando que, nesses contextos, é esperada que as empresas estejam particularmente empenhadas em ganhar legitimidade, considerando os custos políticos associados às suas operações. Por outro lado, no que concerne ao compliance, as organizações parecem dedicar uma atenção mais substancial à preservação de sua legitimidade, demonstrando estar de acordo com normas, regulamento.

O estudo apresenta contribuições teóricas e práticas para o meio acadêmico e profissional. Para o meio acadêmico, servirá de base para futuras pesquisas desta temática, uma vez que é um estudo pioneiro ao associar a legitimidade e o compliance. Para o meio profissional, se espera que os resultados desta pesquisa incentivem as empresas a adotarem práticas éticas e responsáveis, o que pode levar a melhor reputação e maior confiança das instituições financeiras com os stakeholders. Além disso, a pesquisa pode ajudar a aumentar a confiança dos investidores no setor bancário em Moçambique, tornando o país mais atraente para investimentos, contribuindo para o crescimento econômico e o desenvolvimento do país.

Conforme apontado por Cavalcante, Calixto e Pinheiro (2014), a construção de uma pesquisa qualitativa está exposta a algumas restrições metodológicas e é fundamental que se descrevam as principais limitações de um estudo. Assim, a primeira limitação do estudo se relaciona ao grau de subjetividade presente em análise de conteúdo, isto é, a análise de conteúdo depende significativamente do julgamento e envolve interpretações pessoais por parte do pesquisador.

A segunda limitação refere-se ao fato de a pesquisa se basear apenas em análise de relatórios administrativos publicados nos *websites* das instituições bancárias. Primeiro, o relatório administrativo não é o único meio de divulgação de informações gerenciais sobre a legitimidade das instituições financeiras de Moçambique. Segundo, por se tratar de um ano atípico, marcado pela crise sanitária do COVID 19, algumas instituições não publicaram os relatórios até 10 de julho de 2020 e foram excluídas da análise, causando uma redução significativa na amostra.

Considerando as limitações apresentadas nesta pesquisa, se recomenda que em estudos futuros, os autores recorram a outras fontes de dados utilizadas pelas instituições financeiras para a divulgação das suas atividades e que se faça a triangulação de informações através de análise documental, entrevistas aos gestores e funcionários e demais formas de pesquisas qualitativas. Recomenda-se, ainda, a realização da pesquisa em outros países com características semelhantes às de Moçambique, o que possibilitará que análises comparativas sejam realizadas para melhor interpretação dos resultados.

REFERÊNCIAS

- Absa Bank Moçambique (ABSA) - Relatório e Contas 2019. Disponível em: <https://www.absa.co.mz/>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- African Banking Corporation. (BancABC) - Relatório e Contas 2019. Disponível em <http://www.africanbankingcorp.com>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Aldrich, H. E.; Fiol, C. M (1994). Fools rush in?: The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19(4), 645-670. <https://doi.org/10.5465/amr.1994.9412190214>
- Alfazema, A.J (2019). *Reestruturação do sistema financeiro e seu impacto na concessão do crédito bancário às pequenas e médias empresas em Moçambique (2000 -2017)*. Tese (Doutorado em Estudos Estratégicos Internacionais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 202.
- Assi, M (2017). *Governança, riscos e Compliance: mudando a conduta nos negócios*. São Paulo: Saint Paul Editora.
- Assi, M. (2018) *Compliance como implementar*: São Paulo: Trevisan Editora.
- Banco Big Moçambique - Relatório e Contas 2019. Disponível em <http://bancobig.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Banco Central de Moçambique – Decreto n.º 66/2014 de 29 de outubro. Regula a lei de branqueamento de capitais. Disponível em <http://www.bancomoc.mz>. Acesso em 10 de setembro de 2019.
- Banco Central de Moçambique –Aviso n ° 02/GBM/2018. Apresenta o código de conduta das instituições de crédito e sociedades financeiras. Disponível em <http://www.bancomoc.mz>. Acesso em 10 de setembro de 2019.
- Banco Comercial e de Investimentos (BCI). - Relatório e Contas 2019. Disponível em <http://www.bci.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Banco Internacional de Moçambique (BIM) – Relatório e Contas 2019. Disponível em <https://inst.millenniumbim.co.mz>. Acesso em 10 de julho de 2020.
- Banco Moçambicano de Apoio aos Investimentos (BANCO MAIS) - Relatório e Contas 2019. Disponível em [http:// www.bancomais.co.mz](http://www.bancomais.co.mz). Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Banco Nacional de Investimento (BNI) - Relatório e Contas 2019. Disponível em [http:// www.bni.co.mz](http://www.bni.co.mz). Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Banco Único - Relatório e Contas 2019. Disponível em <http://www.bancounico.co.mz/>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Bardin, L. (2010). *Análise de conteúdo* (4ª ed.). Edições 70. Lisboa.
- Bardin, L (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70, São Paulo.
- Belal, A & Owen, D (2015). The rise and fall of stand-alone social reporting in a multinational subsidiary in Bangladesh: a case study, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 28(7), 1160-1192, <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2013-1443>.
- Beuren, I. M.; Gubiani, C.A. & Soares A. (2013) Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas nos relatórios da administração de empresas

- públicas do setor elétrico. *Revista de Administração Pública*, 47(4), 849-875, <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000400003> .
- Bitektine, A. (2011) Towards a theory of social judgements of organizations: The case of legitimacy, reputation and status, *Academy of Management Review*, 36(1), 151-179. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.0382>
- Campbell, d. J.; Craven, B. & Shrives, P. (2003) Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 558 – 581, <https://doi.org/10.1108/09513570310492308>.
- Candeloro, A. P &. Rizzo, M. B. M.; Pinho, V. (2012) *Compliance 360º: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo*. São Paulo: Trevisan Editora Universitária.
- Candeloro, A. P.& Rizzo M. B. M. de; Pinho, V. (2015) *Compliance 360: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo*. 2. ed. revista e atualizada. São Paulo: Editora da Autora Maria Balbona Martins de Rizzo.
- Cavalcante, R. B., Calixto, P., & Pinheiro, M. M. K. (2014) Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. *Informação & Sociedade: Estudos*, 24(1), 13-18, <https://www.researchgate.net/profile/Ricaro-Cavalcante/publication>
- Chen, J. C. & Roberts, R. W. (2010) Toward a more coherent understanding of the organization society relationship: A theoretical consideration for social and environmental accounting research, *Journal of Business Ethics*, 97, 651-665, <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0531-0> .
- Chua, F., & Rahman, A. (2011) Examining the legitimacy of the current 'authorized representative' licensing model, *Financial Planning Research Journal*, 98, 307-329, <https://www.researchgate.net/profile/Angelique-Mcinnis-3>.
- Claasen, C. & Roloff, J.(2012) The link between responsibility and legitimacy: the case of the beers in Namibia. *Journal of Business Ethics*, 107(3), 379-398, <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1045-0>.
- Clayton. N. (2013) *Entendendo os desafios de Compliance no Brasil: um olhar estrangeiro sobre a evolução do Compliance anticorrupção em um país emergente*. Temas de anticorrupção e Compliance, 149-166, Rio de Janeiro.
- Deegan, C. & Rankin, M.(1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the environmental protection authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50-67, <https://doi.org/10.1108/09513579610116358> .
- Deegan, C. (2002) Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3) 282-311, <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>.

- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P. & Suchman, M. C (2017). Organizational Legitimacy: Six Key Questions. *The SAGE handbook of organizational institutionalism*, 4(2), 27-54.
- Eugênio, T. (2010) Avanço na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 102-118. <https://doi:10.4270/ruc.2010106>
- Fank, O. L. & Bauren, I. M. (2010) Evidenciação das estratégias de legitimidade da tipologia de Suchman (1995) nos relatórios da administração da Petrobras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 4(10), 25-47, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235217196003>.
- Farias, L.G.Q.; Andrade, J.C.S., Gomes, S.M.S. (2017) Estratégias de legitimidade de suchman evidenciadas pelas empresas brasileiras destinatárias do pedido do carbon disclosur e Project. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 10(5), 854-86, <https://doi.org/10.5902/1983465912677>.
- Ferreira, A. J. D. R. A. (2021). *Crise da dívida pública em Moçambique: análise das causas e propostas de solução*. Dissertação (Mestrado em Economia e Políticas Pública). ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa. 60..
- First Capital Bank, (FCB). - *Relatório e Contas 2019*. Disponível em <http://firstcapitalbank.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Gray, R.; Kouhy, R. & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47 – 77, <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>.
- Guthrie, J. & Parker, L. D (1989). Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, 19(76), 343-352, <https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728863> .
- Johnson, J. & Holub, M. J. (2003) Questioning organizational legitimacy: The case of U.S. expatriates, *Journal of Business Ethics*, 47, 269-293, <https://doi.org/10.1023/A:1026257229939>.
- Kraemer, M. E. P. & Tinoco, J. E. P. (2004) *Contabilidade e gestão ambiental*. São Paulo: Atlas.
- Kuruppu S., Milne M. & Tilt C.(2019) Gaining, maintaining and repairing organizational legitimacy: when to report and when not to report. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 32(7), 2062-2087, <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2013-1282>.
- Lomboy, C. K (2018). *Manual de Compliance*. 1. ed. São Paulo: Via ética.
- Machado, D. P. & Ott, E. (2015) Estratégias de legitimação social empregadas na evidenciação ambiental: um estudo à luz da teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 136-156, <https://doi:10.4270/ruc.2015107>.
- Maleiane, A (2014). *Bancas e finanças: o essencial sobre o sistema financeiro*: Maputo.

- Manzi, M. (2018) *Compliance no Brasil: Consolidação e Perspectivas*. São Paulo: Saint Paul,
- Maurer, J. G. (1971) *Readings in organizational theory: Open system approaches*. New York: Random House.
- McInnes, A. & Ahmed, A. (2016) Institutional pressures and ethical reckoning by business corporations, *Journal of Business Ethics*, 64-90, <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0551-9>.
- Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da união (CGU) (2015). *Programa de integridade: diretrizes para empresas privadas*. Brasília: CGU.
- Moza Banco - *Relatório e Contas 2019*. Disponível em <http://www.mozabanco.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- O'donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371, <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>.
- Oliver, C. (1991) Strategic responses to institutional processes. *Academy of management review*, 16(1), 145-179, <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279002>
- Patten, D. M. (1992) Intra –industry Environmental Disclosures in Response to the Alaskan Oil Spill: A Note on Legitimacy Theory. *Accounting, Organization and Society*, 15(5), 471-475, [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90042-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90042-Q).
- Pellegrino, C. & Lodhia, S. (2012) Climate change accounting and the Australian mining industry: Exploring links between corporate disclosure and the generation of legitimacy, *Journal of Cleaner Production*, 36, 68-82, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.02.022>.
- Schütze, F. (2014). Análise Sociológica e Linguística de Narrativas. **Civitas**, Porto Alegre, 14(2), 11-52, <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2014.2.17117>.
- Scott, W. R. (1991) Unpacking institutional arguments. *The new institutionalism in organizational analysis*: Chicago: University of Chicago Press.
- Sibille, D., & Serpa, A. (2016) *Os pilares do programa de compliance: Uma breve discussão*. Lec–Legal Ethics Compliance. São Paulo.
- Société Générale Moçambique (SGM) - *Relatório e Contas 2019*. Disponível em <http://www.societegenerale.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Standard Bank - *Relatório e Contas 2019*. Disponível em <http://www.standardbank.co.mz>. Acessado aos 10 de julho de 2020.
- Suchman, M (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*. 20(3), 571-610, <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>.
- Transparency International, *Corruption Perception Index 2018*. Disponível em < https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2018/>. Acesso em: 18 Set. 2019.
- United Bank for Africa Moçambique - *Relatório e Contas 2019*. Disponível em <https://www.ubamozambique.com>. Acessado aos 10 de julho de 2020.

- Vieira, J. B. & Barreto, R. T. S. (2019), *Governança, gestão de riscos e integridade*. Brasília.
- Voltarelli, F. R. & Zanchet, A. (2017) Divulgação de informações sociais e ambientais pela Itaipu Binacional: um estudo sob a ótica da teoria da legitimidade. *Revista de Contabilidade da UFBA*, 11(3), 4-30.
- Wartick, S. L. & Cochran, P. L. (1985) The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4), 758–769, <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279099>.
- Wood, D. J. (1991); Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16, 691–718, <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>.
- Yeung, K. (2009) Presentational management and the pursuit of regulatory legitimacy: A comparative study of competition and consumer agencies in the United Kingdom and Australia, *Public Administration*, 87, 274-294, <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2008.01747.x>.
- Zucker, L. G. (1987), Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, 13, 443–464, 1987, <https://doi.org/10.1146/annurev.so.13.080187.002303>.
- Helleiner, E. (2011). Understanding the 2007–2008 global financial crisis: Lessons for scholars of international political economy. *Annual review of political science*, 14, 67-87.

Planilha de Contribuição dos Autores				
Contribuição	Elcídio Henriques Quiraque	Marco Aurélio Gomes Barbosa	Daiane Pias Machado	Leticia Medeiros da Silva
1. Idealização e concepção do assunto e tema da pesquisa	X	X		
2. Definição do problema de pesquisa	X	X		
3. Desenvolvimento da Plataforma Teórica	X	X		
4. Delineamento da abordagem metodológica da pesquisa	X	X		
5. Coleta de dados	X			
6. Análises e interpretações dos dados coletados	X	X		
7. Conclusões da pesquisa	X	X		
8. Revisão crítica do manuscrito		X	X	X
9. Redação final do manuscrito, conforme as normas estabelecidas pela Revista.	X	X	X	X
10. Orientação		X	X	X