

José Andrés Lopes da Costa

SOCIEDADES DE PROPÓSITO

Entre o lucro e o capitalismo regenerativo

Prefácio: João Accioly

EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2026

Sumário

Prefácio	XIII
Prólogo	XIX
Introdução	1

Parte I - O capitalismo diante do mundo em colapso

Capítulo I - O capitalismo no século XXI: entre ruína e reinvenção	7
I.1 A mutação do capital: da produção à financeirização	7
I.2 A crise ambiental e o colapso da promessa de progresso	10
I.3 A desigualdade como resultado e não exceção	15
I.4 As novas demandas morais sobre o lucro.....	18
Capítulo II - A empresa moderna como personagem moral da crise	23
II.1 A origem jurídica da empresa e sua neutralidade funcional.....	23
II.2 O lucro como princípio estrutural: virtude econômica ou cegueira moral?	25
II.3 A desconexão entre valor privado e valor social	29
II.4 O surgimento da empresa como agente ético e vetor de reconstrução	32

Parte II

Propósito, valor e regeneração: uma genealogia conceitual

Capítulo III - A semântica do propósito: entre intenção e estrutura...	39
III.1 A origem etimológica e filosófica da palavra “propósito”	39
III.2 Propósito como direção, promessa e forma	42
III.3 O risco da estetização simbólica do vocabulário moral	45
III.4 Reconstruir o sentido das palavras: uma tarefa jurídica	48

Capítulo IV - ESG, sustentabilidade e regeneração: a evolução dos compromissos corporativos.....	51
IV.1 O ESG como gramática de risco e reputação	51
IV.2 Sustentabilidade como ética de contenção.....	54
IV.3 A regeneração como exigência ativa e legado duradouro.....	57
IV.4 Para além da mitigação: regenerar como novo critério de legitimidade.....	60
Capítulo V - A reconciliação entre lucro e regeneração.....	65
V.1 O valor compartilhado: uma nova definição de eficiência	65
V.2 O lucro como pré-condição do dever tributário e da redistribuição	68
V.3 Criar valor para o acionista e para a sociedade: uma possibilidade estrutural.....	71
V.4 O capitalismo regenerativo: fundamentos e desafios normativos	74

Parte III

Tipos societários e formas institucionais da responsabilidade

Capítulo VI - A evolução histórica dos tipos societários e seus objetivos	81
VI.1 Do comerciante à corporação global: uma breve genealogia jurídica.....	81
VI.2 O surgimento das sociedades anônimas e a supremacia do acionista.....	85
VI.3 A sociedade de economia mista como transição institucional.....	92
VI.4 A lógica dos múltiplos propósitos: aprendizados e impasses.....	95
Capítulo VII - A sociedade de economia mista como laboratório do propósito público	101
VII.1 Missão institucional e dever jurídico de finalidade.....	101

VII.2 Os limites da governança estatal: captura política e <i>accountability</i>	104
VII.3 Aprendizados aplicáveis ao setor privado.....	107
VII.4 Empresas que não existem apenas para dar lucro: o precedente brasileiro	111
Capítulo VIII — Os modelos internacionais de sociedades com propósito expresso	113
VIII.1 Estados Unidos: as Benefit Corporations e o dever fiduciário ampliado.....	113
VIII.2 França e a Sociéte à Mission: tipificação, metas e transparência.....	116
VIII.3 Itália e o modelo da Società Benefit: adaptação de tipo ordinário	119
VIII.3.1 Crítica à necessidade de criação de um tipo societário específico	122
VIII.4 Governança, estatuto e relatórios como obrigações legais, não simbólicas	125

Parte IV

Estrutura societária, governança e incentivos internos

Capítulo IX - A empresa de propósito na prática: estrutura jurídica e contratual	131
IX.1 Inserção estatutária do propósito como cláusula de identidade.	131
IX.2 Instrumentos de governança: conselhos, comitês e voz de stakeholders	133
IX.3 Remuneração de executivos: métricas que vão além do lucro.....	136
IX.4 Exemplos reais: Natura, Patagonia, Danone, Unilever, Microsoft.....	138
Capítulo X - A transformação de setores intensivos em externalidades	143
X.1 O setor petrolífero e a transição para empresas de energia	143

X.2 A mineração e a reconfiguração da sua responsabilidade territorial	146
X.3 A indústria automobilística e o desafio da descarbonização	149
X.4 Entre coerência e captura simbólica: o que distinguir	151

Parte V

Direito tributário, mercado e responsabilidade redistributiva

Capítulo XI - O tributo como instrumento de justiça

ecológica e social

157

XI.1 O tributo como instrumento de justiça ecológica e social	157
--	-----

XI.2 O tributo não como encargo, mas como prestação de reciprocidade	159
---	-----

XI.3 O valor reputacional de pagar corretamente: empresas que se orgulham	162
--	-----

Capítulo XII - A reforma tributária e o novo papel do fisco no

capitalismo regenerativo

165

XII.1 O meio ambiente como princípio constitucional tributário	165
---	-----

XII.2 O sin tax e a tributação do dano ambiental	169
--	-----

XII.3 A lógica da transição: estimular o bom, desencorajar o destrutivo	171
--	-----

Capítulo XIII - Incentivos fiscais com contrapartida

objetiva e mensurável

175

XIII.1 ICMS Verde: o pacto federativo e a indução ambiental	175
--	-----

XIII.2 Programa MOVER: industrialização com condicionantes sustentáveis	177
--	-----

XIII.3 Sunset clauses, relatórios obrigatórios e obrigações de desempenho	180
--	-----

XIII.4 O incentivo como investimento público e não privilégio ocasional	187
--	-----

Capítulo XIV - Mercados que premiam o propósito	193
XIV.1 O propósito e o mercado de capitais, classificações verdes e critérios de exclusão	193
XIV.2 O papel dos fundos institucionais: exigências, vetos e estratégias de portfólio.....	198
XIV.3 O investidor como ator moral: fidúcia, reputação e capital paciente.....	202
XIV.4 A empresa valorizada por fazer o certo: evidência empírica e crítica possível.....	204

Parte VI

O legado da empresa no século XXI

Capítulo XV - O território após a fábrica: deveres duradouros	211
XV.1 A desconexão produtiva e o abandono social	211
XV.2 Responsabilidade pós-exploração: não basta gerar emprego.....	214
XV.3 O pacto moral de permanência.....	217
Capítulo XVI - Accountability não financeira e auditoria de propósito.....	221
XVI.1 Como medir o que se promete? A “contabilidade moral” da empresa	221
XVI.2 Padrões internacionais de reporte e o desafio da verificação	224
XVI.3 Indicadores não financeiros na avaliação jurídica de gestores	227
XVI.4 O propósito que não se prova é apenas estratégia de marketing.....	230
Capítulo XVII - Entre o contrato e o pacto: o valor como linguagem comum	233
XVII.1 O contrato de sociedade e o pacto com a sociedade	233

XVII.2 O capitalismo como ferramenta de reconstrução institucional.....	237
Epílogo - <i>Sustainability</i> as a Business: lucro, permanência e função social como estratégia competitiva e criação de valor	241
Referências bibliográficas	249