



**EMPRESAS SOCIAIS:
A IMPORTÂNCIA DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PARA O
DESENVOLVIMENTO DO SETOR**

Resumo da Monografia apresentada em março de 2014 ao Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Direitos Difusos e Coletivos, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – COGEAE, para participação no Prêmio ICE – 2015.

Trabalho elaborado por Letícia Caroline Méo, sob a orientação da Professora Valéria Theodoro Ramos.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| SUMÁRIO EXECUTIVO | 2 |
| INTRODUÇÃO | 3 |
| DESENVOLVIMENTO | |
| a. Síntese do Capítulo 1 | 8 |
| b. Síntese do Capítulo 2 | 10 |
| c. Síntese do Capítulo 3 | 11 |
| d. Síntese do Capítulo 4 | 12 |
| CONCLUSÃO | 14 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS UTILIZADAS NA MONOGRAFIA | 16 |

SUMÁRIO EXECUTIVO

Trata-se de Resumo apresentado como pré-requisito para a participação no Prêmio ICE 2015 – Finanças Sociais e Negócios de Impacto, sobre o trabalho monográfico “*Empresas Sociais: a importância de autorregulamentação para o desenvolvimento do setor*”, que foi elaborado por Letícia Caroline Méo, sob a orientação da professora Valéria Theodoro Ramos, e aprovado com nota máxima pelo Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Direitos Difusos e Coletivos da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – COGEAE.

A monografia teve como objeto as empresas sociais, recente modelo de negócio já difundido em países europeus e nos Estados Unidos, mas ainda em fase exordial no Brasil. Trata-se de sociedade empresária que possui como atividade econômica principal a produção de bens e o fornecimento de serviços que solucionem mazelas sociais da população de baixa renda, sobretudo aquelas que decorrem da falta de efetivação de direitos fundamentais, como saúde, educação e moradia.

O escopo do trabalho foi analisar o contexto do desenvolvimento das empresas sociais em outros países e no Brasil, a existência de regulamentação específica para regular o setor no Reino Unido e nos Estados Unidos e a importância de instituição, no Brasil, de regulamentação para o desenvolvimento desse novo segmento de mercado.

Ao final, demonstramos as razões pelas quais entendemos ser mais efetivo e apropriado, no Brasil, que a regulamentação das empresas sociais seja feita de forma privada, instituindo-se uma autorregulamentação; assim, estabelecemos as premissas que entendemos inerentes ao modelo de negócio ora em apreço, e, portanto, imprescindíveis de serem abrangidas pelo código autorregulamentador.

Por fim, destacamos que excerto do trabalho de conclusão de curso originou artigo publicado na Revista de Direito Privado¹¹, volume 59, edição de julho-setembro/2014, nas páginas 193/230, sob o título “*Empresas sociais, função social da empresa e responsabilidade empresarial social*”.

Palavras-chave: empresas sociais; empreendedorismo; direitos fundamentais; organizações sem fins lucrativos; sociedades empresárias; distribuição de lucros; legislação específica; autorregulamentação; fortalecimento do setor.

¹¹ A revista de Direito Privado trata-se de publicação periódica da Thomson Reuters – Revista dos Tribunais, que possui como coordenadores os juristas Nelson Nery Junior e Rosa Maria de Andrade Nery.

INTRODUÇÃO

O modelo de negócio denominado “empresas sociais”, já difundido na maioria dos países da Europa e nos Estados Unidos, vem sendo cada vez mais desenvolvido no Brasil, em razão da opção de diversos empreendedores, investidores e organizações sociais de criar e/ou manter sociedades empresárias que desenvolvem atividades econômicas voltadas exclusivamente para solucionar problemas sociais básicos e criar novos mercados que atendam às pessoas de menor potencial aquisitivo.

Trata-se, assim, de modelo de negócio híbrido² que surge da fusão entre o Segundo e o Terceiro Setor³, diante de uma realidade social em que, (i) o Estado (Primeiro Setor) é deficitário e não garante à população os direitos fundamentais, embora estejam todos previstos na Constituição Federal Brasileira, que possui nítido cunho social⁴; (ii) as sociedades empresárias (Segundo Setor) buscam crescimento econômico, sem se preocupar com a sustentabilidade; (iii) as associações e fundações (Terceiro Setor), que possuem como objetivo cobrir os déficits prestacionais do Estado, possuem fragilidade organizacional, dependem de recursos de terceiros e, ainda, deparam-se com o descrédito popular, em razão de falta de transparência e desvios de finalidade.

Aliado a esse contexto que apresenta sérias dificuldades em garantir e efetivar os *direitos humanos universais* e os *direitos nacionais dos cidadãos*, encontra-se o fato de os empreendedores terem descoberto um promissor mercado de consumo e de empreendedorismo na população de baixa renda.

De acordo com estudo realizado pelo *World Resources Institute*, em 2007, existiam quatro bilhões de pessoas no mundo que viviam em situação de pobreza, mas que representavam um mercado estimado de cinco trilhões de dólares americanos; a miséria dessa população decorre, sobretudo, da impossibilidade de ter acesso a bens fundamentais ao desenvolvimento econômico e social, dentre eles, água potável, energia, crédito, emprego e saúde.⁵

Monise Bose, em sua tese de Doutorado “*Empreendedorismo Social e Promoção do Desenvolvimento Local*”, aponta as lições do economista **Amartya Sen**, para quem os principais elementos que caracterizam a miséria são: disparidades na riqueza, assimetrias no poder e nas

² MISTURA, Fernando. Projeto Setor 2,5. *Contexto de desenvolvimento do Setor Dois e Meio*. Disponível em <http://projetosetor2emeio.blogspot.com/2009/11/contexto-de-desenvolvimento-do-setor-25.html> (último acesso em 13.2.2014)

³ Para os fins do presente estudo, consideramos como Terceiro Setor a definição apresentada pelo professor Gustavo Henrique Justino de Oliveira, qual seja, “*o conjunto de atividades voluntárias desenvolvidas por organizações privadas não-governamentais e sem ânimo de lucro (associações ou fundações), realizadas em prol da sociedade, independentemente dos demais setores (Estado e mercado), embora com eles possa firmar parcerias e deles possa receber investimentos (públicos e privados)*”.

(OLIVEIRA, Gustavo Henrique de Justino de. *Transferência de recursos financeiros públicos para entidades do terceiro setor: fundamentos jurídico-normativos e reflexões*. Disponível em http://www.justinodeoliveira.com.br/wp-content/uploads/2011/10/27_Gestao_privadaDefinitivo.pdf - último acesso em 13.3.2014)

⁴ Consoante lecionam Nelson Nery Jr. e Rosa Maria de Andrade Nery, os direitos e as garantias fundamentais previstos pela CF 5º devem ser corretamente aplicados, pois são imprescindíveis à efetivação da dignidade da pessoa humana, fundamento do Estado Democrático de Direito brasileiro. (NERY JR., Nelson e NERY, Rosa Maria de Andrade. *Constituição Federal Comentada e Legislação Constitucional*. 2d. ed. Ver., ampl. E atual. – São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2009, p. 151)

Entendemos, portanto, que a falta de efetivação dos direitos e das garantias fundamentais, como ocorre exacerbadamente com a população de baixa renda, representa ofensa direta ao princípio central de todo o sistema jurídico, que consiste na própria razão de ser do Direito.

⁵ Informações obtidas na página eletrônica do Setor Dois e Meio, organização destinada ao estudo e difusão dos negócios sociais no Brasil: <http://doisemeio.com> (último acesso em 13.3.2014)

oportunidades políticas, sociais e econômicas. Por essa razão, relata a Autora que as oportunidades devem ser igualadas, “*no sentido de promover condições para que as pessoas realizem objetivos ligados ao seu bem-estar em escolhas genuínas, ou seja, exercitem sua liberdade individual (SEN, 2008).*”⁶

Essa desigualdade socioeconômica exorbitante, marcada pela ausência de inclusão da população de baixa renda no mercado e pela impossibilidade de exercício pleno de suas liberdades individuais⁷, caracteriza-se não apenas pela má distribuição de renda⁸, mas pelo longínquo desinteresse do Poder Público e do Segundo Setor em enxergar os cidadãos menos afortunados como geradores de riqueza e não apenas como público destinatário de políticas meramente assistencialistas.

Não obstante, a *base da pirâmide*⁹ passou a ser reconhecida como um mercado em potencial, o que despertou o interesse em grande gama de empreendedores sociais, para realizar

⁶ BOSE, Monise. *Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local*. São Paulo, 2012, Tese de Doutorado apresentada para o Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, p.22

⁷ Note-se que a dignidade da pessoa humana, como princípio fundante da ordem jurídica brasileira, afasta a ideia de que deve predominar as concepções transpessoalistas de Estado e de Nação, em detrimento da liberdade individual. Ou seja, esse princípio preceitua que as pessoas que se encontram em território nacional devem possuir o direito de autodeterminação consciente e responsável da própria vida, que é um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar. (MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 17.^a ed., São Paulo: Atlas, 2005, p. 16)

E, o não ingresso da população de baixa renda no mercado, seja como consumidor, seja como empreendedor ou trabalhador, por opção estatal e/ou de mercado, representa nítida restrição inconstitucional das liberdades públicas e, por conseguinte, violação da dignidade da pessoa humana. Daí, mais uma vez, a importância das empresas sociais, que possuem o enfoque na população de baixa renda, justamente para minimizar essas mazelas sociais, ocasionadas pela impossibilidade de exercício de liberdades públicas e pela não efetivação dos direitos fundamentais.

⁸ Ao analisar o problema de má distribuição de renda, Stuart Hart tece importante consideração, com a qual concordamos. Segue excerto de seu livro:

“*Alguns acreditam que os problemas da pobreza podem ser resolvidos por meio da redistribuição da riqueza existente. Um exame mais acurado, porém, revela o disparate dessa abordagem: mesmo que os ativos de todos os 7 milhões de milionários do globo (totalizando cerca de 25 trilhões de dólares) fossem divididos entre os 4 bilhões mais pobres, isso daria apenas cerca de 6 mil dólares para cada um, na forma de um pagamento único – claramente uma solução inviável para o problema. No fim das contas, só se consegue elevar o padrão de vida dos mais pobres criando novas riquezas em escala maciça. Em verdade, pode ser necessário aumentar a atividade econômica mundial em 10 vezes para suportar uma população de 8 a 10 bilhões. Isso nos deixa com a terceira opção: mudar a tecnologia usada para criar bens e serviços que constituem a riqueza do mundo.*”

(HART, Stuart L. *O capitalismo na encruzilhada: as inúmeras oportunidades de negócios na solução dos problemas mais difíceis do mundo*. Porto Alegre, Bookman, 2006, p. 58)

⁹ C.K. Prahalad e Stuart L. Hart, criadores do conceito de *the bottom of the pyramid (a base da pirâmide)*, explicam que no topo da pirâmide estão de 75 a 100 milhões dos consumidores mais influentes ao redor de todo o mundo, que integram a alta e a média classe da sociedade, em sua maior parte de países desenvolvidos ou que integram a pequena elite dos países em desenvolvimento; estes possuem renda *per capita* anual equivalente a mais de US\$ 20.000 (vinte mil dólares americanos). No meio da pirâmide, estão cerca de 1,5 a 1,75 bilhões de consumidores de menor potencial aquisitivo dos países em desenvolvimento e as classes médias em ascensão que são alvo de diversas estratégias de *marketing* e cuja renda per capita anual equivale a US\$ 1.500,00 a US\$ 20.000,00 (de mil e quinhentos a vinte mil dólares americanos). Já na parte inferior da pirâmide encontram-se cerca de 4 (quatro) bilhões de pessoas, que possuem renda per capita anual inferior a US\$ 1.500,00 (mil e quinhentos dólares), que é o valor mínimo considerado para sustentar uma vida com dignidade. Além disso, encontram-se mais de um bilhão de pessoas – cerca de um sexto da humanidade à época, com renda per capita inferior a US\$ 1,00 (um dólar americano) por dia.

Essas pessoas que ocupam a parte mais inferior do triângulo social foram, por muito tempo, desconsideradas pelo mercado, em razão da falsa impressão de que não teriam nenhuma condição de gerar e produzir riquezas. Não obstante, para Stuart Hart e Prahalad, tratam-se de consumidores e empreendedores em potencial, se considerados o importante crescimento da economia informal entre eles, que é estimado de 40% a 60% de toda a atividade econômica de países em desenvolvimentos.

Para os autores, os negócios comerciais na base da pirâmide devem ser gerados em uma atividade cíclica que envolva a criação de poder de compra (acesso ao crédito e geração de renda), melhoria de acesso à riqueza (sistemas de distribuição e comunicação), moldando as aspirações dos consumidores com educação para o consumo e desenvolvimento sustentável e, por fim, trabalhando com soluções locais com o desenvolvimento de produtos locais e inovações direcionadas para a população da base da pirâmide.

atividades econômicas que tenham como fim primordial gerar impactos e mudanças sociais positivas; além dos empreendedores, o mercado de investimentos também passou a se interessar por essas atividades econômicas, constituindo, assim, uma demanda social para o novo modelo de negócio.

STUART L. HART, precursor da visão dos integrantes da base da pirâmide como consumidores, afirma que, em que pese ainda estar em fase inicial o desenvolvimento da atuação das empresas para a produção de bens e o fornecimento de serviços para a população menos afortunada, há um grande potencial que precisa ser explorado; aponta que aquelas empresas que se comprometem a fazer parte de um capitalismo mais inclusivo possuem a oportunidade de prosperar e compartilhar essa prosperidade com aqueles que são menos afortunados.¹⁰

Nesse contexto, para atender a necessidade e a ascensão desses empreendedores sociais, diversos países passaram a adotar legislação específica destinada a regulamentar as empresas sociais, conferindo, conseqüentemente, maior credibilidade às sociedades perante o mercado e maior flexibilidade para a realização da sua atividade econômica; editaram-se normas mais adequadas à realidade empresária do que determinadas estruturas legais e certos posicionamentos jurídicos rígidos e antiquados que estagnavam e dificultavam a manutenção e o crescimento da atividade econômica geradora de mudanças sociais positivas.

Entretanto, o tema ainda é extremamente recente no Brasil, de forma que o conceito de empresas sociais está sendo lentamente difundido entre os empreendedores. Em território nacional, falar-se em atividades que geram benefícios à sociedade de baixa renda ainda remete os ouvintes à ideia de associações sem fins lucrativos, fundações e trabalho voluntário, questões estas que, embora estejam ligadas ao empreendedorismo social, não se confundem com as empresas sociais.

Por outro lado, o mercado brasileiro de empresas sociais está em nítida ascensão e passou a ser tema de extrema relevância para o país, que sofre de sérios problemas sociais.

Como consequência, diversos empreendedores passaram a executar seus negócios em consonância com o *capital social*, ou seja, levando em conta a capacidade de cultivar valores comuns, de preservar e fortalecer a cultura local, de construir instituições eficientes e flexíveis e de atuar com cooperação, tendo como público alvo a população de baixa renda. Apesar de ser estritamente social, reconheceu-se que esse *capital* pode se transformar em valor econômico e gerar eficiência produtiva, comercial ou empresarial, o que resulta em riqueza social, renda e produção.¹¹

Esse crescimento de interesse em conhecimento e em viabilidade econômica e estratégica sobre as empresas sociais já resultou, no país, a criação de diversos cursos educacionais, para divulgar os novos modelos de negócio e a capacidade destes de trazer transformações sociais¹²;

(PRAHALAD, C.K e HART, Stuart L. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. From Strategy+Business issue 26, first quarter 2002, p. 2/8 – disponível em <http://www.cs.berkeley.edu/~brewer/ict4b/Fortune-BoP.pdf> - acessado em 29.01.2014)

¹⁰ PRAHALAD, C.K e HART, Stuart L. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. From Strategy+Business issue 26, first quarter 2002, p. 14 – disponível em <http://www.cs.berkeley.edu/~brewer/ict4b/Fortune-BoP.pdf> - acessado em 29.01.2014

¹¹ BOSE, Monise. *Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local*. São Paulo, 2012, Tese de Doutorado apresentada para o Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, p. 30

¹² A título de exemplificação, a Universidade de São Paulo possui curso em Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor, formado em 1998, que possui como temas centrais o Desenvolvimento Sustentável, Responsabilidade Social e Gestão de Empreendimentos Sociais. Um dos temas de estudo são os Negócios Sociais, definido pela Universidade como organizações que possuem dois objetivos: “sustentabilidade financeira e geração de valor social”, dentre elas as empresas sociais (social enterprise).

cada vez mais, pesquisadores das áreas de Economia e Administração de Empresas estão se dedicando ao tema; inclusive, já há projetos sociais em andamento destinados a mapear todas as empresas sociais existentes no país, a fim de que se aprofunde e desenvolva a constituição desses novos negócios¹³.

Acresce-se, ainda, que, de acordo com o *Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa*, no período de 2000 a 2010, dos 12,6 milhões de empregos formais gerados nos estabelecimentos privados não-agrícolas, 6,1 milhões foram gerados por negócios de pequeno porte. O total de empregos nessas empresas passou de 8,6 milhões de postos de trabalho, em 2000, para 14,7 milhões, em 2010, o que equivalia a 51,6% dos empregos formais privados não agrícolas no país naquele ano e quase 40% da massa de salários.¹⁴

Portanto, se os pequenos negócios fomentam grande parte da economia do país e geram diversos empregos, a constituição das empresas sociais, que, em regra, trata-se de pequenas e médias empresas, possui ainda mais campo de desenvolvimento no Brasil e poderá ser ainda mais benéfica ao país, no que tange ao progresso socioeconômico.

Em verdade, essas oportunidades de mercado inclusivo para a população de menor potencial aquisitivo, por meio da atuação das empresas sociais, estão em plena consonância com os princípios constitucionais estabelecidos pelo artigo 170 da Carta Magna, que fundamenta a ordem econômica na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa e assegura a todos existência digna, em conformidade com os ditames da justiça social. Destacamos, sobretudo, o princípio elencado pelo inciso VII que determina que a ordem econômica, desenvolvida pela livre iniciativa e pela livre concorrência, deve reduzir as desigualdades regionais e sociais.¹⁵

Em outras palavras, a Constituição Federal consigna não apenas o ponto negativo da ordem econômica, no sentido de que o desenvolvimento econômico não pode desconsiderar a necessidade de redução de desigualdades regionais e sociais, mas também ressalta o viés positivo, pelo qual a plena liberdade econômica é ponto crucial e indispensável ao fomento de justiça social e à redução das desigualdades sociais.

As empresas sociais, por conseguinte, refletem esses ditames constitucionais, à medida que possibilitam a inclusão no mercado de consumo¹⁶ e nos mercados de trabalho e de

Maiores informações em: <https://uspdigital.usp.br/tycho/gruposPesquisaLinhaPesquisaObter?descricaoLinhaPesquisa=Neg%F3cios%20Sociais> (último acesso em 13.03.2014)

¹³ O Projeto Brasil 27 que fará o mapeamento dos negócios sociais em todos os Estados Brasileiros e analisará as iniciativas, para criar relatórios que divulguem o ambiente atual do tema do país. Mais informações: <http://www.projetoBrasil27.com.br/o-projeto/> (último acesso em 13.03.2014)

¹⁴ BOSE, Monise. *Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local*. São Paulo, 2012, Tese de Doutorado apresentada para o Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, p. 9

¹⁵ Conforme relembra Alexandre de Moraes, trata-se de princípio ressaltado pela CF 170 que, em verdade, também constitui um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, previsto pela CF 3.º III (MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 17.ª ed., São Paulo: Atlas, 2005, p. 712)

¹⁶ **Claudia Lima Marques** tece, com sapiência, importantes considerações sobre o consumo como forma de desenvolvimento social: aponta que o consumidor é *player* econômico importante e é símbolo da globalização; diz que faz parte da “vida normal” das pessoas ser consumidor e aponta as lições de **Zygmunt Baumann**, para quem riqueza significa ser consumidor e que os pobres são aqueles que são excluídos da sociedade de consumo; a autora ainda consigna os ensinamentos de **Manuel Castells**, que afirma que aquele que não participa da “sociedade da informação” é marginalizado e não colhe os frutos da globalização e da evolução da tecnologia. Por fim, a autora traz importantes lições, ao expor que para a sociedade brasileira contemporânea, o acesso ao consumo é um passo importante para a superação do subdesenvolvimento e da pobreza e da discriminação de parte da população e que o “*novo Brasil atual não deseja e não pode mais ficar fora da sociedade global de consumo!*”.

empreendedorismo, de pessoas que, até então, eram excluídas do potencial gerador de riqueza e desenvolvimento nacional, sem que, no entanto, os empresários tenham que abrir mão de retornos financeiros positivos, ainda que em patamares reduzidos.

No trabalho de conclusão de curso tratamos de legislações específicas editadas pelo Reino Unido e pelos Estados Unidos da América que, apesar de suas especificidades de *common law*, regulamentam as empresas sociais, trazendo inquestionáveis benefícios para esse segmento do mercado e, conseqüentemente, para a população de menor potencial aquisitivo.

No Reino Unido, por exemplo, foi promulgado o “*The Community Interest Company Regulations 2005*”¹⁷ que instituiu a “*Community Interest Company - CICs*” (em tradução literal: empresas de interesse comunitário), para sociedades empresárias constituídas sob a forma de responsabilidade limitada. A norma mencionada instituiu, ainda, órgão estatal destinado a regulamentar a atividade destas empresas, fiscalizar a sua atuação e, sobretudo, desenvolver o setor e prover assistência técnica e operacional às CICs.

Já nos Estados Unidos, a recente legislação adotada por quase a maioria dos estados, trouxe ao mundo jurídico as *Benefit Corporations*, que são constituídas para atribuir reconhecimento às empresas sociais como organizações privadas com fins lucrativos que possuem, como propósito social, causar melhorias para a base da pirâmide; a legislação também regulamenta, naquele país, a instituição de certificação privada, que possibilita às sociedades empresárias (constituídas ou não sob a forma de *benefit corporations*) submeter-se a rigoroso processo de qualificação para que, se aprovadas ao final, recebam a certificação denominada *B Corp*, padronização essa que é reconhecida globalmente e atrai credibilidade na atuação escorreita das sociedades em prol do objetivo social positivo e, conseqüentemente, atrai maiores investimentos e aumenta os benefícios para o público-alvo de sua atividade econômica.

No que se refere ao Brasil, a ausência de estudos jurídicos suficientes que tragam embasamento técnico para as empresas sociais, por vezes, aumenta a complexidade ou até mesmo inviabiliza a constituição de novas sociedades empresárias.

Demonstramos, então, a importância de regulamentação específica que dê suporte aos empreendedores para a constituição das empresas sociais brasileiras, a necessidade de que essa regulamentação seja feita de forma privada, ou seja, utilizando-se de autorregulamentação, e fixamos quais as premissas que devem ser seguidas pelos atores do respectivo código de autorregulamentação, para que esse novo segmento de mercado no Brasil possa se desenvolver e trazer diversos benefícios para as pessoas menos favorecidas.

Dessa forma, demonstramos a nossa pretensão de fomentar esse novo segmento de mercado que busca inclusão social, crescimento econômico e padrões ambientais rigorosos, e que, portanto, enquadra-se fielmente no conceito de desenvolvimento sustentável¹⁸.

(MARQUES, Claudia Lima. *A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: studium generale sobre o consumidor como homo novus*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 85, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013, p. 25)

¹⁷ O documento na íntegra pode ser acessado em <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2005/1788/contents/made> (Último acesso em 16.3.2014)

¹⁸ “O desenvolvimento sustentável obedece ao duplo imperativo ético da solidariedade com gerações presentes e futuras, e exige a explicitação de critérios de sustentabilidade social e ambiental e de viabilidade econômica. Estritamente falando, apenas as soluções que considerem esses três elementos, isto é, que promovam o crescimento econômico com impactos positivos em termos sociais e ambientais, merecem a denominação de desenvolvimento” (SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004, p. 36)

DESENVOLVIMENTO

a. Síntese do Capítulo 1

O Capítulo 1 da monografia destinou-se a estudar questões preliminares para a compreensão do tema, que serão abaixo sintetizadas:

(i) O surgimento das empresas sociais no contexto europeu e no contexto norte-americano

Verificou-se que o desenvolvimento das empresas sociais na Europa deveu-se, sobretudo, à crise do Estado de Bem Estar Social (*Welfare State*) ocorrida na década de setenta, quando o Poder Público e as organizações estatais não mais puderam satisfazer as necessidades sociais.¹⁹ Em razão de desequilíbrios fiscais generalizados e desaceleramento econômico, houve altas taxas de desemprego e a marginalização de diversos grupos sociais, inclusive os idosos.²⁰ Então, iniciou-se um processo de descentralização dos serviços sociais e organizações privadas e empresas passaram a instrumentalizar políticas públicas e promover serviços de interesse coletivo.²¹

Seguiram-se, então, diversas medidas que propiciaram a consolidação das empresas sociais, como a Lei 381 aprovada pelo Parlamento Italiano, em 1991, e a rede *Emergence of Social Enterprises in Europe* ('EMES') criada pela União Europeia, em 1998.

Já nos Estados Unidos, o surgimento ocorreu de forma distinta, em razão da tradição norte-americana de confiar a solução de problemas sociais a organizações privadas com ou sem fins lucrativos. O debate específico sobre o tema iniciou em 1993²², quando já estavam bem desenvolvidas empresas que condicionam a lógica econômica à lógica social.²³

Ou seja, se, na Europa, as empresas sociais surgiram da confluência entre o mundo das organizações não governamentais e a economia social, nos Estados Unidos, emergiram do encontro entre o terceiro setor e o setor privado.²⁴

(ii) O imbróglio sobre a definição de empresas sociais, averiguando-se, nesse ponto, termos, conceitos e questões controversas, a distinção entre função social da empresa, responsabilidade social e empresas sociais, as características principais das empresas sociais e a discussão sobre divisão de lucros.

¹⁹ REFICCO, Ezequiel; GUTIÉRREZ, Roberto; TRUJILLO, Diana. *Empresas sociales: una especie en busca de reconocimiento?* Revista de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 41, n. 4, out/nov/dez, 2006, p. 405/406

²⁰ JOÃO, Iraci de Souza. *Empresa Social: um conceito pendente de consenso*. Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad, agosto, 2012, p. 5. Disponível em http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/articulo_i_edic_97.pdf (último acesso em 13.03.2014)

²¹ (JOÃO, Iraci de Souza. *Empresa Social: um conceito pendente de consenso*. Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad, agosto, 2012, p. 5. Disponível em http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/articulo_i_edic_97.pdf (último acesso em 13.03.2014)

²² JOÃO, Iraci de Souza. *Empresa Social: um conceito pendente de consenso*. Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad, agosto, 2012, p. 2. Disponível em http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/articulo_i_edic_97.pdf (último acesso em 13.03.2014)

²³ REFICCO, Ezequiel; GUTIÉRREZ, Roberto; TRUJILLO, Diana. *Empresas sociales: una especie en busca de reconocimiento?* Revista de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 41, n. 4, out/nov/dez, 2006, p. 407

²⁴ REFICCO, Ezequiel; GUTIÉRREZ, Roberto; TRUJILLO, Diana. *Empresas sociales: una especie en busca de reconocimiento?* Revista de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 41, n. 4, out/nov/dez, 2006, p. 409

Diversas denominações são utilizadas para tratar das empresas sociais, como negócios sociais, *social enterprise*, empreendedorismo social, negócios inclusivos, *social purpose venture*, *caring capitalism*, *civic entrepreneurship*, entre outros. Na monografia, apresentamos os distintos conceitos utilizados pela Artemisia, pela ASHOKA, pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, pelo Portal Negócios Sociais, além de conceitos já defendidos em trabalhos acadêmicos.²⁵ Também destacamos os diversos atores que atuam nesse setor, quais sejam, as incubadoras, as aceleradoras, investidores, instituições acadêmicas e/ou de pesquisas, profissionais liberais e veículos de comunicação.

Para a monografia, o conceito adotado para empresas sociais foi “*peças jurídicas de direito privado, constituídas sob a égide das normas que regem as sociedades personificadas, que exercem atividade econômica lucrativa de produção e/ou circulação de bens e serviços, a qual possui como objetivo primordial a geração direta de benefícios sociais para pessoas de menor potencial aquisitivo, possibilitando a sua inclusão no mercado de trabalho, como empregados ou empreendedores, ou propiciando o seu acesso ao consumo e a concretização de seus direitos fundamentais sociais, dentre eles, a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia e o lazer.*”.

Além disso, identificamos as diferenças entre: (a) função social da empresa, que se trata de princípio jurídico adotado pelo ordenamento brasileiro, que determina que todas as empresas possuem a obrigação de cumprir um papel social, econômico e ambiental, observando a necessidade de desenvolvimento de toda a sociedade; (b) responsabilidade social, como prática *voluntária*, não imposta por lei, assumida pelas empresas como aspecto de sua governança; (c) empresas sociais, que também devem respeitar a função social, mas que possuem como atividade econômica principal a comercialização de produtos ou o fornecimento de serviços destinados a solucionar alguma mazela social.

Ademais, identificamos as características comuns que são inerentes às empresas sociais: propósito social definido, devendo sua gestão seguir sempre esse objetivo social; estratégias de negócios, de forma a gerar resultados positivos, com renda, comercialização de produtos e fornecimento de serviços; maior parte do quadro de funcionários como assalariados, para que se atribua sustentabilidade ao negócio, uma vez que não conta com subsídios de mão-de-obra voluntária como acontece com muitas organizações sem fins lucrativos; processo de tomada de decisão baseado no propósito social, a fim de que questões econômicas não sejam postas em primeiro plano e não se desvirtue o comprometimento da empresa com o seu objetivo social. Por essa mesma razão, a avaliação do negócio é feita pelo estudo do impacto social gerado e não apenas

²⁵ Referências utilizadas na monografia:

<http://www.artemisia.org.br/conteudo/negocios/impacto-social.aspx>

<http://www.ashoka.org.br/sobre-a-ashoka/quem-somos/>

<http://www.pnud.org.br/Noticia.aspx?id=3714>

<http://negociossociais.com/>

TOLEDO, Juliana Amaral; SILVA, Fernando Moraes Quintino da. *A empresa social: o crescimento do empreendedorismo social e a retomada dos valores sociais no setor empresarial*. Revista de Direito do Terceiro Setor – RDTS. Belo Horizonte, ano 3, n. 6, p. 93-112, jul. dez. 2009.

(PRAHALAD, C.K e HART, Stuart L. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. From Strategy+Business issue 26, first quarter 2002, p. 12 – disponível em <http://www.cs.berkeley.edu/~brewer/ict4b/Fortune-BoP.pdf> - acessado em 29.01.2014)

DEFOURNY, Jacques e NYSSSENS, Marthe. *El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada*. EMES European Research Network, CIRIEC – España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, v. 75, p 7-34. Disponível em http://www.emes.net/uploads/media/EMES_WP_13-01.pdf (último acesso em 13.2.2014, citação que se situa na página 11 do documento eletrônico)

SANTOS, Michelle Carsten. *Desenvolvimento Territorial com foco nos pequenos negócios*. . Revista de Desenvolvimento Econômico Territorial, 2.ª ed., julho de 2013, SEBRAE Nacional, p. 10

pelos resultados econômicos obtidos; permitem a distribuição de lucros, em que pese haver discussão sobre esse tema.²⁶

Por fim, tratamos da discussão sobre a possibilidade de existência ou não de distribuição de lucros, sobretudo das diferenças dos entendimentos defendidos por Muhammad Yunus²⁷, para quem todo o lucro deve ser reinvestido na atividade da empresa, e por Stuart L. Hart e Michael Chu²⁸, para quem o objetivo de lucro acelera o resultado social positivo e a transformação rumo à sustentabilidade global.

Nossa opinião é a de que a possibilidade de obtenção de lucros e de divisão deles entre os sócios torna o campo das empresas sociais mais atrativo para os empreendedores e investidores, além de gerar inclusão social de consumidores antes excluídos do mercado, gerar empregos para a população de baixa renda, criar maior geração de riqueza e poupança de valores, que é essencial à manutenção da economia familiar e da economia nacional. Basta, para que não haja desvirtuamento dos fins da empresa social, que haja algumas precauções, como a redação adequada dos contratos e estatutos sociais, além da autorregulamentação sugerida na monografia.

b. Síntese do Capítulo 2²⁹

No Capítulo 2, tratamos do modelo jurídico Inglês e da necessidade de regulamentação específica para as empresas sociais, que recebeu a denominação de *Community Interest Company*.

²⁶ MISTURA, Fernando. Integrante e cocriador do Projeto Setor 2,5. *Empresas Sociais: entendendo suas características*, 2008, disponível em <http://projetoSetor2emeio.blogspot.com.br/2008/04/empresas-sociais-entendendo-suas.html> (último acesso em 13.2.2014)

²⁷ YUNUS, Muhammad. *Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. São Paulo: Elsevier, 2010, p. 10

RONCA, Carlos Eduardo de Faria. Estudo sobre a Empresa Social como uma ferramenta para se alcançar a prosperidade duradoura. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para o Curso Gestão de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, 2010, p. 24 (disponível em http://www.cereja.org.br/site/_shared%5Cfiles%5Ccer_tesesDissertacoesTccs%5Canx%5C20100617163438_Empresa_Social_Carlos-Eduardo-de-Faria-Ronca_FGV.pdf)

²⁸ A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro – C. K. Prahalad – Editora Bookman
O capitalismo na encruzilhada - Stuart L. Hart – Editora Bookman

World Microfinance Forum Geneva. Promoting inclusive Financial Markets. *Is it fair to do business with the poor?* Report on the debate between Muhammad Yunus and Michael Chu organized by the World Microfinance Forum Geneva on the occasion of its 0^o International Symposium, 1-2 October 2008, p. 1 (disponível em <http://www.microfinanceforum-geneva.com/en/f66000080.html>)

²⁹ Referências utilizadas:

ASHTON, Robert. *How to be a social entrepreneur make Money & change the world*. United Kingdom: Capstone, 2010

Sites oficiais do governo britânico, tais como <http://www.hmrc.gov.uk/manuals/ctmanual/ctm41305.htm>

<http://www.geldeston.org/recycling/>

http://www.companylawclub.co.uk/topics/companies_limited_by_guarantee.shtml

<http://knowhownonprofit.org/basics/setting-up-a-charity/legal-forms-for-non-profits-1/industrial-and-provident-societies>

<http://www.charitycommission.gov.uk/about-the-commission/our-status/about-the-charities-act-2011/>

<http://www.charitycommission.gov.uk/>

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/211741/12-1333-community-interest-companies-guidance-chapter-1-introduction.pdf

<http://www.cicregulator.gov.uk/>

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/211741/12-1333-community-interest-companies-guidance-chapter-1-introduction.pdf

<http://www.cicassociation.org.uk/about>

: <http://www.hmrc.gov.uk/eis/>

Embora também existisse uma multiplicidade de formatos jurídicos no Reino Unido, que estudamos brevemente e apresentamos exemplos³⁰, ainda existiam algumas problemáticas: (i) dificuldade de obter reconhecimento e credibilidade no mercado e de distinção perante os demais negócios; (ii) formatação jurídica que permita flexibilidade na organização de sua estrutura, dos sócios e de governança; (iii) mensurar o impacto positivo na sociedade; (iv) como garantir que lucro também seja reinvestido para manter o impacto positivo e não apenas o lucro; (v) como garantir transparência interna e externa.

Por essas razões, em 2005, foi aprovado o Act n.º 1788, que instituiu a *Community Interest Company Regulations*, com as seguintes previsões fundamentais: (i) podem se tornar CIC, empresas de responsabilidade limitada *by share* ou *by guarantee*, de capital fechado ou aberto, que podem ou não possuir fins lucrativos; (ii) criação do *Community Companies Regulator*: órgão regulamentador e fiscalizador - organização pública constituída pela *Secretary of State for Business, Innovation and Skills*, que incentiva o desenvolvimento da CIC e presta orientações e assistência; (iii) as CIC's são registradas no referido órgão, o qual já esclareceu que não possui objetivo de interferir rigorosamente, mas sim minimamente, nas atividades empresariais; (iv) deve haver alteração das cláusulas do contrato social: prever qual é o objeto social e as atividades que geram o impacto positivo; pelo menos 65% do lucro deve ser reinvestido; (v) deve haver diretor responsável pela manutenção do impacto social e por elaborar o relatório anual; (vi) submetem-se ao *Community Interest Test* (avaliação prévia) e à avaliação anual ao *Companies House*.

Os benefícios constatados após a instituição da CIC foram o maior compromisso das empresas; uma melhor gestão, pois *se trata de* modelo empresarial com divisão mais rígida dos dividendos; alguns investidores recebem benefícios tributários; maior capacidade de pagamento de salários e distribuição de lucros do que uma associação e maior atratividade de capital – investidor e doações. No entanto, ainda são necessários alguns aprimoramentos, como a conscientização quanto ao potencial de as empresas resolverem problemas sociais e a falta de pessoal especializado.

c. Síntese do Capítulo 3

No Capítulo 3, tratamos do modelo jurídico específico adotado pelos Estados Unidos, a *Benefit Corporation*. Constatamos que, naquele país, também havia uma pluralidade de formatos jurídicos utilizados pelas empresas sociais, mas ainda havia necessidade de construção de um novo modelo jurídico mais adequado.

O *White paper* desenvolvido por William H. Clark Jr., Drinker Biddle & Reath LLP, Larry Vranka e Canonchet Group LLC, identificou os principais fundamentos para a instituição do novo modelo de *Benefit Corporation*. São eles: (i) Consumidor, de um lado, mais consciente e rigoroso, mas, de outro lado, descrédito com o uso dos termos “sustentabilidade”, “responsabilidade”, “verde”, entre outros; necessidade de destacar as empresas sociais para os consumidores; (ii) investidores mais interessados em empresas de impacto positivo e responsabilidade; (iii) Falta de clareza sobre a natureza e o objetivo social dessas empresas, o que desestimula o investimento; (iv) reconhecimento de que o setor gera lucro, que o modelo empresarial aumenta o impacto positivo; surgimento de cursos educativos voltados ao empreendedorismo e ao impacto positivo; (v) necessidade de difundir as informações sobre as práticas empresariais que resultam em impacto positivo e de diferenciarem-nas das demais empresas; (vi) problemas jurídicos: ultrapassar o entendimento antiquado de que o lucro é o único

³⁰ Citamos, brevemente, os seguintes modelos jurídicos: **Unincorporated association; Limited Company by Share; Limited Company by guarantee; Industrial and Provident Society; Charitable Companies.**

objetivo da empresa; decisões judiciais que condenavam administradores por má gestão (dever de lealdade – perseguição do interesse econômico dos sócios); não havia segurança para a maximização da responsabilidade social.

Assim, identificamos as principais características das *Benefit Corporations*, as quais sintetizamos da seguinte forma: (i) cada estado possui um modelo de legislação; (ii) há renovação dos antigos padrões de empresarialidade, criando um “choque no sistema”, pois demonstra a importância dos particulares na geração de impacto positivo; (iii) Empresas que usam o poder do *business* para resolver problemas sociais e ambientais; (iv) Padrões de *performance* socioambiental; interesse dos *stakeholders* e reconhecimento da marca no mercado; (v) Regras gerais: contrato social que preveja impacto positivo; impacto deve ser amplo; deveres fiduciários dos administradores das empresas são ampliados (devem levar em consideração os sócios, os beneficiários, o meio ambiente local e global); procedimento de execução dos impactos sociais (sócios contra o administrador); demonstração de desempenho social e ambiental; (vi) regras para certificadoras privadas: órgão autônomo com objetivo de avaliar o impacto; um terço dos membros pode ser representante de associação comercial ou de interesses individuais (equilíbrio na gestão); padronizações desenvolvidas por pessoas com conhecimento técnico; transparência na divulgação dos critérios, na identificação dos membros e conselheiros e na contabilidade – concorrência entre certificadoras.

d. Síntese do Capítulo 4

No Capítulo 4, avaliamos o contexto fático e jurídico do Brasil e detectamos que grande parte da problemática existente nos outros países também existe em nosso país. Por essa razão, sugerimos que se elabore a autorregulamentação do setor, como medida para mitigar a referida problemática.

Assim, identificamos que também há uma multiplicidade de modelos jurídicos, tais como associações e fundações; cooperativas; empresário individual – EIRELI; responsabilidade limitada; microempresa e empresa de pequeno porte.³¹ Mas que, ainda assim, existem problemas para o desenvolvimento das empresas sociais, principalmente: (i) preconceito e dificuldades do terceiro setor: descrédito; administração intuitiva e não organizacional; (ii) carência de estrutura interna formal; (iii) desenvolvimento de liderança e comprometimento dos membros; (iv) não autossuficiência; (v) ausência de remuneração atrativa; (vi) pouca transparência; (vii) falta de planejamento estratégico; (viii) falta de pessoal capacitado; (ix) necessidade de se consolidar o entendimento de que o resultado (e não o lucro) é a finalidade principal da empresa; (x) Dificuldade de obter reconhecimento e credibilidade no mercado e de distinção perante os demais negócios; (xi) como mensurar o impacto positivo na sociedade; (xii) como garantir transparência interna e externa; (xiii) modelo societário flexível, que permita o desenvolvimento do negócio; (xiv) necessidade de instituir duas organizações distintas: uma com fim lucrativo e outra sem fins lucrativos; (xv) criação de um ecossistema favorável – cultura, infraestrutura e ambiente político e jurídico.

Atualmente, as alternativas existentes para os empreendedores sociais são apenas as seguintes: (i) instituição de organização sem finalidade lucrativa, o que aumenta a complexidade, duplica os custos e os esforços gerenciais, financeiros e contábeis; (ii) Alterações no contrato social; (iii) Práticas de governança corporativa – difusão do propósito da empresa ; (iv) Certificação e avaliações de impacto, como o Sistema B.

³¹ Na monografia, apresentamos uma análise sintética de cada um desses modelos jurídicos.

Diante desse cenário brasileiro, sugerimos na monografia que seja instituída a autorregulamentação do setor, para superar ou ao menos mitigar alguns dos problemas acima retratados. Em primeiro lugar, destacamos as dificuldades que poderiam ser trazidas com a opção imediata de legislação, como a adotada nos Estados Unidos e no Reino Unido, ao invés da autorregulamentação, quais sejam: (i) a morosidade do Poder Legislativo; (ii) ausência de conhecimento aprofundado sobre o tema; (iii) setor que ainda não conhece suas próprias necessidades; (iv) legislação estagnadora, influenciada por forças políticas e que não corresponda às reais necessidades dos empresários – dificuldade de reverter eventual legislação que seja aprovada; (v) as regras estatais, geralmente, estão um passo atrás da atuação, das necessidades e da regulamentação dos atores privados, enquanto, na verdade, o Estado deveria ser um facilitador.

Por outro lado, demonstramos a eficiência da regulamentação privada (autodisciplina), pois: é criada por aqueles que as querem aplicar, sob a supervisão de todos os grupos envolvidos e com a edição de códigos de comportamento; fortalece o setor, no âmbito privado, antes de se procurar uma legislação (se essa for necessária); supera assimetrias informacionais; as normas são elaboradas por pessoas que possuem maior conhecimento sobre as empresas sociais; possibilita maior habilidade de adaptação dessas regras privadas a mudanças estruturais de mercado; estabelece padrões éticos mais rígidos; estabelece processos para sancionar práticas irregulares; diminui os custos com processo regulatório; propicia maior diálogo e a colaboração entre os múltiplos atores (empreendedores, advogados, contadores, economistas, jornalistas, acadêmicos, consumidores, etc); cria *blended value* (critérios objetivos para mensurar impacto social).

Além disso, destacamos que a preexistência de regulamentação privada poderá nortear os atores públicos na edição de uma eventual legislação e trará maior segurança de que eventual lei entraria em vigor representando as necessidades do setor.

Como exemplo, apresentamos o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária criado em 1978 e que já proferiu mais de 8.000 decisões; o Conselho fundamenta-se em um Código de autorregulamentação que possui 50 artigos, os quais tratam de princípios, produtos sujeitos a regras específicas, responsabilidade dos agentes publicitários, sanções (advertência, recomendação de alteração ou correção; sustação e divulgação da posição do CONAR). Como associados, possuem mais de 120 anunciantes, mais de 100 veículos de comunicação, mais de 100 agências de publicidade, associações de indústrias (medicamentos, refrigerantes, televisão, etc), entre outros. Existe um grande peso moral nas decisões, de modo que a maior parte delas é cumprida voluntariamente pelas empresas.

Por fim, estabelecemos quais são as premissas fundamentais para a instituição da autorregulamentação das empresas sociais, quais sejam, (i) Instituição de associação sem fins lucrativos. (ii) Participação de diversos atores; (iii) Identificação das dificuldades enfrentadas, as vantagens e as desvantagens, quais as regras que devem ser instituídas para combater essas barreiras e facilitar o desenvolvimento; (iv) Maximização dos lucros não é a única finalidade empresarial; (v) Governança corporativa e dever dos administradores; (vi) Busca por fornecedores e parceiros comerciais que possuam práticas sustentáveis; (vii) O aumento do lucro também significa possibilidade de maior impacto social positivo; (viii) Abertura de mercado de trabalho para pessoas de baixa renda ou deficientes ou com dificuldade de obter um emprego; (ix) Comprometimento com divulgação sobre as empresas sociais; (x) Incentivo à inovação e parcerias entre as empresas; (xi) Opinião e interesses dos *stakeholders* nas tomadas de decisão; (xii) Prestação de contas transparente; (xiii) Indicadores objetivos de medição de impacto; (xiv) Departamento responsável pelo mapeamento das necessidades sociais que possam ser positivamente impactadas pelas empresas; (xv) Profissionais para consultorias aos empreendedores; (xvi) Fiscalização das empresas.

CONCLUSÃO

As empresas sociais surgiram, em âmbito internacional e no Brasil, em contextos históricos com marcos distintos, mas que possuem em comum a percepção de que os altos índices de pobreza, que atingem grande parte da população global, merecem a dedicação e o enfoque de empreendedores privados, inconformados com tamanha exclusão social.

A insuficiência de atuação estatal na efetivação dos direitos fundamentais e, sobretudo, no alcance e na implementação de políticas que concretizem o princípio da dignidade humana e a geração de poupança de capital e riqueza para todas as pessoas, também foi ponto coincidente, nos países ora estudados, que despertou a iniciativa desses empreendedores a buscarem atividades econômicas inovadoras, capazes de propiciar desenvolvimento socioeconômico a essa população.

Da mesma forma, as falhas advindas das atividades desenvolvidas por organizações sem fins lucrativos, - tais como a inexistência de autossuficiência, a dependência direta de recursos de terceiros, as falhas organizacionais e o uso de determinadas organizações de forma desvirtuada e ilícita – também trouxeram a consciência de que as mazelas sociais podem ser combatidas, de forma mais efetiva e permanente, por meio de atividade econômica empresarial.

Além disso, nesse contexto de inovação destinada ao combate das deficiências relacionadas à saúde, à moradia, à educação, à segurança, à falta de saneamento básico, ao restrito acesso à tecnologia, entre outros, diversas sociedades empresariais passaram a constatar um mercado organizado e empreendedor na população que ocupa a *base da pirâmide*, com potencial de geração de riqueza e movimentação econômica.

Iniciaram-se, então, a constituição de empresas sociais, com a produção de bens e o fornecimento de serviços destinados, diretamente, à solução dessa problemática socioeconômica, além de desenvolverem práticas de inserção das pessoas anteriormente marginalizadas no mercado de trabalho e de consumo, além de propiciar o desenvolvimento da capacidade empreendedora local.

Em razão da emergência desse novo modelo de negócio e de sua ascensão (resultante, inclusive, do maior interesse dos empreendedores e investidores de solucionar mazelas sociais e, ao mesmo tempo, aferir lucros – ainda que reduzidos), o Reino Unido, os Estados Unidos e outros países, editaram regulamentações específicas, com o escopo de trazer maior flexibilidade para a constituição das empresas sociais, além de notoriedade para esse novo segmento e credibilidade na sua eficiência.

Não obstante, como o tema é extremamente recente no Brasil, ainda não há normas específicas que atribuam suporte jurídico aos empresários sociais, embora se trate de segmento que está em plena ascensão, já com a participação de múltiplos atores, em diversas formas de atuação e que já estão, efetivamente, gerando impactos sociais extremamente positivos para a população carente.

Além de inexistir regulamentação brasileira especial, constatamos que as normas atualmente em vigor, que tratam tanto de organizações sem fins lucrativos quanto de sociedades empresárias com finalidade lucrativa, não se subsumem integralmente às necessidades empresariais

desse modelo de negócio e não trazem para o setor o reconhecimento necessário para seu desenvolvimento exponencial e, conseqüentemente, para a solução das mazelas sociais por ele perseguidas.

Pelas razões que detalhamos no estudo, mesmo com a ciência de que os argumentos não foram esgotados, entendemos que deve haver a instituição de autorregulamentação para as empresas sociais, com a participação de todos os atores envolvidos no setor.

As premissas principais que adotamos para a instituição do código de regulamentação privada norteiam-se nos pontos fundantes do modelo de negócio adotado pelas empresas sociais e nas experiências internacionais apresentadas nesse trabalho, que trataram, com propriedade, de representar os interesses empresariais e a emergente necessidade social de progresso desse recente segmento.

Com o estabelecimento dessas premissas, compreendemos que os atores do mercado de empresas sociais, inclusive os beneficiários das atividades econômicas por eles desenvolvidas, poderão reunir-se, de forma associativa, para instituir o Código de Autorregulamentação das Empresas Sociais, sobre o qual se espera ampla divulgação para toda a sociedade, para que os novos valores apresentados pelos empresários sociais sejam difundidos.

Por meio do presente estudo, portanto, conseguimos manter a nossa otimista confiança no desempenho da atividade econômica desenvolvida pelas empresas sociais, em prol da efetivação dos direitos fundamentais de cidadãos que sofrem constantes violações às suas liberdades públicas e que foram, compulsoriamente, excluídos da sociedade e olvidados à marginalidade.

Demonstramos, por fim, a necessidade de as normas acompanharem a evolução da sociedade e propiciarem, por meio da autorregulamentação, o progresso de setor de tamanha importância para o desenvolvimento socioeconômico do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS UTILIZADAS NA MONOGRAFIA

- ASHTON, Robert. *How to be a social entrepreneur make money and change the world*. United Kingdom: Capstone, 2010
- AUM, Krishna. *Negócios sociais, um novo olhar mercantil*. Revista de Desenvolvimento Econômico Territorial, 2.^a ed., julho de 2013, SEBRAE Nacional
- BALSINI, Cristina Pereira Vecchio. SILVEIRA, Ricardo Boeing da. RAMBO, Jairo. *Desafios do Terceiro Setor: uma análise baseada na perspectiva institucional, dependência de recursos e ecologia das populações*. Disponível em <http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/284.pdf> (último acesso em 6.3.2014)
- BANERJEE, Abhijit V. e DUFLO, Esther. *Poor Economics: Barefoot Hedge-Fund Maganers, DIY Doctors and the Surprising Truth about Life on less Than \$1 a Day*. England: Penguin Books, 2012
- BARRETO FILHO, Oscar. *A dignidade do direito mercantil*. Doutrinas Essenciais de Direito Empresarial. Vol. I, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010
- BENJAMIN, Antonio Herman V. *O controle jurídico da publicidade*. Revista de Direito do Consumidor, jan, 1994, vol. 9
- BOSE, Monise. *Empreendedorismo social e promoção do desenvolvimento local*. São Paulo, 2012, Tese de Doutorado apresentada para o Departamento de Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo
- CAMARGOS, Ana Amélia Mascarenhas. *Direito do trabalho no terceiro setor*. São Paulo: Saraiva, 2008
- CARVALHOSA, Modesto. *Comentários ao Código Civil*. São Paulo: saraiva, 2003, v. 13
- CLAPHAM, Andrew. *Human rights: a very short introduction*. Great Britain: Oxford University Press, 2007
- CLARK, Catherine H. *Rise for Profit Social Entrepreneur Report: Balancing Markets and Values*. Social Enterprise Program. Columbia Business School. New York, 2006
- DE LUCCA, Newton. *Regime jurídico da empresa estatal no Brasil*, tese para obtenção do título de livre docência apresentada à USP, 1986, p. 45-46 in SIMÃO FILHO, Adalberto. *A nova empresarialidade*. Revista do Instituto dos Advogados de São Paulo, vol. 18, Julho, 2006
- DEFOURNY, Jacques e NYSSSENS, Marthe. *El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada*. EMES European Research Network., 2013, Disponível em http://www.emes.net/uploads/media/EMES_WP_13-01.pdf - último acesso em 13.03.2014
- Departmente for Businnes Innovation & Skills. *Office of the Regulator of Community Interest Companies: information and guidance notes. Chapter 1 – Introduction*. Novembro, 2012, disponível em

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/211741/12-1333-community-interest-companies-guidance-chapter-1-introduction.pdf (último acesso em 9.2.2014)

DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. *Publicidade e direito*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010

DINIZ, Maria Helena. *Curso de Direito Civil Brasileiro: Direito de Empresa*. 4. Ed.. São Paulo: Editpra Saraiva, 2012

FROTA, Mario. *Auto-regulamentação: vantagens e desvantagens*. Revista de Direito do Consumidor, out/1992, vol. 4

HART, Stuart L. *O capitalismo na encruzilhada: as inúmeras oportunidades de negócios na solução dos problemas mais difíceis do mundo*. Porto Alegre, Bookman, 2006

JOÃO, Iraci de Souza. *Empresa Social: um conceito pendente de consenso*. Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad, agosto, 2012, Disponível em http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/articulo_i_edic_97.pdf (último acesso em 13.03.2014)

JONES, David. *Who cares wins: why good business is better business*. Edimburgh, 2012

KUHN, Diles Maria Luvison. *O negócio social como ferramenta de preservação da dignidade da pessoa humana*. Monografia apresentada para conclusão do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Direito Constitucional pelo Instituto brasileiro de Direito Público. Brasília, 2013

MARQUES, Claudia Lima. *A proteção dos consumidores em um mundo globalizado: studium generale sobre o consumidor como homo novus*. Revista de Direito do Consumidor, vol. 85, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013

MAWSON, Andrew. *The social entrepreneur: making communities work*. London: Atlantic Books, 2008

MISTURA, Fernando. Projeto Setor 2,5. *Contexto de desenvolvimento do Setor Dois e Meio*. Disponível em <http://projetoetor2emeio.blogspot.com/2009/11/contexto-de-desenvolvimento-do-setor-25.html> (último acesso em 13.2.2014)

MISTURA, Fernando. *Empresas Sociais: entendendo suas características*, 2008, disponível em <http://projetoetor2emeio.blogspot.com.br/2008/04/empresas-sociais-entendendo-suas.html> (último acesso em 13.2.2014)

MORAES, Alexandre de. *Direito Constitucional*. 17.^a ed., São Paulo: Atlas, 2005, p. 16

NAIGEBORIN, Viviane. *Negócios sociais: um modelo em evolução*. ARTEMISIA, disponível em <http://www.neo-xgroup.com.br/downloads/negocios-sociais.pdf> - último acesso em 13.3.2014)

NERY JUNIOR, Nelson e NERY, Rosa Maria de Andrade. *Código Civil Comentado*, 10.^a ed., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013

NERY JUNIOR, Nelson e NERY, Rosa Maria de Andrade. *Constituição Federal Comentada e Legislação Constitucional*. 2d. ed. Ver., ampl. E atual. – São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2009

NUSDEO, Fábio. *Curso de economia: introdução ao direito econômico*. 3.^a ed., rev. e atual., São Paulo : Revista dos Tribunais, 2001

OLIVEIRA, Gustavo Justino de. *Contrato de gestão e modernização da Administração Pública brasileira*. Revista de Direito Público – RBDP

OLIVEIRA, Gustavo Henrique de Justino de. *Transferência de recursos financeiros públicos para entidades do terceiro setor: fundamentos jurídico-normativos e reflexões*. Disponível em http://www.justinodeoliveira.com.br/wp-content/uploads/2011/10/27_Gestao_privadaDefinitivo.pdf - último acesso em 13.3.2014

P. AFFONSO, Luís Fernando. *A Auto-regulação de fundos de investimento: histórico e perspectivas*. Revista de direito Bancário e do mercado de Capitais, vol. 34, p. 181, out/ 2006

PRAHALAD, C.K e HART, Stuart L. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*. From Strategy+Business issue 26, first quarter 2002,- disponível em <http://www.cs.berkeley.edu/~brewer/ict4b/Fortune-BoP.pdf> - último acesso em 19.1.2014

RAO, Aarthi. *Is Social Enterprise 'Social' Enough? : Reflections from the Sankalp Unconvention Summit in Mumbai*. 26.4.2013. Disponível em <http://www.nextbillion.net/blogpost.aspx?blogid=3280> - último acesso em 9.3.2014

REFICCO, Ezequiel; GUTIÉRREZ, Roberto; TRUJILLO, Diana. *Empresas sociales: uma espécie em busca de reconhecimento?* Revista de Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 41, n. 4, out/nov/dez, 2006

RONCA, Carlos Eduardo de Faria. *Estudo sobre a Empresa Social como uma ferramenta para se alcançar a prosperidade duradoura*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para o Curso Gestão de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, 2010 (disponível em http://www.cereja.org.br/site/_shared%5Cfiles%5Ccer_tesesDissertacoesTccs%5CCanx%5C20100617163438_EmpresaSocial_Carlos-Eduardo-de-Faria-Ronca_FGV.pdf - último acesso em 15.3.2014

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004

SALOMÃO FILHO, Calixto. *Sociedade cooperativa e disciplina da concorrência*. Revista dos Tribunais: jul/1993, vol. 693

SANTOS, Michelle Carsten. *Desenvolvimento Territorial com foco nos pequenos negócios*. Revista de Desenvolvimento Econômico Territorial, 2.^a ed., julho de 2013, SEBRAE Nacional

SCHMITT JUNIOR, Ademir; BEILER, Grazielle; WALKOWSKI, Marcelo. *Empreendedorismo social e responsabilidade social: uma abordagem conceitual*. VIII Convibra Administração – Congresso Virtual Brasileiro de Administração Disponível em http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2914.pdf - último acesso em 13.3.2014

SCWARTZ, Beverly. *Rippling: How Social Entrepreneurs Spread Innovation Throughout the World*. United States of America, 2012.

SEBRAE. *Negócios sociais: diretrizes para a atuação do sistema SEBRAE no mercado de negócios sociais*. 2013 disponível em <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/negocios-sociais-sebrae-nos-negocios-sociais/diretrizes-e-estrategias> - último acesso em 10.3.2014

- SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das letras, 2000
- SIMÃO FILHO, Adalberto. *A nova empresarialidade*. Revista do Instituto dos Advogados de São Paulo, vol. 18, Julho, 2006
- SOCIAL ENTERPRISE UK. The Social Enterprise Guide for People in local government. Social Enterprise UK February, 2012
- SOCIAL ENTERPRISE UK. Why Social Enterprise? Social Enterprise UK February, 2012
- TEIXEIRA, Josenir. *O terceiro setor em perspectiva: da estrutura a função social*. Belo Horizonte: Fórum, 2011
- V. KASTURI Rangan, Herman B. Leonard, Susan McDonald. *The Future of Social Enterprise*. Harvard Nusiness School Working Paper. Disponível em: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/08-103.pdf> - último acesso em 18.1.2014
- SOCIAL ENTERPRISE COALITION. Right to Run: A practical guide for public sector staff thinking about setting up a mutual or social enterprise. Social Enterprise Coalition, June 2011
- TOLEDO, Juliana Amaral; SILVA, Fernando Moraes Quintino da. *A empresa social: o crescimento do empreendedorismo social e a retomada dos valores sociais no setor empresarial*. Revista de Direito do Terceiro Setor – RDTS. Belo Horizonte, ano 3, n. 6, p. 93-112, jul. dez. 2009.
- VALENTIN, José Roberto. *Convênios com ONGs: abordagem com ênfase nas fragilidades, aplicando mineração de dados*. Trabalho de especialização em auditoria e controle governamental apresentado à Controladoria Geral da União. Brasília, 2011 Disponível em <http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2434032.PDF> - último acesso em 6.3.2014
- VALLE, Flávio. VALLE, Gustavo do. Repensando o cooperativismo. Revista de Direito do Trabalho, OUT/2004, vol. 116
- V. KASTURI Rangan, Herman B. Leonard, Susan McDonald. *The Future of Social Enterprise*. Harvard Nusiness School Working Paper. Disponível em: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/08-103.pdf> - último acesso em 18.1.2014
- WEXLER, Robert A. *Effective Social Enterprise – A Menu of Legal Structures*. The Exempt Organization Tax Review, June 2009, Vol. 63, n.º 6. Disponível em <http://www.adlercolvin.com/pdf/grantmaking/63eo0565.pdf>. - último acesso em 9.2.2014
- White Paper. The need and rationale for the benefit Corporation: why it is the legal form that best adresses the needs os social entrepreneurs, investors, and, ultimately, the public*. Versão de janeiro de 2013, disponível em http://benefitcorp.net/storage/documents/Benecit_Corporation_White_Paper_1_18_2013.pdf - último acesso em 14.3.2014.
- World Microfinance Forum Geneva. Promoting inclusive Financial Markets. *Is is fair to do business with the poor?* Repor on the debate between Muhammad yunus and Michael Chu organized by the World Microfinance Forum Geneva on the occasion of its 0º International Symposium, 1-2 October 2008, disponível em <http://www.microfinanceforum-geneva.com/en/f66000080.html>

YOCKEY, Joseph W. *Does social enterprise law matter?*. University of Iowa. Legal Studies Research Paper Series, 2014, (Disponível em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2389024 – ultimo acesso em 13.3.2014)

YUNUS, Muhammad. *Um mundo sem pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo*. Editora Ática, 2008

YUNUS, Muhammad. *Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem solucionar os grandes problemas da sociedade*. São Paulo: Elsevier, 2010