

TÍTULO: A EMPRESA E O TERCEIRO SETOR NO BRASIL: DA BUSCA EXCLUSIVA DO LUCRO À CONCEPÇÃO DA EMPRESA SOCIAL

Aline Ouriques Freire Fernandes¹

SUMÁRIO: 1. INTRODUÇÃO; 2. DAS PRÁTICAS DE COMÉRCIO À TEORIA DA EMPRESA; 3. A EMPRESA E A NOVA EMPRESARIALIDADE; 4. O TERCEIRO SETOR E SUA ESTREITA RELAÇÃO COM A NOVA EMPRESARIALIDADE; 5. OS NOVOS CAMINHOS DO TERCEIRO SETOR; 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS; 7. BIBLIOGRAFIA.

1.INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objeto estudar a estreita relação entre a empresa e o terceiro setor. Ao observar a evolução dos conceitos de empresa e a mudança dos seus modelos, o tema testifica sua pertinência acadêmica e estreita relação com os interesses do povo, interesses sociais que, devido a sua essencialidade, são abraçados pelo direito e se refletem no mundo jurídico com a tutela dos direitos coletivos.

Inserido no estudo da empresa, está a tese da nova empresarialidade, defendida pelo Professor Doutor Adalberto Simão Filho, para obtenção do título de Doutor em direito das relações sociais pela PUC-SP no ano de 2002, que se apresenta como a evolução da atividade empresarial, através dos setores que a integram, como os fornecedores, o meio ambiente, o mercado, o consumidor final, os sócios e acionistas entre outros não menos importantes que passam a trabalhar em sintonia com o objetivo de agregar valores, gerar desenvolvimento e pautar as atividades empresariais na ética, o que contribui sobremaneira para o desenvolvimento sustentável.

O Terceiro Setor por sua vez, já encontra na doutrina jurídica uma definição primária que pode ser considerada pacífica. Define-se por ser o conjunto de iniciativas privadas, de caráter público, sem fins econômicos que funcionam estruturalmente como associações e fundações destinadas diretamente ao atendimento do interesse público. Embora não apresente fundamentos históricos e seja mais simplista, ao dispor as semelhanças e diferenças com os outros dois setores, ela funciona como um recurso analítico de grande valia para os estudos acadêmicos.

O elo existente entre a que podemos chamar de “nova” empresa fazendo uma alusão ao termo nova empresarialidade com sua visão ética e responsável acima descrita e os interesses da sociedade defendidos pela nova esfera da sociedade civil organizada, hoje denominada de terceiro setor fundamentam o presente estudo.

¹ Mestranda em Direitos Coletivos, Cidadania e Função Social pela UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto, com bolsa da CAPES (2009). Especialista em Direito Tributário pela UNAERP - Universidade de Ribeirão Preto (2007). Advogada, com ênfase no Direito do Terceiro Setor.

2. DAS PRÁTICAS DE COMÉRCIO À TEORIA DA EMPRESA

Para traçar o perfil da empresa na doutrina jurídica, é essencial discorrer brevemente sobre o seu contexto histórico. O Direito Comercial possui quatro fases bem delimitadas e determinantes para o seu estudo, a primitiva, a corporativa, a de atos de comércio e a da empresa.

O período primitivo é marcado pela atuação das práticas de comércio utilizadas pelos fenícios², que foram grandes comerciantes e fizeram uso de tecnologias inovadoras de navegação para a época entre a Ásia e as Costas do Mediterrâneo como diferencial para o êxito de seus negócios.

A fase corporativa tem início com a evolução do mercantilismo que em virtude dos acontecimentos históricos e sociais desloca o poder até então concentrado nas corporações para o Estado, exemplo clássico desse período foi Roma que embora não apresentasse força na atividade comercial ou de sua regulação tornou-se um centro comercial e bancário respeitado devido à intervenção dos Pretores.

Com a queda do Império Romano surgiu o período das chamadas corporações de ofício que data da segunda metade do século XII até a segunda metade do século XVI e serviu de esteio para o surgimento dos atos de comércio e por fim da empresa.

Nessa esteira, é relevante traçar algumas considerações acerca do Direito Francês que evoluiu das corporações de ofício para o *Code de Commerce* Francês de Napoleão. Todo esse processo teve início com o chamado “acento subjetivo” que era caracterizado por ter como exigência ou pré-requisito a filiação a uma corporação de ofício e esta por sua vez tinha normas pré-estabelecidas de funcionamento.

As corporações organizavam a sua jurisdição com o objetivo de resolver os possíveis conflitos existentes nas transações dos seus associados. Nesse período as transações comerciais comuns eram o seguro, a letra de câmbio e a atividade bancária como fim. Numa segunda fase e em decorrência da evolução do direito na seara, surgiu a sociedade anônima³, que se destinou a regular como forma de sociedade os imensos aportes de capital, visando ao mesmo tempo minorar os riscos comuns a atividade.

Posteriormente, surgiram os atos de comércio estipulados no Código de Napoleão, que almejavam a igualdade entre aqueles que desenvolviam atividades típicas de empresa. O sistema italiano foi representando em sua forma mais expressiva por Vivante⁴, que aos poucos abandonou o contexto dos atos de comércio isolados da atividade privada denominada de obrigação civil.

² José Xavier de Carvalho Mendonça em sua obra *Tratado de Direito Comercial*, 2000, p. 62 descreve a atuação dos fenícios e demais povos com propriedade ao afirmar que enquanto os fenícios se espalhavam pelos mares, outro povo semita, os Arânicos, que ocupavam Damasco, melhoravam os caminhos de caravanas através dos desertos da Arábia e da Pérsia e tornavam-se o principal povo comercial da Ásia Ocidental. Os povos semíticos, mais depressa civilizados que os arianos, mostraram e ainda mostram uma compreensão maior do valor das mercadorias. Tiveram necessidade de escriturar livros, devido ao desenvolvimento da escrita alfabética, e todos os grandes progressos do cálculo são obra deles.

³ Um dos institutos mais importantes do Direito Comercial, hoje denominado de Empresarial.

⁴ Cesare Vivante – Italiano, comercialista, precursor e grande defensor das idéias de unificação das obrigações. Apresentou sua teoria em 1892, na aula inaugural do Curso de Direito da Universidade de Bolonha.

O *Codice Civile* Italiano e a sua teoria da empresa, em meados de 1942, passaram a regular a atividade civil junto à atividade comercial sob um prisma privado, o que transferiu a fronteira da doutrina francesa entre o que é matéria Civil e Comercial. A empresa passa a ser o cerne do direito comercial e não os atos de comércio. Por conseqüência, as atividades de menor expressão econômica, se sujeitaram à disciplina de seu Código Civil.

Para a Teoria italiana, empresa é atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens e serviços sem a natureza jurídica de sujeito de direito nem de coisa e não se confunde com o empresário nem com o estabelecimento empresarial. Temos aqui a presença dos teores econômico, organizacional, dinâmico e generalista da Teoria da Empresa do Código Civil italiano. Inserido no argumento histórico traçado está o Direito Comercial brasileiro, que em meados de 1808 sofreu grandes alterações devido à chegada da família real portuguesa ao Brasil. Foi preciso acompanhar as necessidades reclamadas pela família real e pelo monopolizador império inglês que queria dar vazão à sua produção: era a fase dos atos de comércio, contemporânea da Teoria francesa. O Código Comercial brasileiro aprovado pelo Imperador D. Pedro II entrou em vigor em 1850 e logo após foi criado o Regulamento nº 737, de 1850, com caráter processual baseado nos antigos tribunais de comércio.

Apenas no final do século XX, o Direito Comercial Brasileiro se aproximou do sistema italiano, ao tentar codificar as matérias de ordem privada e comercial num só volume que alcançasse com eficácia as relações empresariais no seu todo e não apenas os atos de comércio. Assim, surgiu o Livro II da Parte Especial da Lei 10.406/02, com o fim de disciplinar as relações empresariais.

Hoje predomina a Teoria da Empresa, que separa o empresário da empresa, define a atividade de empresário e nos termos do art.966⁵ a descreve como atividade de empresa na medida da sua definição legal.

Ensina ADALBERTO (2004. p. 52):

A sociedade empresária é espécie do gênero sociedade. Ao contrário do que pregava a teoria dos atos de comércio em que se considerava comerciante aquele que praticava atos de comércio com habitualidade, sendo um tanto imprecisa no que tange a classificação da composição dos atos de comércio o art. 966 do Código Civil enfatiza traços próprios da teoria da empresa, não mais fazendo distinção entre atividade de natureza civil ou comercial. Assim, exercitando uma atividade econômica organizada que visa à produção ou circulação de bens e serviços, a pessoa física ou jurídica é considerada como tal (sociedade empresária – vide art. 982).

Conclui-se que o Direito italiano ao utilizar uma única terminologia para abranger como sujeito da atividade econômica tanto o que a exerce na esfera civil como na comercial criou o que se pode denominar de conceito moderno de empresa.

Os diversos conceitos encontrados na doutrina transitam com maestria nas esferas jurídica e econômica devido às características peculiares das atividades desenvolvidas pela empresa nos dias atuais, é o que se descortina na afirmação de Mendonça (*apud*, Adalberto, 2006, p.15):

⁵ A teoria da empresa não divide os atos em *civis* ou *mercantis*. Seu cerne é o modo pelo qual a atividade econômica é exercida, como dispõe o artigo 966 do Código Civil Pátrio: Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

Empresa é a organização técnico-econômica que se propõe a produzir, mediante a combinação dos diversos elementos, natureza, trabalho e capital, bens ou serviços destinados à troca (venda) com esperança de realizar lucros, correndo os riscos por conta do empresário, isto é, daquele que reúne, coordena e dirige esses elementos sob a sua responsabilidade.

O conceito jurídico de empresa se mostra diretamente relacionado com o econômico, pois a idéia nuclear de empresa é a atividade que a mesma desenvolve com o objetivo de um resultado final, o lucro.

A empresa sob a ótica de atividade empresarial, ou seja, da sua função é estudada sob três aspectos: o subjetivo que diz respeito ao empresário que comanda a atividade, o patrimonial que é o estabelecimento onde é desenvolvida e o corporativo que se reporta aos empregados. Ante esta ótica, o exercício da empresa privada é o exercício da propriedade privada e deve estar em consonância com o disposto na Carta Constitucional acerca da ordem econômica⁶.

O art. 170 da Constituição brasileira, afirma em seu texto que a empresa integra a ordem econômica nacional e deve ser fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, desde que sempre observados os princípios da Propriedade Privada e da Função Social da Propriedade.

A função social da empresa⁷, não pode e nem deve ser vista como relis obrigação legal originária do direito de propriedade. A função social da propriedade por outro lado se mostra como meio de compatibilizar a fruição individual do bem ao atendimento da sua função social com o intuito maior de que o titular da propriedade não abuse do seu direito.

No entendimento de GRAU (2005, p. 222):

O que mais revela enfatizar é o fato de que o princípio da função social da propriedade impõe ao proprietário – ou quem detém o poder de controle, na empresa - o dever de exercê-lo em benefício de outrem e não, apenas, de não o exercer em prejuízo de outrem. Isto significa que a função social da propriedade atua como fonte de imposição de comportamentos positivos – prestação de fazer, portanto, e não meramente, de não fazer – ao detentor de poder que deflui da propriedade. Vinculação inteiramente distinta, pois, daquela que lhe é imposta mercê de concreção do poder de polícia.

O liame entre a função social da propriedade e a função social da empresa é evidente, ambas demonstrando peculiar importância para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e igualitária, de acordo com os preceitos da Constituição Federal de 1988 que ao normatizar os valores sócio-econômicos, estabeleceu uma ordem jurídica e econômica que trouxe a função social da empresa privada como um instrumento à persecução dos seus fundamentos e objetivos, transformando assim o direito de propriedade. Por conseguinte, a função social passou a fazer parte do regime jurídico-econômico do direito de propriedade.

⁶Art. 170, da Constituição Federal.

⁷Bulgarelli (1985, p. 284) sustenta que, por função social deve-se entender, no estágio atual do nosso desenvolvimento sócio-econômico, o respeito aos direitos e interesses dos que se situam em torno da empresa. Daí que a doutrina brasileira assinala essa função relativamente aos trabalhadores, aos consumidores e à comunidade, o que parece evidente.

Todos esses valores sedimentados na Constituição de 1988 e posteriormente na legislação ordinária⁸ permitiram que o direito de empresa servisse de alicerce para a ordem econômica constitucional e não funcionasse apenas como um direito subjetivo absoluto. A função social da empresa privada é instrumento disciplinador do direito de propriedade, principalmente dos bens de produção, na busca do cumprimento dos objetivos e fundamentos da ordem jurídico-econômica constitucional, é ainda, o conjunto dos efeitos que um instituto jurídico exerce sobre a sociedade, com o fim de atender aos seus interesses.

Nos dias hodiernos, a efetiva aplicação do instituto da Função Social da Empresa e do direito de empresa⁹ acima descrito não se resume ao atendimento dos interesses particulares dos sócios ou mesmo à busca pura e simples do lucro ao contrário, procura fazer uso de um novo contorno funcional, com uma natureza que pugna pelo cuidado com os interesses da coletividade.

O tamanho ou setor de atuação da empresa se torna irrelevante no que concerne ao desenvolvimento da função social, pois esta tem foco nos valores sustentáveis colocados em pauta para os acionistas e a sociedade, seu potencial valor no futuro é que lhe qualifica como tal. O argumento inequívoco a favor do bom negócio da sustentabilidade é a relação existente entre a função social da empresa e o desenvolvimento sustentável, ela prova que a responsabilidade de cada empresa com as pessoas e com o planeta é, em última análise, responsabilidade para com os interesses de seus acionistas e sua comunidade.

3. A EMPRESA E A NOVA EMPRESARIALIDADE

A adoção da teoria da empresa traz consigo princípios norteadores pautados na ética, na responsabilidade e no modelo do bom empresário, abandonam valores individualistas e passam a pensar não apenas no lucro como atividade fim e sim na maximização do resultado que transcende à idéia primitiva por ser de inclusão.

Com a difusão dessa teoria e evolução natural dos princípios a ela relacionados, uma ideologia ampla que traz as questões de relevo social para o seio da empresa e a insere de forma direta na sociedade é sedimentada, ela dá um sentido mais profundo ao termo empresa e é denominada de nova empresarialidade¹⁰.

⁸ A Lei 6.404/76, Lei das Sociedades Anônimas registrou a primeira visão afirmativa legal, no Brasil, do termo “função social da Empresa” em seus artigos 116 e 154, seguida pela Constituição Federal de 88 em seu artigo 170 e pelo Código do Consumidor Lei 8.078/90, artigos 53 e 81. Há referências ainda nos artigos 421 e 1228 do Código Civil, o artigo 47 da Lei 11.101/05, que regula a recuperação judicial, extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária e demais leis não menos importantes que demonstram o esforço do legislador pautado nos ditames constitucionais sempre ante a necessidade de assegurar fins econômicos, sociais e ambientais no ordenamento jurídico, sempre relacionados à função social da propriedade e conseqüentemente da empresa, portanto, ainda que não esteja expresso é um entendimento doutrinário lógico e reforça a afirmação de importância desses institutos para o direito de empresa.

⁹ O direito de empresa é absorvido pela doutrina e legislação brasileiras porque é regido pelo Estado, que tem dentre seus fundamentos e objetivos, o bem comum, nas esferas, política, econômica e social.

¹⁰ A nova empresarialidade foi tema da Tese para obtenção do título de doutor em direito das relações sociais PUC-SP no ano de 2002, defendida por Adalberto Simão Filho, sob o tema: Nova Empresarialidade – Uma visão jurídica reflexa da ética na atividade empresarial no contexto da gestão e da sociedade da informação.

A esse respeito, Adalberto (2006, p.40) elucida:

A empresarialidade na forma proposta emergiu com um sentido mais profundo e filosófico do que o termo empresa. Esta expressão pode ser entendida como a atividade empresarial em movimento constante e sucessivo, não importa se exercida pela sociedade simples ou empresária ou pelo empresário individual e o inter-relacionamento desta com os fornecedores, com o mercado consumidor, mercado de valores imobiliários, agentes econômicos diversificados, trabalhadores, meio-ambiente, e, finalmente com relação aos próprios sócios e acionistas da empresa, gerando uma sinergia completa que culmina por vivificar a empresa e agregar valor.

A utilização do adjetivo *nova* e do sufixo “*dade*” no termo empresa segundo o próprio autor deve ser entendida como forma de gerar uma abstração diferenciada e necessária à compreensão da amplitude e dinâmica que se desejou dar à palavra em questão, noutras palavras, os termos foram acrescentados para demonstrar atribuição de qualidade, de inovação nas idéias apresentadas em contraponto com a doutrina até então defendida acerca do tema empresa.

Tem por interesse, demonstrar os novos padrões, ou como diz o autor o Standard¹¹ que compõe esse novo formato da empresa que possui condutas de impacto no desenvolvimento de suas atividades empresariais. Partindo da premissa de que o comportamento positivo do empresário e da empresa em sua totalidade para com a sociedade faz bom uso de princípios basilares como o da boa-fé, da ética e do dever.

Adalberto considera ainda que a proposta da nova empresarialidade abraça um ícone ético que serve de modelo de gestão e comportamento que facilita a adoção das melhores práticas para a administração da empresa. Práticas como as de responsabilidade social e governança corporativa, descritas a seguir colocam a empresa que as adota num novo espaço, o de empresa engajada, empresa cidadã e as relaciona diretamente com o terceiro setor.

A Responsabilidade Social¹² é uma nova maneira de conduzir os negócios da empresa, tornando-a parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social, englobando preocupações com um público maior. Está amparada nos stakeholders¹³ os quais são os acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, voluntários, meio-ambiente, e

¹¹ Serpa Lopes (1957, p. 59), entende que a noção de standard outra não é, senão a das regras que, ao invés de formularem uma solução rígida, concedem uma certa margem e apelam para a colaboração do juiz ou da autoridade administrativa, concedendo-lhes um certo poder discricionário. São conceitos flexíveis sendo esta diretiva uma regra de direito jurisprudencial. É um processo que cria o tipo médio, a medida média da conduta social, que servirá para julgar uma série de atos, qualquer que seja a sua particularidade.

¹² A responsabilidade social é tema doutrinário relativamente recente que passou a ser colocado em pauta nas empresas a partir da metade do século XX, época de atender às necessidades de evolução social e atendimentos às pujantes lacunas sociais deixadas à margem pelo Estado. A Carta de 1988 e seu perfil social declarado implementou caminhos legais, pautados nos direitos de terceira geração para o crescimento das organizações não governamentais que tinham por missão assegurar o cumprimento dos direitos sociais, as empresas atentas à sua função social e seu compromisso com a coletividade passaram a atuar como parceiras para atender a essas demandas.

¹³ O conceito mais comum de Stakeholder é o de “qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela obtenção de um propósito corporativo” (Freeman *et al*, 2008). São ainda, pessoas, grupos de pessoas e outras entidades, com interesses legítimos nas ações e operações das organizações, que podem afetar ou ser afetados por elas.

principalmente a ética.¹⁴ É composta por vetores que a norteiam, como o apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua, a preservação do meio ambiente, o investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente de trabalho agradável, a transparência nas comunicações, o retorno dos acionistas nos temas da empresa, a sinergia com os parceiros, a satisfação dos seus clientes, também e principalmente denominados de consumidores.

Governança corporativa segundo o IBGC- Instituto Brasileiro de Governança corporativa (2004):

É o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre Acionistas/Cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade.

A nova empresarialidade fortalece a empresa, o terceiro setor, o voluntariado, a consciência coletiva e vai além, incentiva a sociedade a planejar um futuro melhor.

A conjuntura moderna necessita de forma veemente de uma transformação real das instituições empresariais, para que cumpram a sua função social de forma consciente, através da responsabilidade social empresarial e de iniciativas empreendedoras que apresentam soluções definitivas para os diversos problemas da nação.

Em meio a toda essa transformação dos paradigmas¹⁵ relacionados ao exercício das práticas de comércio que evoluíram para práticas empresariais, as empresas privadas e as organizações do terceiro setor protagonizaram um novo fenômeno ao mobilizarem com uma força adquirida pela união de esforços e interesses uma quantidade cada vez maior de recursos destinados às iniciativas sociais.

A presença nesse processo do povo, não o povo incauto dos seus direitos e garantias, mas os cidadãos e a sociedade civil organizada rompem com a dicotomia entre público e privado, onde ser público é sinônimo de Estatal e conseqüentemente de serviço público e ser privado é ser empresa, corporação.

A união entre as empresas engajadas nas atividades sociais e a expansão aliada à profissionalização do terceiro setor dão origem a uma esfera pública não estatal.

¹⁴ A palavra Ética é originária do grego *ethos*, que significa modo de ser, caráter. Através do latim *mos* (ou no plural *mores*), que significa costumes, derivou-se a palavra moral. Para a Filosofia, Ética significa *o que é bom para o indivíduo e para a sociedade*, e seu estudo contribui para estabelecer a natureza de deveres no relacionamento indivíduo - sociedade.

¹⁵ Definir o termo paradigma, importa de modo direto dizer que ele representa os conteúdos de uma visão de mundo. As pessoas que agem de acordo com os axiomas de um paradigma estão unidas, identificadas ou simplesmente em consenso sobre uma maneira de entender, de perceber, de agir, a respeito do mundo. Os que partilham de um determinado paradigma aceitam a descrição de mundo que lhes é oferecida sem criticar os fundamentos íntimos de tal descrição. Isto significa que o olhar deles está estruturado de maneira a perceber só uma determinada constelação de fatos e relações entre esses fatos. Qualquer coisa que não seja coerente com tal descrição passa despercebida, é vista como elemento marginal ou sem importância.

4. O TERCEIRO SETOR E SUA ESTREITA RELAÇÃO COM A NOVA EMPRESARIALIDADE

A empresa se identifica de modo intenso com os ideais do terceiro setor¹⁶ porque este se expressa a partir de uma nova prática social concebida por múltiplas expressões da cidadania e a empresa que exerce a sua função social se mostra para o mundo como solidária, responsável, engajada, cidadã.

Segundo Ruth Cardoso (1997, p.8-9):

O terceiro setor é uma nova esfera pública, não necessariamente governamental, constituída de iniciativas privadas em benefício do interesse comum e com uma intensa participação de Organizações não-governamentais. É um conjunto de ações particulares com foco no bem-estar público.

Embora pertinentes as considerações citadas é fato que no contexto sócio-econômico brasileiro o terceiro setor já apresenta personalidade própria, sobretudo em razão do grande potencial de desenvolvimento sustentável que fomenta. O seu estudo pelos doutrinadores gera reflexões e conclusões positivas e determinantes, com o reconhecimento de sua pertinência e o surgimento de um novo campo acadêmico com uma identidade de grande impacto nas sociedades de todo o mundo neoliberal.

Pautada nessa constatação de personalidade, Rosa Maria Fischer, propõe outro conceito, baseado na linha de pensamento americana que é capaz de retratar com maestria toda a diversidade do terceiro setor (FISCHER, 2002, p. 45/46):

Terceiro Setor é a denominação adotada para o espaço composto por organizações privadas, sem fins lucrativos, cuja atuação é dirigida a finalidades coletivas ou públicas. Sua presença no cenário brasileiro é ampla e diversificada, constituída por organizações não-governamentais, fundações de direito privado, entidades de assistência social e de benemerência, entidades religiosas, associações culturais, educacionais, as quais desempenham papéis que não diferem significativamente do padrão conhecido de atuação de organizações análogas em países desenvolvidos. Essas organizações variam em tamanho, grau de formalização, volume de recursos, objetivo institucional e forma de atuação. Tal diversidade é resultante da riqueza e pluralidade da sociedade brasileira e dos diferentes marcos históricos que definiram os arranjos institucionais nas relações entre o Estado e o Mercado.

Os principais componentes do nonprofit sector americano – freqüentemente utilizado como parâmetro para compreensão do setor em outros países – podem ser encontrados na caracterização do Terceiro Setor no Brasil. Segundo a definição “estrutural/operacional” de Salamon e Anheir (1992), utilizada por Landin, essas organizações caracterizam-se por serem

¹⁶ O Terceiro Setor tem ascendência sociológica e traça a diferença entre o Estado, Primeiro Setor e o Setor Privado ou de Mercado, Segundo Setor. Rifkin (1997), apresenta uma divergência relevante quanto a essa divisão hierárquica por entender que a denominação correta seria Primeiro Setor pois defende que historicamente a Sociedade surgiu primeiro que o Estado e o Mercado. Contrapõe-se ao Primeiro e Segundo Setor e aposta numa nova forma de divisão da riqueza que diverge da visão adotada pelo Estado e pelo Mercado porque tem como direção uma política altruísta, afirmativa, carregada de conceitos sociais que abrangem a coletividade. É o setor situado no âmbito da sociedade e da economia, entre o público e privado, Primeiro e Segundo setor respectivamente. Composto pelas organizações da sociedade civil, entidades de interesse social, sem fins econômicos, juridicamente constituídas como Associações ou Fundações. Têm por objetivo, promover e executar políticas e ações voltadas ao desenvolvimento econômico e social, através de relações com o Estado e o Mercado.

privadas, sem fins lucrativos, formais, autônomas e incorporarem algum grau de envolvimento de trabalho voluntário.

Entretanto, o conceito de que tais organizações, em virtude dessas características comuns, constituem um “setor” diferenciado do tecido social, não está suficientemente consolidado, nem no ambiente acadêmico nem no universo das práticas cívicas, associativas e de solidariedade. Pode-se detectar desde manifestações de desconfiança e rejeição, até o simples estranhamento na adoção de um conceito que, para abranger a amplitude e a diversidade da realidade que busca definir, tende a ser genérico e impreciso. O próprio nome atribuído a este espaço é alvo de uma disputa nas quais competem, mais do que conceitos e tradições acadêmicas, visões de mundo, valores e identidades dos próprios envolvidos nessas organizações. Assim, não-governamental, sem fins lucrativos, da sociedade civil, filantrópica e beneficente são termos que dividem os corações e mentes dos profissionais, militantes e voluntários que atuam nesse espaço.

A aceitação das idéias pautadas na doutrina americana trouxe para a realidade brasileira a utilização do termo ‘Terceiro Setor’, uma tradução literal do vocábulo Third Sector, que faz referência não só as atividades de uma sociedade civil organizada como também às non profit organizations, organizações sem fins lucrativos e ao *voluntary sector*, setor voluntário e este deu lugar às denominações até então utilizadas pelas organizações da sociedade civil, entendidas como entidades filantrópicas, de beneficência ou benemerência (entre outras).

As organizações têm por missão a criação de projetos para a realização de benefícios coletivos, ou seja, que atinjam ou possam atingir dependendo da área de atuação da organização um grande número de pessoas inseridas na missão destes. Algumas promovem benefícios coletivos privados, são as que visam ajuda mútua e defendem os interesses de um grupo restrito de pessoas sem que tenham um considerável impacto social, as de caráter público, por sua vez, estão focadas no atendimento dos interesses mais comuns da sociedade e por esse motivo, produzem bens e serviços que agregam benefícios para toda a sociedade.

O terceiro setor segue uma estrutura associativa firmada sempre em suas missões, objetivos e funções nesse sentido, dividem-se em áreas distintas de atuação como a dos direitos difusos onde estão situadas as instituições que representam causas sociais, como a preservação ambiental, os direitos dos consumidores, a inclusão de minorias, os direitos da criança e do adolescente, há também as instituições com viés de promoção social e enfoque humanitário que apontam para o auxílio aos necessitados em seu conceito mais amplo (saúde, combate a fome e a miséria, educação), trabalham em parceria com as de direito difuso no intuito de viabilizar mudanças sociais.

Existem as instituições de benefício mútuo que lutam por interesses determinados, são os sindicatos, igrejas, partidos políticos, associações de bairro, entre outras. Por fim e não menos relevante estão as instituições com o objeto de apoiar financeira, institucional, ideológica, técnica e gerencialmente as instituições de todas as áreas, exemplos clássicos são as fundações privadas e os institutos de pesquisa e serviços.

Um dos referenciais para o desenvolvimento do terceiro setor, são as ações voluntárias. Os voluntários são importantes tanto para as instituições quanto para as empresas, pois representam a sociedade em prol da sociedade. Para as instituições eles funcionam como disseminadores das suas atividades e missões,

para as empresas são a maior expressão de marketing social¹⁷ e agregam valores positivos à imagem destas. A origem do trabalho voluntário é tratada com propriedade na obra de CORULLON e BARNABE (2002, p.23):

Habitualmente, o voluntário é descrito como um fenômeno típico da América do Norte, intimamente ligado à formação local. Seria o resultado de um processo histórico que privilegiou a livre associação entre as pessoas em detrimento do poder coercitivo do Estado. De fato, parte importante da colonização em certas regiões dos Estados Unidos teve por base hordas de perseguidos que vinham se estabelecer no Novo Mundo como opção de sobrevivência. E foi necessário que essas pessoas se apoiassem mutuamente, desenvolvendo assim um sentido de comunidade que até hoje se reflete em iniciativas de interesse público, como é o caso do trabalho voluntário. Já na América Latina, a colonização foi montada como empreendimento do Estado. Concomitantemente com a chegada dos colonos instalavam-se os aparatos burocráticos da Coroa Portuguesa, ou a Coroa Espanhola, juntamente com as estruturas hierárquicas do catolicismo. Dessa maneira, nossas sociedades moldaram-se identificando o espaço de atuação pública como sendo exclusivamente estatal ou religioso.

No caso específico do Brasil (o que vale igualmente para o Sul dos Estados Unidos) há que acrescentar um outro fator: o sistema produtivo foi maciçamente organizado sob forma de grandes plantações, movidas pelo braço escravo, e o escravismo parece ser exatamente a antítese das idéias de comunidade e de voluntariado.

Não obstante esses fatores adversos, o voluntariado tem raízes muito antigas e profundas no Brasil. Movem-nos três sentimentos que parecem se colocar acima, até mesmo, dos nossos condicionamentos históricos: a compaixão, a solidariedade e a indignação.

A Lei 9.608/98, denominada de lei do voluntariado, foi criada com o objetivo de disciplinar o trabalho voluntário, definido como atividade não remunerada prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada sem fins lucrativos, sem gerar vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista.

A criação da lei procurou em primeiro lugar difundir a cultura do voluntariado e ao mesmo tempo proteger as instituições sem fins lucrativos de possíveis reclamações trabalhistas infundadas ou em desconforto com os ideais voluntários. Os artigos 1º e 3º da referida lei, ratificam a afirmação exposta quando descrevem respectivamente sobre o termo de adesão ao trabalho voluntário que deve ser firmado entre a instituição (ou empresa que desenvolva programa de responsabilidade social) e o voluntário e a possibilidade de ressarcimento das despesas que comprovadamente o indivíduo realizar no desempenho de suas atividades voluntárias expressamente autorizadas.

A nova concepção de empresa não admite uma cultura que privilegie somente o lucro, em detrimento de valores éticos responsáveis pela valorização da dignidade da pessoa humana e geração do desenvolvimento integrado e sustentável assim, o terceiro setor no novo empresariado adquire importância, na medida em que oferece instrumentos hábeis para garantir direitos, evitar prejuízos de todas as ordens e proteger os direitos coletivos através das organizações que o integram.

¹⁷ O Marketing Social ou Marketing para Causas Sociais, como costuma também ser denominado em outros países, diz respeito ao esforço mercadológico no sentido de associar uma marca ou instituição a uma causa social, que pode ser o desenvolvimento de campanhas (para prevenção da saúde e o estímulo à leitura, por exemplo) doações para entidades assistenciais, parcerias com entidades filantrópicas, desenvolvimento de trabalho junto a comunidades carentes etc.

De outra via, em razão de sua função e responsabilidade social, a empresa deve gerar o desenvolvimento integrado e sustentável, pois o crescimento econômico é condição necessária, porém não suficiente, para o desenvolvimento sustentável, um terceiro ponto não menos importante é a inclusão social que abre uma vasta gama de oportunidades para os cidadãos.

A nova empresarialidade, a governança corporativa e a responsabilidade social funcionam como instrumentos globais extremamente hábeis na persecução do desenvolvimento sustentável, a fim de produzir e disseminar informações sobre o que é e o que faz o terceiro setor, melhorar a qualidade e eficiência da gestão das instituições de caráter público ou não e dos seus programas sociais, aumentar a base de recursos e a sustentabilidade das organizações da sociedade civil e criar condições para o aumento da participação voluntária dos cidadãos e atores sociais.

A ética figura com destaque nesse processo devido ao intenso crescimento das instituições e a premente necessidade de implementar nas mesmas o profissionalismo e a gestão transparente através das práticas de governança aliadas às empresas, especialmente com as OSCIPs¹⁸, afinal, a transparência da instituição seja ela de caráter privado ou social, é relevante para manter a credibilidade dos investidores.

O nível de êxito de um programa de responsabilidade social utilizado pela empresa é medido através do balanço social, um instrumento que analisa as ações empreendidas em determinado período de tempo e seus resultados de forma isolada ou em parceria, vinculada ou não aos objetivos institucionais para os quais foi constituída na expectativa de contribuir para a construção de uma sociedade sustentável e equilibrada.

Uma empresa inserida na nova empresarialidade ao atuar no universo do terceiro setor com a justificativa de contribuir para o desenvolvimento humano sustentável e exercício da cidadania dá o primeiro passo para o sucesso de qualquer programa de voluntariado empresarial.

5. OS NOVOS CAMINHOS DO TERCEIRO SETOR

A evolução das teorias que permeiam o Terceiro Setor e a empresa socialmente responsável juntamente com as idéias de desenvolvimento e sustentabilidade do mundo criou de forma efetiva novos nichos de trabalho, com objetivos maiores no que se refere ao impacto positivo que podem causar na sociedade em transformação.

É o caso dos empreendedores sociais ou *social entrepreneurs*, dos negócios sociais e por fim da idéia máxima de impacto e sustentabilidade até então desenvolvida, a empresa social.

O empreendedorismo social (*social entrepreneurship*) é exercido de forma comprometida pelas instituições através dos empreendedores sociais (*social entrepreneur*), esses termos também são traduções literais dos originários da língua inglesa. Assemelham-se aos empresários e empreendedores de negócios nos

¹⁸OSCIP's – Qualificação específica para a organização social que atender aos requisitos da Lei 9.790 de 23/03/99. A referida lei trouxe a possibilidade de as pessoas jurídicas, formadas por grupos de pessoas ou profissionais de direito privado sem fins econômicos serem qualificadas, pelo Poder Público, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIPs e poderem com ele relacionar-se por meio de termos de parceria desde que os seus objetivos sociais e as normas estatutárias atendam os requisitos da lei.

métodos que utilizam, mas o seu foco são os objetivos sociais ao invés de benefícios materiais. São delineados por sua missão social e o seu objetivo final não é a geração do lucro é o impacto social. Funcionam como agentes de transformação no Setor Social, atuam de forma global ou regional e possuem um duplo Propósito: Empreender projetos reais que funcionam e estão disponíveis às pessoas e gerar sustentabilidade, com menor dependência do governo e da idéia primitiva de caridade.

O empreendedor social visa a maximização do capital social, com base nas relações de confiança e respeito que desenvolve para realizar mais iniciativas, programas e ações que permitam para uma comunidade, cidade ou região o desenvolvimento programado e sustentável.

Tais avanços são alcançados pela utilização de tecnologias produtivas, que aumentam a articulação dos grupos produtivos e estimulam a população a participar na esfera política e social o que amplia a possibilidade de atender às necessidades dos cidadãos em situação de exclusão e risco. Para tanto, utiliza técnicas de gestão, de governança, de inovações no manejo sustentável dos recursos naturais e principalmente criatividade para fornecer produtos e serviços que possibilitem a melhoria da condição de vida das pessoas envolvidas que serão beneficiadas através da ação direta ou indireta dos empreendedores sociais.

A melhor referência para o mundo de instituição na atualidade que difunde, apoia e financia ações de empreendedorismo é a Ashoka¹⁹, pioneira em empreendedorismo social. No entanto, diversas instituições trabalham seriamente na defesa do empreendedorismo social como a School Social Entrepreneurship - SSE, do Reino Unido, o Canadian Center Social Entrepreneurship – CCSE no Canadá, o Foud Schwab, na Suíça e The Institute Social Entrepreneurs - ISE, nos Estados Unidos.

Os negócios sociais por sua vez, são uma derivação, um filtro do empreendedorismo social. São iniciativas economicamente rentáveis que através de sua atividade principal solucionam problemas sociais e/ou ambientais, utilizando mecanismos de mercado. Sempre combinam a viabilidade econômica integrada aos impactos sociais e ambientais positivos com o propósito de inovar sempre na atividade ou execução das atividades. O produto principal, serviço ou processo de produção contribui diretamente para a solução de problemas sociais e ambientais e desde a sua proposta deve gerar renda suficiente para pagar os custos de suas operações e viabilizar o seu crescimento.

¹⁹ A Ashoka é uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no trabalho e apoio aos empreendedores sociais - pessoas com idéias criativas e inovadoras capazes de provocar transformações com amplo impacto social. Criada há 25 anos pelo norte americano Bill Drayton a Ashoka teve seu primeiro foco de atuação na Índia. Presente em 60 países e no Brasil desde 1986, a Ashoka é pioneira na criação do conceito e na caracterização do empreendedorismo social como campo de trabalho. Após identificar e selecionar o empreendedor social, a Ashoka oferece uma bolsa mensal por três anos para que ele possa se dedicar exclusivamente ao seu projeto e contribui para a sua profissionalização provendo serviços como seminários e programas de capacitação. Todos os empreendedores sociais da Ashoka fazem parte de uma rede mundial de intercâmbio de informações, colaboração e disseminação de projetos composta hoje por mais de 1600 empreendedores localizados nos diversos países em que tem atividades. No Brasil, compõem a rede cerca de 250 empreendedores sociais.

A referência de proposta e de trabalho desenvolvido no campo é a organização Artemisia²⁰, cuja missão é inspirar desenvolver e articular pessoas para construir uma nova geração de negócios cujos produtos e serviços contribuam para a redução da desigualdade socioeconômica. O empreendedorismo na Artemisa e nos negócios sociais é encarado como uma proposta para as pessoas que apostam em seus próprios sonhos para criar mudanças sociais positivas e transformar realidades, suas idéias e ações são pautadas na excelência, visando altos níveis de qualidade com compromisso e transparência junto ao público atendido e aos parceiros de trabalho.

Por fim, são apresentadas as empresas sociais, organizações que oferecem produtos e serviços como qualquer negócio o faz, mas com o objetivo de trazer benefícios para a comunidade. Enquanto nas empresas privadas repartem os benefícios entre os sócios, os benefícios da empresa social são reinvestidos no desenvolvimento dos próprios serviços e produtos e repartidos pela comunidade.

Para uma organização funcionar como uma Empresa Social, ela precisa necessariamente, ser constituída juridicamente como uma empresa e oferecer produtos e serviços como qualquer negócio tradicional, todavia, o seu objetivo, a sua missão é trazer seus benefícios para o bem da comunidade que a integra.

Muhammad Yunus foi o criador da idéia da empresa social, economista formado em Bangladesh e com doutorado nos Estados Unidos, na década de 70, ao identificar as dificuldades de pessoas carentes em obter empréstimos na aldeia de Jobra, situada em Bangladesh país empobrecido e que sofria as consequências de sua recente separação do Paquistão teve a idéia²¹ de oferecer um tipo diferenciado de crédito para fomentar a sustentabilidade daquelas pessoas, assim ele fez uso da palavra e da idéia do microcrédito para designar um tipo muito específico de crédito, cujo objeto principal não são os pequenos produtores, mas as populações pobres, que não tinham, absolutamente nenhum acesso a qualquer outro tipo de crédito.

Com essa idéia conseguiu implantar, a mais conhecida e bem-sucedida experiência de microcrédito do mundo. Iniciada em 1976, concedia empréstimos de

²⁰ A Artemisia é uma organização internacional que trabalha para o desenvolvimento do campo de Negócios Sociais. Com uma lógica inovadora sobre a forma de fazer negócios, aposta e investe no desenvolvimento de capital humano para criar ou gerenciar empreendimentos financeiramente rentáveis que trabalhem para a redução das desigualdades socioeconômicas. Foi criada em 2002 com uma perspectiva global de atuação. Ao perceber que seria impossível conhecer profundamente o contexto de muitos países, decidiu estabelecer sua presença organizacional no Brasil, na França e no Senegal - três regiões bastante diferentes entre si e que poderiam servir como laboratórios multiculturais. Recentemente iniciou algumas atividades em Mumbai, na Índia. As atividades no Brasil tiveram início em 2004 e foram norteadas pela Expedição Artemisia - Programa Jovens Empreendedores, a sua principal iniciativa no país. A Artemisia foi pioneira na abordagem e fomento do tema, pois nenhuma outra organização tratou a questão dos negócios sociais no Brasil até então.

²¹ Yunus atribui a origem de sua visão a um encontro fortuito, em Jobra, com Sufia Begum, uma jovem de 21 anos que lutava desesperadamente para sobreviver. Para poder trabalhar Sufia tinha tomado emprestado cerca de 25 centavos de dólar americano a um agiota de seu bairro, que lhe cobrava juros de 10% ao dia. Com esse dinheiro, Sufia comprava bambu para fazer tamboretas. De acordo com o "*contrato de empréstimo*", Sufia era obrigada a vender seus tamboretas exclusivamente ao agiota que lhe financiara e que pagava um valor muito abaixo do valor de mercado. Assim Sufia conseguia obter um "*lucro*" de cerca de 2 centavos de dólar. Para todos os efeitos a condição de trabalho de Sufia era equivalente à de escravo. Yunus encontrou 42 mulheres em Jobra nas mesmas condições e resolveu, ele mesmo, emprestar-lhes seu próprio dinheiro a taxas bancárias normais. Inicialmente emprestou 27 dólares, aproximadamente 62 centavos por tomadora. Surpreendentemente, Yunus recebeu de volta, com pontualidade, o capital e os juros de todos os empréstimos que fizera. Isso lhe deu a idéia que talvez fosse possível expandir esse processo.

pequena monta, com seus próprios recursos, para famílias muito pobres de produtores rurais, focalizando principalmente nas mulheres, devido a dificuldade ainda maior a elas imposta pelos costumes e cultura do lugar. Os excelentes resultados obtidos nessa primeira fase do projeto o levaram a expandir suas operações com recursos de terceiros e criar o "Grameencredit" ou crédito do Banco Grameen, fundado na premissa de que os pobres têm habilidades profissionais não utilizadas, ou subutilizadas. O Grameen Bank por acreditar na força da oportunidade para mudar e impactar a realidade de toda uma comunidade criou uma metodologia própria e uma instituição específica para atender às necessidades financeiras dos pobres com condições razoáveis de acesso a crédito, o que possibilitou aos pobres o desenvolvimento de habilidades profissionais e por via de consequência uma renda maior para ser reinvestida no próprio negócio a cada ciclo de empréstimos.

Yunus, ganhador do prêmio Nobel da paz em 2006, continuou difundindo as suas idéias e impactando sucessivamente, a pequena aldeia de Jobra, os seus arredores, Bangladesh, a Ásia e hoje realiza parcerias com grande empresas multinacionais como a Danone com a mesma visão de impacto, de diminuição mundial da miséria e desigualdades sociais.

Na atualidade, o Grameen Bank é o maior banco de microcrédito do mundo, possui um superávit anual de 22 milhões de dólares, emprega 22 mil funcionários e já emprestou mais de 7 bilhões a cerca de 7 milhões e meio de pessoas e o mais importante com um índice de inadimplência que não chega a 2%. O Grameen Bank, foi um projeto embrionário que deu origem a novas instituições com o mesmo objetivo inicial e missões ainda mais amplas como o Fundo Grameen, a Fundação Grameen Krishi, a Fundação Grameen Motsho, o Grameen Shatki e por fim a Grameen Kalyan, todas com o propósito de melhoria de condições para a população descrita como à margem da sociedade pautadas sempre na sustentabilidade e na renovação.

O que se pode concluir de todo o estudo é que a aproximação conceitual existente entre o empreendedorismo social, os negócios sociais e a empresa social com a empresa privada aqui estudada é reflexo direto da crescente participação destas empresas no enfrentamento dos problemas sociais e indo além, da simbiose que se apresenta entre o terceiro setor, as práticas empresariais consideradas puras somadas à nova empresarialidade o que termina por comprovar a existência de uma teia extremamente eficiente, fruto da visão global que aderimos através dos tempos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Terceiro Setor faz jus à nomenclatura de fenômeno, surgiu como uma força proporcionalmente inversa à insuficiência do governo e do mercado na provisão dos bens públicos, minimizou a ação do Estado e selou a idéia de democracia e desenvolvimento social.

Na ordem econômica de hoje, a empresa e o terceiro setor com as diversas frentes de trabalho que apresenta, merecem todo o destaque por apresentarem diversas similaridades e demonstrarem na prática que através da cooperação, da união de forças e divisão de atividades são geradas alternativas para o desenvolvimento sustentável, diminuição das desigualdades e a garantia de direitos mínimos, difusos por sua natureza e considerados indispensáveis ao ser humano.

Como eco desse processo, o terceiro setor e as empresas cidadãs são atores fundamentais para a almejada construção da cidadania e defesa dos interesses da coletividade. Ocorre que, as questões sociais não são tão simples ou acessíveis, são permeadas de lacunas e particularidades e cada um dos setores possui o seu papel, sua contribuição social, para que sejam atendidos os anseios.

Diante de tais evidências, o terceiro setor deve, paulatinamente, aderir aos fundamentos contidos na empresa de atuar com profissionalismo, ética e governança corporativa e em contrapartida, a empresa deve adotar a nova empresarialidade em toda a sua amplitude para através dessa união de forças gerar o real desenvolvimento sustentável que reflete no desenvolvimento humano e social.

7. Bibliografia

ALVES, Luiz Rodrigo Pires de Oliveira. Inter-relacionamento: Empresa privada e Terceiro Setor. In: **Estado, Empresa e Desenvolvimento Econômico**. Maria Cristina Vidotte Blanco Tarrega, Adriana Vidotte, José Querino Tavares Neto (organização). Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

ARTEMISIA. Apresenta textos sobre a Artemisia. Disponível em: <<http://www.artemisia.org.br/historico.php>>. Acesso em 27 Jul. 2009.

ASHOKA. Apresenta textos sobre a Ashoka. Disponível em: <<http://www.ashoka.org.br/main.php?var1=left&var2=srb>>. Acesso em 27 Jul. 2009.

BULGARELLI, Waldírio. **A teoria jurídica da empresa**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1985.

CARDOSO, Ruth C. L. Fortalecimento da sociedade civil. In IOSCHPE, Evelyn Berg (org.) 3º Setor: **Desenvolvimento social sustentável**. São Paulo/Rio de Janeiro: Gife /Paz e Terra, 1997.

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ON LINE. Apresenta conceitos sobre marketing social. Disponível em: <<http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/conceitos/marketing-social.php>>. Acesso em 25 Jul. 2009.

DALLARI. **Direitos Humanos e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1998.

DEMO, Pedro. **Solidariedade como efeito de poder**. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2002.

DORIA, Dylson. **Curso de Direito Comercial**, 14 ed. v.1, São Paulo: Saraiva, 2000.

FISCHER, Rosa Maria. **O desafio da colaboração; práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor**. São Paulo: Gente, 2002.

GRAMEEN FOUNDATION. Apresenta textos sobre o microcrédito. Disponível em: <<http://www.grameenfoundation.org/>>. Acesso em 26 Jul. 2009.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988: Interpretação e crítica**. 9 ed., rev. e atual. São Paulo: Malheiros, 2004.

HENTZ, Luiz Antonio Soares. **Direito de empresa no código civil de 2002**. 2. ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

LOPES, Serpa. **Curso de Direito Civil**. 2. ed. v.1. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1957.

MARCOVITCH, Jacques. Da Exclusão à Coesão Social: Profissionalização do Terceiro Setor. In: 3º Setor: **Desenvolvimento Social Sustentado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

MENDONÇA, J. X. Carvalho de. **Tratado de Direito Comercial Brasileiro**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1963.

MONTOVANELI JUNIOR, Oklinger. **Políticas Públicas no século XXI**. Blumenau: Edifurb, 2006.

NETO MELO, Francisco Paulo de & FROES, César. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
SIMÃO FILHO, Adalberto. A Nova Empresarialidade. In: **Revista do Instituto dos Advogados de São Paulo**. Ano 9, n. 18, jul-dez/2006. São Paulo: Revista dos Tribunais.

SZAZI, Eduardo. **Terceiro setor: Regulação no Brasil**. São Paulo: Gife e Editora da Fundação Peirópolis, 2001.

YUNUS CENTRE. Apresenta textos sobre Muhammad Yunus e seu trabalho com empresas sociais. Disponível em: <http://www.muhammadyunus.org/>. Acesso em 26 Jul. 2009. YUNUS, Muhammad. What is microcredit. Grameen: Banking for the Poor, 2003.

_____. **Um Mundo sem Pobreza: a Empresa Social e o Futuro do Capitalismo**. São Paulo: Ática, 2008.