



ISSN: 2310-0036

Vol. 2 | Nº. 17 | Ano 2026

Azarias Pascoal

Universidade Católica de
Moçambique

Ramos Silva

rasilva@ucm.ac.mz



Rua: Comandante Gaivão nº 688

C.P.: 821

Website: <http://www.ucm.ac.mz/cms/>

Revista: <http://www.reid.ucm.ac.mz>

Email: reid@ucm.ac.mz

Tel.: (+258) 23 324 809

Fax: (+258) 23 324 858

Beira, Moçambique

Responsabilidade Ambiental Corporativa como Estratégia de Criação de valores financeiros e reputacionais das empresas: O caso duma empresa de exploração de alumínio em Moçambique (2021-2025)

Corporate Environmental Responsibility as a Strategy for Creating Financial and Reputational Value for Companies: The Case of an Aluminum Mining Company in Mozambique (2021-2025)

RESUMO

A responsabilidade ambiental corporativa (RAC) surge como uma abordagem estratégica indispensável para empresas que operam em setores com elevado impacto ambiental, como a mineração. A integração de práticas ambientais na gestão corporativa não se limita à mitigação de impactos negativos, mas constitui também uma ferramenta de criação de valor financeiro e reputacional. Este estudo tem como objectivo analisar como a responsabilidade ambiental corporativa contribui para a criação de valores financeiros e reputacionais numa empresa de exploração de alumínio em Moçambique. Onde para tal, foi aplicado um inquérito a 102 beneficiários das acções de Responsabilidade Ambiental Corporativa com o intuito de compreender o contributo dessas acções na criação de valor reputacional da empresa. Foram também realizadas entrevistas para os colaboradores da empresa responsáveis pelo departamento de responsabilidade ambiental com o fim de compreender as metodologias, desafios e os resultados das práticas de Responsabilidade Ambiental Corporativa. Após o estudo, concluiu-se que a responsabilidade ambiental corporativa contribui para a criação de valores financeiros e reputacionais ao promover maior eficiência operacional, redução de riscos ambientais e legais, fortalecimento da confiança dos *stakeholders* e melhoria da imagem institucional da empresa. A adopção de práticas ambientais adequadas permite à organização não apenas cumprir exigências regulatórias, mas também posicionar-se como uma entidade responsável, capaz de gerar benefícios económicos sustentáveis e consolidar a sua reputação no mercado e na comunidade.

Palavras-chave: Responsabilidade Ambiental Corporativa; Criação de Valor Empresarial e Reputação Corporativa.

Abstract

Corporate environmental responsibility (CER) emerges as an indispensable strategic approach for companies operating in sectors with a high environmental impact, such as mining. The integration of environmental practices into corporate management is not limited to mitigating negative impacts, but also constitutes a tool for creating financial and reputational value. This study aims to analyze how corporate environmental responsibility contributes to the creation of financial and reputational value in an aluminum mining company in Mozambique. To this end, a survey was applied to 102 beneficiaries of Corporate Environmental Responsibility actions in order to understand the contribution of these actions to the creation of the company's

reputational value. Interviews were also conducted with company employees responsible for the environmental responsibility department in order to understand the methodologies, challenges, and results of Corporate Environmental Responsibility practices. After the study, it was concluded that corporate environmental responsibility contributes to the creation of financial and reputational value by promoting greater operational efficiency, reducing environmental and legal risks, strengthening stakeholder trust, and improving the company's institutional image. Adopting appropriate environmental practices allows an organization not only to comply with regulatory requirements, but also to position itself as a responsible entity, capable of generating sustainable economic benefits and consolidating its reputation in the market and the community.

Keywords: Corporate Environmental Responsibility; Business Value Creation and Corporate Reputation.

1. Introdução

A responsabilidade ambiental corporativa (RAC) tem vindo a consolidar-se como uma abordagem estratégica fundamental para empresas que operam em sectores com elevado impacto ambiental, como a mineração, particularmente no contexto moçambicano, onde a exploração de recursos minerais, incluindo o alumínio, está associada a riscos ambientais significativos, tais como a degradação dos solos, a contaminação dos recursos hídricos e os efeitos negativos sobre a biodiversidade. Estes impactos, quando não adequadamente geridos, podem comprometer a sustentabilidade das operações e gerar conflitos com as comunidades locais, exigindo das empresas uma postura mais responsável e preventiva (Castel-Branco, 2019; IESE, 2015). Para além da mitigação dos impactos negativos, a integração de práticas ambientais na gestão corporativa constitui também uma importante ferramenta de criação de valor financeiro e reputacional, na medida em que empresas que adoptam estratégias ambientais tendem a alcançar maior eficiência operacional, redução de custos e maior acesso a investidores e financiamentos orientados para critérios de sustentabilidade (Porter & Van der Linde, 1995; Carroll, 1991). Paralelamente, a reputação corporativa é fortalecida pela percepção positiva dos stakeholders, incluindo comunidades, clientes, fornecedores e reguladores, contribuindo para a legitimidade social da organização (Freeman, 1984).

Neste sentido, a relevância da RAC torna-se ainda mais evidente em Moçambique, onde a pressão por transparência e responsabilidade ambiental tem aumentado devido à actuação de entidades reguladoras, organizações da sociedade civil e comunidades locais. Empresas do sector de exploração de alumínio enfrentam, assim, o desafio de demonstrar que as suas operações respeitam as normas ambientais e minimizam os impactos adversos, não apenas para cumprir exigências legais, mas também para reforçar a sua imagem institucional e consolidar relações sustentáveis com os diversos stakeholders (IESE, 2015; Castel-Branco, 2019). Contudo, apesar deste enquadramento normativo e social, a problemática da responsabilidade ambiental permanece complexa, uma vez que o simples cumprimento da legislação nem sempre se traduz em responsabilidade efectiva, especialmente quando persistem percepções de impactos ambientais negativos associados às actividades industriais.

A problemática central deste estudo emerge, portanto, da aparente contradição entre, por um lado, o esforço das empresas de exploração e processamento de alumínio em se posicionarem como ambientalmente responsáveis e, por outro, as evidências e percepções de impactos ambientais negativos reportados por comunidades e organizações da sociedade civil. Relatórios de instituições como o Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE, 2015) e o Centro de Integridade Pública (CIP, 2011, 2015, 2023) evidenciam preocupações relacionadas com a necessidade de maior fiscalização, transparência e avaliação dos reais contributos das empresas para a mitigação dos impactos ambientais, reforçando a ideia de que o cumprimento formal das normas não garante, por si só, uma responsabilidade ambiental efectiva. Adicionalmente, as comunidades residentes nas áreas circunvizinhas às operações industriais relatam sinais de degradação ambiental, tais como poeiras na vegetação, poluição atmosférica, odores intensos e ruído associado ao tráfego de camiões, factores que

afectam a qualidade de vida e podem comprometer a reputação e a legitimidade social da empresa (Suchman, 1995; Freeman, 1984). Assim, coloca-se em evidência a necessidade de compreender se as práticas de RAC adoptadas são suficientemente eficazes e se são devidamente reconhecidas pelos stakeholders, bem como se se traduzem em vantagens competitivas reais.

Neste contexto, a integração entre responsabilidade ambiental, desempenho financeiro e reputação corporativa ganha particular relevância, sendo sustentada por diferentes abordagens teóricas, nomeadamente a teoria dos *stakeholders*, que defende a necessidade de as empresas responderem às expectativas de todos os grupos de interesse, e a teoria da legitimidade, que enfatiza a importância do alinhamento entre as práticas organizacionais e os valores sociais para garantir aceitação e continuidade das operações (Freeman, 1984; Suchman, 1995). Deste modo, torna-se essencial analisar de que forma as práticas de responsabilidade ambiental corporativa influenciam a criação de valor financeiro e reputacional, especialmente em empresas de exploração de alumínio em Moçambique, onde os impactos ambientais e sociais são particularmente relevantes e a pressão por sustentabilidade é crescente.

Assim, o presente estudo tem como objectivo geral analisar como a responsabilidade ambiental corporativa contribui para a criação de valores financeiros e reputacionais numa empresa de exploração de alumínio em Moçambique.

2 QUADRO TEÓRICO

2.1 Conceito de Responsabilidade Ambiental Corporativa

A Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC) constitui um componente central da gestão estratégica moderna, correspondendo à integração sistemática de práticas e políticas ambientais no conjunto das actividades empresariais. Em termos gerais, RAC refere-se ao compromisso voluntário das organizações em gerir os impactos que as suas operações produzem sobre o meio ambiente, através de acções que vão além do mero cumprimento das obrigações legais (Carroll, 1991; Dahlsrud, 2008). Neste sentido, a RAC envolve iniciativas como a redução de emissões poluentes, a gestão adequada de resíduos, eficiência no uso de recursos naturais e a promoção de práticas sustentáveis em toda a cadeia de valor (Lozano, 2012; Bansal & Roth, 2000).

Diferentemente de abordagens que tratam a questão ambiental como um conjunto isolado de medidas correctivas ou de conformidade, a RAC é entendida como um instrumento de governação corporativa que integra dimensões ecológicas na estratégia global da empresa (Hart, 1995; Shrivastava, 1995). Neste quadro, a RAC não é vista apenas como resposta a pressões externas — como regulamentação, fiscalização ou activismo social — mas como uma iniciativa proactiva que busca equilibrar a criação de valor económico com a preservação do ambiente (Epstein & Buhovac, 2014).

Autores como Freeman (1984) destacam que as empresas são responsáveis não apenas pelos seus accionistas, mas também por um conjunto diversificado de *stakeholders*, incluindo comunidades,

clientes, fornecedores e o meio ambiente em geral. Esta perspectiva amplia a compreensão da responsabilidade empresarial, sugerindo que o desempenho ambiental impacta directamente a forma como a organização é percebida e aceita pela sociedade. Ao adoptar práticas de RAC, as empresas sinalizam um compromisso com valores éticos e com a sustentabilidade, factores que, segundo Wood (1991), se tornaram determinantes para a sua legitimidade e sustentabilidade a longo prazo.

A literatura académica também destaca que a RAC está directamente associada à gestão de riscos ambientais, tanto internos como externos. Sob esta óptica, a implementação de sistemas de gestão ambiental — por exemplo, a norma ISO 14001 — representa uma resposta estratégica aos desafios ecológicos, ao mesmo tempo que potencializa o desempenho organizacional (Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011; Morrow & Rondinelli, 2002). De acordo com Russo e Fouts (1997), empresas com fortes práticas ambientais tendem a demonstrar maior capacidade de inovação, eficiência operacional e resiliência face a choques externos, contribuindo assim para resultados económicos superiores. Outros autores defendem que a RAC é uma dimensão da responsabilidade social corporativa (RSC), centrada particularmente nos aspectos ambientais, mas intrinsecamente ligada a outras dimensões sociais e éticas.

2.1.1 Abordagens Teóricas da Responsabilidade Ambiental Corporativa

A análise académica da Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC) tem sido desenvolvida a partir de diferentes perspectivas teóricas, que procuram explicar por que e como as empresas adoptam práticas ambientais. Entre as principais abordagens destacam-se a visão instrumental, a visão ética e a visão estratégica, cada uma oferecendo um enquadramento distinto para compreender a RAC.

A visão instrumental encara a RAC como um meio para atingir fins económicos e estratégicos, enfatizando os benefícios tangíveis que a implementação de práticas ambientais pode trazer para a empresa. De acordo com Porter e Van der Linde (1995), a RAC, quando integrada nas operações corporativas, pode gerar vantagens competitivas, ao reduzir custos operacionais, promover eficiência nos processos produtivos e melhorar a imagem da empresa perante investidores e consumidores. Esta abordagem também é suportada pela perspectiva de recursos e capacidades (Resource-Based View), que sustenta que empresas com capacidades ambientais avançadas podem diferenciar-se no mercado e gerar desempenho superior (Hart, 1995; Russo & Fouts, 1997).

Por outro lado, a visão ética foca a RAC como uma obrigação moral da empresa perante a sociedade e o meio ambiente. Esta abordagem sustenta que as empresas têm responsabilidades que vão além do cumprimento da lei e da maximização do lucro, incluindo a preservação do meio ambiente e o bem-estar das comunidades afetadas pelas suas operações (Carroll, 1991; Wood, 1991). Sob esta perspectiva, a RAC é motivada por princípios de justiça ambiental e sustentabilidade, reforçando a legitimidade da empresa e fortalecendo relações de confiança com stakeholders, independentemente de benefícios financeiros imediatos (Freeman, 1984; Matten & Moon, 2008).

A visão estratégica, por sua vez, combina elementos das abordagens instrumental e ética, considerando

que a RAC é simultaneamente uma exigência ética e uma ferramenta para melhorar a posição competitiva da empresa. Segundo Epstein e Buhovac (2014), a integração estratégica da RAC permite às empresas alinhar objetivos económicos com a sustentabilidade ambiental, criando valor de longo prazo e mitigando riscos legais, sociais e reputacionais. Esta perspectiva é reforçada por estudos que mostram que organizações que implementam RAC de forma estratégica obtêm

maior capacidade de inovação, resiliência e aceitação social (Lozano, 2012; Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011).

Essas três abordagens teóricas oferecem diferentes lentes para compreender a RAC. Enquanto a visão instrumental enfatiza os ganhos económicos e competitivos, a visão ética centra-se na obrigação moral e na legitimidade perante a sociedade, e a visão estratégica propõe uma integração equilibrada entre valores éticos e desempenho empresarial. Compreender estas abordagens permite aos gestores e investigadores analisar não apenas o que é feito em termos ambientais, mas também por que é feito, e como essas práticas podem contribuir simultaneamente para a criação de valor financeiro e reputacional.

2.2 Exemplos de Práticas Ambientais em Empresas de Mineração Recursos Naturais

As empresas de mineração e exploração de recursos naturais enfrentam desafios ambientais significativos devido à natureza das suas operações, que frequentemente envolvem perfuração, extração, transporte e processamento de minerais. Esses processos podem gerar impactos diretos sobre o solo, água, ar e biodiversidade, tornando essencial a implementação de práticas de responsabilidade ambiental corporativa (RAC) específicas para este sector (Hart, 1995; Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011).

Entre os exemplos mais relevantes de práticas ambientais em empresas de mineração destacam-se:

- **Gestão de rejeitos e resíduos minerais:** Empresas como a Alcoa e a Rio Tinto implementam sistemas de armazenamento seguro de rejeitos de mineração, reduzindo a contaminação de solos e rios. Estes sistemas incluem barragens de rejeitos devidamente projetadas, monitoramento contínuo de infiltrações e planos de contingência em caso de falhas (Lozano, 2012; Epstein & Buhovac, 2014).
- **Monitoramento da qualidade da água e recuperação de corpos hídricos:** A exploração mineral frequentemente contamina rios e lençóis freáticos com metais pesados e sedimentos. Empresas como a BHP Billiton aplicam sistemas de tratamento de águas residuais e monitoramento contínuo da qualidade da água, além de programas de recuperação de áreas degradadas, garantindo que os impactos sobre as comunidades locais e ecossistemas sejam minimizados (Morrow & Rondinelli, 2002; Hart & Ahuja, 1996).
- **Controlo de emissões atmosféricas e poeira:** A mineração e o processamento de minerais geram partículas em suspensão, gases tóxicos e poluentes atmosféricos. Para mitigar estes impactos, empresas aplicam tecnologias de filtragem, barreiras de vegetação, aspersão de água em áreas de transporte de minério e sistemas de monitoramento contínuo da qualidade do ar (Porter & Van der Linde, 1995; Dahlsrud, 2008).

- **Recuperação e reabilitação de áreas degradadas:** Empresas de mineração investem em programas de reflorestamento e recuperação de solos, com o objetivo de restaurar ecossistemas afetados pela extração mineral. Projetos de revegetação de áreas mineradas, plantio de espécies nativas e criação de corredores ecológicos são práticas comuns, promovendo biodiversidade e mitigando os efeitos de desmatamento e erosão (Shrivastava, 1995; Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011).
- **Uso eficiente de recursos e tecnologias limpas:** Empresas do sector implementam tecnologias que reduzem o consumo de energia e água, além de reaproveitar subprodutos da mineração para novos processos produtivos. Por exemplo, o reaproveitamento de bauxita residual na indústria do alumínio diminui a necessidade de extração adicional e reduz impactos ambientais (Hart, 1995; Epstein & Buhovac, 2014).
- **Programas de educação e engajamento comunitário:** Grandes empresas de mineração promovem campanhas de sensibilização ambiental para comunidades locais, envolvendo stakeholders no acompanhamento de programas de sustentabilidade e mitigação ambiental. Estes programas fortalecem a legitimidade social da empresa, reduzem conflitos e melhoram a percepção pública sobre a responsabilidade ambiental corporativa (Elkington, 1998; Carroll & Shabana, 2010).
- **Certificação e auditorias ambientais:** Empresas de mineração frequentemente adotam normas internacionais como ISO 14001 e realizam auditorias ambientais periódicas para garantir conformidade com legislação e boas práticas internacionais. Estas medidas permitem identificar pontos de melhoria, reduzir riscos legais e demonstrar compromisso com sustentabilidade perante investidores e órgãos reguladores (Fonseca, 2010; Morrow & Rondinelli, 2002).

2.3 Relação entre Práticas Ambientais e Desempenho Financeiro

As práticas de responsabilidade ambiental corporativa (RAC) têm uma relação directa com o desempenho financeiro das empresas, atuando não apenas como mecanismo de conformidade legal e ética, mas também como uma fonte de vantagens económicas estratégicas (Hart, 1995; Russo & Fouts, 1997). Empresas que implementam políticas ambientais eficazes conseguem reduzir custos operacionais, aumentar a eficiência, acessar financiamentos preferenciais e atrair investidores orientados para critérios ESG (Environmental, Social and Governance), criando, assim, valor financeiro sustentável.

A redução de custos é uma das consequências mais imediatas das práticas ambientais. A gestão eficiente de recursos naturais, como água, energia e matérias-primas, bem como a minimização de resíduos e efluentes, permite às empresas diminuir despesas operacionais significativas (Hart & Ahuja, 1996; Lozano, 2012). Por exemplo, a implementação de sistemas de reaproveitamento de subprodutos na indústria de mineração reduz a necessidade de extração adicional e diminui os custos com tratamento e disposição de resíduos, promovendo economia de recursos e maior rentabilidade (Morrow & Rondinelli, 2002; Epstein & Buhovac, 2014).

A eficiência operacional é outro benefício financeiro associado às práticas ambientais. A adoção de tecnologias limpas e sistemas de gestão ambiental, como a ISO 14001, incentiva inovação em processos e melhoria contínua, reduzindo desperdícios, aumentando a produtividade e melhorando a qualidade dos produtos e serviços (Shrivastava, 1995; Hart, 1995). Empresas que integram a RAC nos seus processos operacionais tornam-se mais competitivas e resilientes, conseguindo gerar retornos económicos consistentes mesmo em contextos de elevada pressão ambiental e regulatória (Porter & Van der Linde, 1995; Epstein & Buhovac, 2014).

Além disso, as práticas ambientais facilitam o acesso a financiamentos e investidores ESG. No contexto actual, investidores institucionais e fundos de investimento valorizam empresas que demonstram compromisso com sustentabilidade, utilizando critérios ambientais, sociais e de governança para avaliar risco e retorno (Carroll & Shabana, 2010; Dahlsrud, 2008). Empresas ambientalmente responsáveis tendem a apresentar menor risco percebido, custo de capital reduzido e condições mais favoráveis de financiamento, fortalecendo a sua posição económica e capacidade de expansão (Russo & Fouts, 1997; Hart & Ahuja, 1996).

2.3.1 Responsabilidade Ambiental Corporativa e Reputação Corporativa

A responsabilidade ambiental corporativa (RAC) desempenha um papel central na construção e fortalecimento da reputação corporativa das empresas, especialmente em setores de alto impacto ambiental, como a mineração e exploração de recursos naturais. A reputação é entendida como a percepção que *stakeholders* internos e externos têm sobre a empresa, incluindo clientes, investidores, fornecedores, comunidades locais e órgãos reguladores, sendo influenciada significativamente pela forma como a organização gere os seus impactos ambientais (Fombrun, 1996; Carroll & Shabana, 2010).

Empresas que demonstram compromisso com práticas ambientais consistentes tendem a ganhar confiança e credibilidade junto da sociedade e do mercado. Esta confiança não é apenas moral, mas também estratégica, pois fortalece a posição competitiva da organização, atrai clientes e parceiros que valorizam sustentabilidade e reduz riscos de litígios ou conflitos com comunidades e autoridades (Dahlsrud, 2008; Elkington, 1998). No contexto da mineração, por exemplo, projetos que adotam programas de recuperação de áreas degradadas, gestão de resíduos tóxicos e monitoria de emissões atmosféricas tendem a ser vistos de forma mais positiva, melhorando a imagem da empresa perante comunidades locais e investidores (Hart, 1995; Epstein & Buhovac, 2014).

A RAC contribui ainda para a diferenciação competitiva. Organizações ambientalmente responsáveis destacam-se num mercado onde consumidores e investidores estão cada vez mais conscientes dos impactos ambientais e sociais das empresas. A percepção de compromisso ambiental transforma-se em valor intangível, refletindo-se em fidelização de clientes, preferência por produtos e serviços sustentáveis, e maior facilidade no estabelecimento de parcerias estratégicas e acesso a mercados internacionais (Porter & Van der Linde, 1995; Lozano, 2012).

Além disso, a integração da RAC fortalece a resiliência da reputação corporativa em situações de crise. Empresas que já possuem políticas ambientais sólidas e transparentes conseguem responder de forma mais eficaz a incidentes ambientais, minimizando impactos negativos na imagem institucional e preservando a confiança dos stakeholders (Fombrun & van Riel, 2004; Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011). Isto demonstra que a RAC não é apenas uma medida preventiva, mas também uma ferramenta estratégica de gestão de reputação e mitigação de riscos de imagem.

Estudos empíricos indicam que a reputação corporativa, fortalecida pela RAC, está correlacionada com desempenho financeiro sustentável. Organizações com boa reputação ambiental tendem a atrair investidores ESG, reduzir custo de capital e melhorar a percepção de risco, mostrando que responsabilidade ambiental e valor financeiro estão interligados (Russo & Fouts, 1997; Carroll & Shabana, 2010). Neste sentido, a reputação corporativa emerge como um ativo estratégico intangível, capaz de gerar benefícios económicos diretos e indiretos, ao mesmo tempo em que promove confiança, legitimidade e aceitação social para as operações da empresa.

2.3.1.1 Relação entre Reputação Corporativa e Desempenho Financeiro Económico

Diversos estudos empíricos demonstram que empresas com reputação corporativa sólida tendem a apresentar melhor desempenho económico, maior capacidade de atração de investimentos e menor exposição a riscos legais e sociais. Fombrun (1996) argumenta que a reputação corporativa constitui um ativo intangível que influencia diretamente a percepção de stakeholders, determinando confiança, credibilidade e apoio às operações da empresa. Essa percepção positiva é determinante para a atração de capital, fortalecimento de parcerias estratégicas e expansão de mercado.

Empresas ambientalmente responsáveis, que adotam práticas consistentes de responsabilidade ambiental corporativa (RAC), demonstram maior eficiência operacional e redução de desperdícios, o que impacta positivamente a rentabilidade. Russo e Fouts (1997) evidenciam que organizações com reputação sólida obtêm retornos financeiros mais elevados, resultado da confiança de investidores e da preferência de consumidores conscientes. Hart (1995) reforça que empresas que integram práticas ambientais estratégicas reduzem riscos operacionais e legais, protegendo-se de litígios, sanções e boicotes, e aumentando a estabilidade económica.

Além disso, a reputação corporativa atrai investimentos orientados por critérios ESG (Environmental, Social and Governance). Investidores e fundos institucionais priorizam empresas com desempenho ambiental e social consistente, considerando-as menos arriscadas e mais resilientes em contextos de volatilidade económica (Carroll & Shabana, 2010; Elkington, 1998; Lozano, 2012). A confiança gerada pela boa reputação permite que estas empresas obtenham financiamentos com melhores condições, acesso a mercados internacionais e maior capacidade de inovação, consolidando vantagem competitiva sustentável.

Estudos de caso em setores de mineração e exploração de recursos naturais mostram que organizações que investem em recuperação de áreas degradadas, redução de emissões e comunicação transparente

de práticas ambientais são percebidas de forma mais positiva por comunidades e órgãos reguladores, reduzindo riscos sociais e legais (Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011; Epstein & Buhovac, 2014). Essa percepção favorável diminui conflitos com stakeholders locais, aumenta a legitimidade das operações e contribui para um ambiente regulatório mais favorável.

2.4 Impactos Ambientais e Sociais típicos da exploração de alumínio no país

A exploração de alumínio, através da extração de bauxita e do processamento industrial, é uma atividade economicamente estratégica em Moçambique, mas apresenta impactos ambientais e sociais significativos que requerem atenção e gestão responsável. Entre os principais impactos ambientais destacam-se a degradação do solo, poluição hídrica, alteração da biodiversidade e emissões de gases poluentes (Banza et al., 2016; Damião, 2018). A extração de bauxita envolve

grandes movimentações de terra, resultando em erosão, perda de cobertura vegetal e diminuição da fertilidade do solo, afetando ecossistemas adjacentes e a capacidade produtiva de áreas rurais próximas (Annandale, Morrison-Saunders & Retief, 2011; Hart, 1995).

A contaminação de recursos hídricos é outro impacto relevante. A drenagem de águas provenientes da mineração pode transportar metais pesados e sedimentos para rios e lagoas, comprometendo a qualidade da água para consumo humano, irrigação agrícola e preservação da fauna aquática (Castel-Branco, 2019; Epstein & Buhovac, 2014). Além disso, o processamento de alumínio envolve a geração de resíduos sólidos e emissões de gases, incluindo dióxido de enxofre e partículas em suspensão, que contribuem para poluição atmosférica e problemas de saúde respiratória nas comunidades circundantes (Lozano, 2012; Porter & Van der Linde, 1995).

Do ponto de vista social, a exploração de alumínio pode gerar deslocamento de comunidades, conflitos pelo uso da terra e mudanças significativas no modo de vida local. Comunidades que vivem próximas às áreas de mineração frequentemente enfrentam restrições no acesso a terras agrícolas, água potável e recursos naturais essenciais, aumentando a vulnerabilidade socioeconómica (Dahlsrud, 2008; Carroll & Shabana, 2010). Por outro lado, a atividade mineradora também contribui positivamente, criando emprego, infraestrutura e oportunidades de desenvolvimento local, desde que acompanhada de programas de responsabilidade social e ambiental (Banza et al., 2016; Elkington, 1998).

2.5. Revisão da Literatura Empírica

Foi realizado um estudo por Clarkson, Overell e Chapple (2011), que tinha como objetivo analisar a relação entre práticas de responsabilidade ambiental corporativa e a percepção de *stakeholders* em empresas do setor de mineração na Austrália. Para tal, foi realizada uma análise quantitativa de dados secundários, incluindo relatórios de sustentabilidade, indicadores de desempenho financeiro e dados sobre gestão ambiental, complementada por entrevistas com gestores, representantes comunitários e especialistas em meio ambiente. Após o estudo, concluiu-se que empresas com políticas ambientais mais robustas e comunicação transparente sobre suas práticas apresentavam maior confiança e

aceitação por parte de *stakeholders*, melhor reputação corporativa e desempenho financeiro mais estável. O estudo evidenciou que a RAC, quando implementada de forma estratégica, atua como um instrumento que gera valor intangível, reforça a legitimidade social e impacta positivamente resultados económicos, destacando a importância da gestão ambiental integrada às estratégias corporativas.

Foi realizado um estudo por Hart e Ahuja (1996), que tinha como objetivo investigar de que forma a gestão ambiental influencia a eficiência operacional e o desempenho financeiro de empresas industriais nos Estados Unidos. Para tal, foi realizada uma análise empírica baseada em indicadores de emissão de poluentes, relatórios de sustentabilidade, dados financeiros e métricas de produtividade, comparando empresas com diferentes níveis de comprometimento ambiental. Após o estudo, concluiu-se que empresas com maior investimento em práticas ambientais apresentavam redução de custos operacionais, maior eficiência produtiva e desempenho financeiro superior, revelando que a RAC pode atuar como vantagem competitiva estratégica. O estudo também destacou que empresas ambientalmente responsáveis tendem a reduzir riscos legais e sociais, fortalecendo sua reputação corporativa e criando valor económico sustentável, além de contribuírem para a construção de uma imagem de confiabilidade junto a investidores e clientes.

Foi realizado um estudo por Russo e Fouts (1997), que tinha como objetivo examinar a relação entre responsabilidade ambiental corporativa e rentabilidade de empresas do setor industrial a nível global, abrangendo organizações nos Estados Unidos, Europa e Ásia. Para tal, foi aplicada uma análise quantitativa de dados secundários, incluindo relatórios anuais, indicadores ESG (Environmental, Social and Governance) e métricas de retorno financeiro, de modo a avaliar se empresas com maior comprometimento ambiental apresentavam desempenho superior. Após o estudo, concluiu-se que empresas com políticas ambientais mais avançadas e práticas sustentáveis tendem a apresentar maior rentabilidade, menor risco financeiro e maior capacidade de atração de investidores preocupados com sustentabilidade, confirmando que a RAC funciona como uma ferramenta estratégica capaz de gerar valor financeiro e reputacional. O estudo reforça que a responsabilidade ambiental corporativa não é apenas uma exigência ética ou legal, mas também uma alavanca para vantagem competitiva, crescimento económico sustentável e fortalecimento da imagem institucional perante *stakeholders*.

3. METODOLOGIA

A presente investigação, quanto aos métodos, enquadra-se no método hipotético-dedutivo, na medida em que parte de pressupostos teóricos relacionados com a Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC), o desempenho financeiro e a reputação corporativa, com o objetivo de testar relações entre estas variáveis no contexto de uma empresa de exploração de alumínio em Moçambique, permitindo a formulação de hipóteses com base na literatura e a sua verificação através de dados empíricos (Gil, 2008; Marconi & Lakatos, 2010). Complementarmente, recorre ao método estatístico, através do uso de técnicas quantitativas como estatística descritiva, frequências, percentagens e testes de associação, nomeadamente o teste exacto de Fisher, possibilitando a organização e interpretação objectiva dos dados (Fonseca, 2002). O estudo também adopta o método monográfico ou estudo de caso, por se

concentrar numa única empresa, permitindo uma análise aprofundada das práticas de RAC e dos seus impactos no desempenho financeiro e na reputação corporativa no seu contexto real (Yin, 2015).

Quanto à natureza, a investigação classifica-se como pesquisa aplicada, pois visa produzir conhecimentos práticos orientados para a resolução de problemas concretos relacionados com a gestão ambiental nas empresas, especialmente no que se refere à RAC como estratégia de criação de valor financeiro e reputacional, contribuindo não apenas para o avanço teórico, mas também para a melhoria das práticas organizacionais (Gil, 2008; Marconi & Lakatos, 2010). Assim, o estudo incide sobre uma realidade específica, permitindo analisar práticas ambientais, os seus impactos financeiros e a percepção dos *stakeholders*.

No que se refere à abordagem, trata-se de uma investigação mista, pois integra simultaneamente métodos quantitativos e qualitativos, o que permite uma análise mais completa do fenómeno (Creswell, 2014). A abordagem quantitativa baseia-se na aplicação de questionários estruturados, cujos dados são analisados estatisticamente através de frequências, percentagens e testes de associação, permitindo identificar relações entre RAC, desempenho financeiro e reputação corporativa (Fonseca, 2002). Por sua vez, a abordagem qualitativa permite compreender de forma aprofundada as percepções e experiências dos participantes, sobretudo quanto aos impactos das práticas ambientais, contribuindo para a interpretação e contextualização dos resultados quantitativos (Gil, 2008).

A população do estudo é constituída pelos colaboradores de uma empresa de exploração de alumínio em Moçambique, incluindo técnicos, administrativos e gestores, bem como membros da comunidade local afectada pelas actividades da empresa, por serem atores relevantes na avaliação das práticas de RAC e dos seus impactos ambientais, financeiros e reputacionais (Gil, 2008; Marconi & Lakatos, 2010). A amostra é composta por 102 colaboradores da empresa, selecionados de diferentes áreas funcionais, e por 5 colaboradores diretamente ligados às áreas de gestão ambiental, sustentabilidade ou responsabilidade social, garantindo diversidade de perspetivas e aprofundamento técnico sobre as práticas de RAC.

Quanto às técnicas e instrumentos de recolha de dados, para a população em geral recorreu-se ao inquérito por questionário estruturado, aplicado através do *Google Forms*, permitindo recolher percepções sobre sustentabilidade ambiental, desempenho financeiro e reputação corporativa. Para os colaboradores das áreas responsáveis pela RAC, utilizou-se a entrevista semiestruturada, com recurso a um guião previamente elaborado, permitindo explorar de forma aprofundada as estratégias, desafios e resultados das práticas ambientais da empresa.

Por fim, no que se refere às técnicas de análise de dados, os dados dos questionários foram tratados com recurso à estatística descritiva, incluindo frequências, percentagens e representação gráfica, permitindo identificar padrões e tendências nas percepções dos respondentes. Já os dados das entrevistas foram analisados através da análise de conteúdo, possibilitando a identificação de categorias e temas relevantes, bem como a interpretação aprofundada das práticas institucionais de RAC, contribuindo para uma compreensão integrada e contextualizada dos resultados do estudo.

4 RESULTADOS

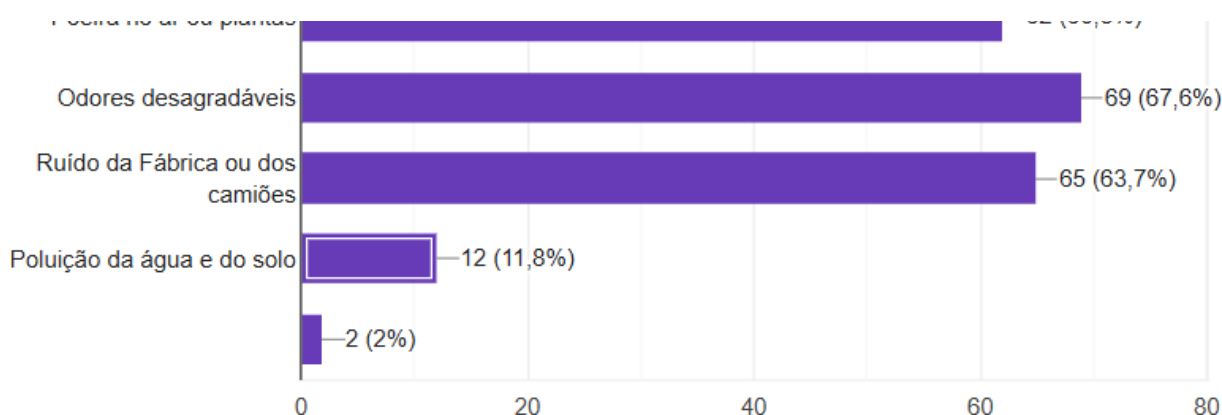
4.1 Impactos Observados pelos Participantes

Relativamente aos impactos ambientais observados pelas comunidades beneficiárias das acções de Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC), os dados revelam a percepção de múltiplos efeitos resultantes das actividades da empresa de exploração de alumínio. Verifica-se que 67,6% dos participantes identificaram odores desagradáveis, indicando que emissões atmosféricas provenientes das operações são significativamente sentidas pela população local. Adicionalmente, 63,7% relataram ruído proveniente da fábrica ou dos camiões, evidenciando o impacto das actividades industriais e logísticas na qualidade de vida da comunidade.

Outro efeito ambiental bastante observado é a presença de poeira no ar ou sobre as plantas, mencionada por 60,8% dos participantes, o que pode estar relacionado com a movimentação de materiais e processos de produção, afetando tanto a saúde dos moradores quanto o ecossistema local. Por fim, uma parcela menor, 11,8%, assinalou poluição da água e do solo, destacando que, embora menos visível, existe preocupação com a contaminação de recursos naturais essenciais para a comunidade.

De acordo com Hart (1995), a identificação e monitorização destes impactos ambientais são essenciais para que as empresas implementem estratégias de mitigação adequadas e consigam alinhar a sua actividade com os princípios de sustentabilidade e responsabilidade corporativa. Estes resultados mostram que a população está atenta aos efeitos diretos das operações industriais, reforçando a necessidade de medidas contínuas de controlo ambiental, comunicação transparente com os stakeholders e políticas de Responsabilidade Ambiental Corporativa que minimizem riscos e promovam a convivência harmoniosa entre a empresa e a comunidade local.

Figura 1. Impactos Observados pelos Participantes



Fonte: Elaborado pelo Autor (2026)

4.2 Práticas Ambientais para Melhorar a Reputação da Empresa

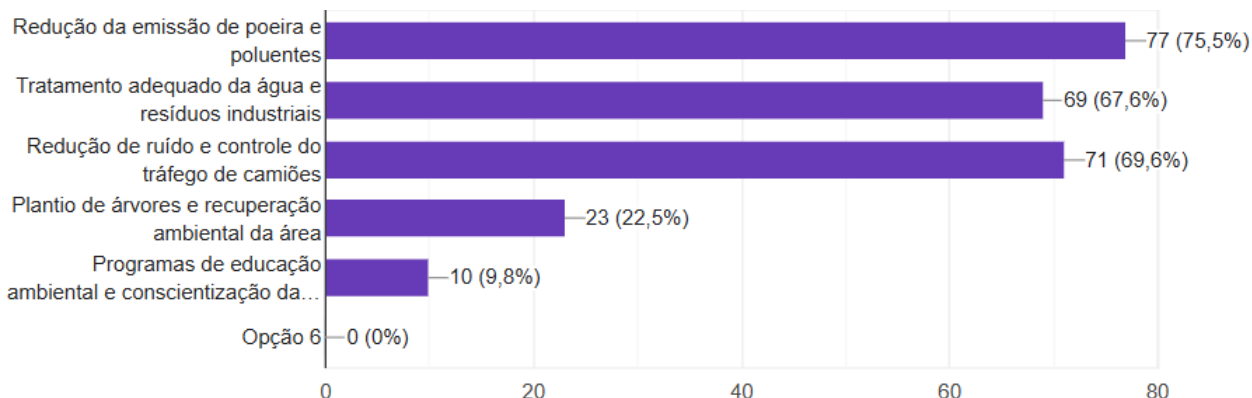
Relativamente às práticas ambientais que poderiam melhorar a reputação da empresa e beneficiar a comunidade, os resultados evidenciam que a população beneficiária possui uma percepção clara das principais áreas que necessitam de intervenção e reforço por parte da organização. Verifica-se que 75% dos participantes apontaram a redução da emissão de poeira e poluentes como a principal medida a ser adoptada, o que demonstra uma forte preocupação com a qualidade do ar e os seus efeitos na saúde e no bem-estar da comunidade.

Adicionalmente, 69% dos inquiridos indicaram a necessidade de redução do ruído e controlo do tráfego de camiões, evidenciando que os impactos sonoros e a movimentação de veículos pesados são factores relevantes que afectam a qualidade de vida da população local. De igual modo, 67% destacaram a importância do tratamento adequado da água e dos resíduos industriais, reforçando a preocupação com a preservação dos recursos naturais e a prevenção de contaminação ambiental. Por fim, 22% dos participantes sugeriram o plantio de árvores e a recuperação ambiental das áreas afectadas, o que, embora menos referido, demonstra uma consciência ambiental voltada para a sustentabilidade e reabilitação dos ecossistemas.

Segundo Porter e Van der Linde (1995), a adopção de práticas ambientais eficientes não só contribui para a redução dos impactos negativos no meio ambiente, como também pode gerar vantagens competitivas, melhorar a reputação corporativa e aumentar a eficiência operacional das empresas. Neste contexto, as sugestões apresentadas pela população beneficiária representam oportunidades estratégicas para a empresa reforçar as suas políticas de Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC), respondendo directamente às preocupações dos *stakeholders*.

Adicionalmente, Elkington (1998), ao introduzir o conceito de Triple Bottom Line, defende que as empresas devem equilibrar o desempenho económico, ambiental e social para alcançar a sustentabilidade a longo prazo. Nesta perspectiva, a implementação de medidas como a redução de poluentes, gestão adequada de resíduos e recuperação ambiental não apenas responde às exigências da comunidade, mas também contribui para o fortalecimento da reputação corporativa e para a criação de valor sustentável. Assim, ao alinhar as suas práticas com as expectativas dos *stakeholders*, a empresa poderá consolidar a sua legitimidade social, reduzir riscos operacionais e promover um desenvolvimento mais equilibrado entre os interesses económicos e ambientais.

Figura 3. Práticas ambientais para melhoramento da Reputação da Empresa



Fonte: Elaborado pelo Autor (2026)

4.3 Discussão de Resultados

Os resultados obtidos no presente estudo permitem uma análise aprofundada sobre o papel da Responsabilidade Ambiental Corporativa (RAC) como estratégia de criação de valor financeiro e reputacional, particularmente no contexto de uma empresa de exploração de alumínio em Moçambique. De forma geral, os dados evidenciam que a população reconhece simultaneamente os impactos ambientais das actividades da empresa e os seus contributos económicos, ao mesmo tempo que identifica áreas críticas que necessitam de melhoria, como a redução de poluentes, controlo do ruído, gestão de resíduos e recuperação ambiental. Esta dualidade entre benefícios e impactos revela a complexidade inerente às actividades extractivas, reforçando a necessidade de uma abordagem integrada e estratégica da RAC.

Ao relacionar estes resultados com o estudo realizado por Madime e Gonçalves (2022), observa-se uma convergência relevante. Os autores concluíram que, embora exista uma relação positiva entre práticas de responsabilidade social e ambiental e o desempenho económico-financeiro, essa relação nem sempre é estatisticamente significativa. No presente estudo, verifica-se que 81% da população considera que a empresa impacta positivamente a economia local, evidenciando que, ao nível perceptivo, os benefícios económicos são reconhecidos. No entanto, a existência de percepções neutras (13,7%) e negativas (5,3%) sugere que esses benefícios podem não ser distribuídos de forma equitativa ou suficientemente visíveis para todos os membros da comunidade. Esta constatação reforça a ideia de que a eficácia da RAC não depende apenas da sua implementação, mas também da forma como os seus resultados são percebidos e comunicados aos *stakeholders*.

Por outro lado, os resultados também dialogam com o estudo de Machanguana e Sardinha (2021), que evidenciou fragilidades na implementação das práticas de responsabilidade social corporativa no contexto de empresas extractivas, caracterizando-as como muitas vezes reactivas e pouco integradas nas estratégias organizacionais. No presente estudo, embora 72,5% dos participantes reconheçam que a empresa se preocupa totalmente com a protecção ambiental, uma parcela significativa (24,5%) considera essa preocupação apenas parcial. Adicionalmente, a identificação de impactos ambientais

concretos, como poeira (60,8%), odores (67,6%) e ruído (63,7%), evidencia que as práticas existentes ainda não são suficientes para eliminar ou reduzir significativamente os efeitos negativos das operações.

Em contraste, o estudo de Russo e Fouts (1997) apresenta uma perspectiva mais optimista, demonstrando que empresas com práticas ambientais avançadas tendem a alcançar maior rentabilidade, menor risco financeiro e melhor reputação. Os resultados do presente estudo confirmam parcialmente esta evidência, sobretudo no que diz respeito à reputação corporativa, uma vez que a maioria dos participantes atribuiu classificações elevadas (4 e 5). Contudo, a identificação de impactos ambientais negativos e as sugestões de melhoria apresentadas pela comunidade indicam que ainda existe espaço para reforçar as práticas ambientais, de modo a consolidar uma reputação ainda mais sólida e sustentável.

5 CONCLUSÃO

No que diz respeito às práticas de responsabilidade ambiental corporativa adoptadas pela empresa, verificou-se que a organização implementa diversas iniciativas voltadas para a gestão ambiental, incluindo o controlo de emissões, monitorização da qualidade do ar, gestão de resíduos industriais e algumas acções de recuperação ambiental. Contudo, apesar da existência destas práticas, os resultados indicam que ainda persistem impactos ambientais perceptíveis, como poeira, ruído e odores, o que demonstra a necessidade de reforçar e aprimorar continuamente as medidas adoptadas, tornando-as mais eficazes e abrangentes.

Relativamente à influência das práticas ambientais no desempenho financeiro, os resultados demonstram que a maioria da população reconhece que as operações da empresa contribuem positivamente para a economia local, principalmente através da geração de emprego e dinamização das actividades económicas. Este facto evidencia que a responsabilidade ambiental, quando associada a uma gestão eficiente, pode contribuir indirectamente para a criação de valor financeiro. No entanto, a existência de percepções neutras e negativas indica que estes benefícios não são plenamente percebidos por todos, sendo necessário garantir uma distribuição mais equitativa dos ganhos económicos e maior visibilidade das contribuições da empresa.

No que concerne à percepção da comunidade local sobre a actuação da empresa em relação à responsabilidade ambiental, os resultados revelam que a maioria dos participantes reconhece o compromisso da organização com a protecção ambiental. Contudo, uma parcela significativa considera que este compromisso é apenas parcial, o que evidencia a existência de lacunas na eficácia das práticas implementadas e na comunicação com os *stakeholders*. Além disso, a identificação de impactos ambientais concretos reforça a necessidade de uma abordagem mais proactiva e transparente por parte da empresa.

No que se refere à influência da responsabilidade ambiental corporativa na reputação da empresa, os resultados indicam que a organização possui, de forma geral, uma reputação positiva junto da comunidade, sendo maioritariamente classificada com níveis elevados. Esta percepção favorável está

associada tanto às práticas ambientais adoptadas quanto aos benefícios económicos gerados. No entanto, a presença de avaliações intermédias e baixas demonstra que a reputação ainda pode ser fortalecida, sobretudo através da melhoria contínua das práticas ambientais e do reforço do relacionamento com a comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Annandale, D., Morrison-Saunders, A., & Retief, F. (2011). *Environmental impact assessment and risk analysis in mining projects*. *Environmental Impact Assessment Review*, 31(3), 1–10.
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717–736.
- Banza, A., et al. (2016). *Environmental impacts of mining activities in developing countries*. *Journal of Environmental Management Studies*, 22(4), 55–70.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105.
- Castel-Branco, C. N. (2019). *Economia política dos recursos naturais em Moçambique*. IESE – Instituto de Estudos Sociais e Económicos.
- Clarkson, M. B. E., Overell, J., & Chapple, L. (2011). Environmental reporting and stakeholder engagement in mining companies. *Journal of Business Ethics*, 103(3), 1–15.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
- Damião, J. (2018). *Impactos ambientais da mineração em África*. Universidade Eduardo Mondlane.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers.
- Epstein, M. J., & Buhovac, A. R. (2014). *Making sustainability work: Best practices in managing and measuring corporate social, environmental and economic impacts*. Berrett-Koehler Publishers.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., & van Riel, C. B. M. (2004). *Fame and fortune: How successful companies build winning reputations*. FT Prentice Hall.
- Fonseca, J. J. S. (2010). *Metodologia da pesquisa científica*. Atlas.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986–1014.
- Hart, S. L., & Ahuja, G. (1996). Does it pay to be green? An empirical examination of the relationship between emission reduction and firm performance. *Business Strategy and the Environment*, 5(1), 30–37.
- Hart, S. L., & Ahuja, G. (1996). Does it pay to be green? *Business Strategy and the Environment*, 5(1), 30–37.

- IESE – Instituto de Estudos Sociais e Económicos. (2015). *Relatórios sobre recursos naturais e desenvolvimento em Moçambique*. Maputo: IESE.
- Lozano, R. (2012). Towards better embedding sustainability into companies' systems: An analysis of voluntary corporate initiatives. *Journal of Cleaner Production*, 25, 14–26.
- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. Atlas.
- Matten, D., & Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404–424.
- Morrow, D., & Rondinelli, D. (2002). Adopting corporate environmental management systems. *European Management Journal*, 20(2), 159–171.
- Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment–competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118.
- Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, 40(3), 534–559.
- Shrivastava, P. (1995). Environmental technologies and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 16(S1), 183–200.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691–718.
-