

ESTUDO DE CASO ÚNICO SOBRE INOVAÇÃO SOCIAL PARA CONSUMO SUSTENTÁVEL NA STARTUP “MUDA MEU MUNDO”, NO CEARÁ

Gilmara Elke Dutra Dias¹

Marina Dantas de Figueiredo²

Glaura Kury³

Neemias Muniz de Souza⁴

RESUMO: Este estudo analisa a atuação da inovação social na *startup* “Muda Meu Mundo”, uma iniciativa de comércio justo no Nordeste do Brasil que busca o desenvolvimento social, combatendo a pobreza rural e a desigualdade de terra mediante práticas sustentáveis e cooperação. A pesquisa procurou entender como os fatores relacionados ao surgimento do projeto, o modelo de negócios e os planos de expansão afetam a adoção de práticas sociais para consumo sustentável. A metodologia empregada foi o estudo de caso único, a pesquisa empírica com aplicação de questionário semiestruturado e análise de conteúdo para apresentar elementos do conceito de inovação social. Identificaram-se fatores relacionados ao início do projeto, como modelos de negócios e planos de expansão liderados pela Entrevistada (E1). Além disso, explorou-se o impacto social e a forma como as empresas podem implementá-lo, base na visão de uma jornalista (E2) do Instituto Internacional de Certificação em *Environmental, Social and Governance* (ESG). Concluindo, a pesquisa apresenta contribuições e indicativos da inovação social para consumo sustentável, relevantes para expandir o conhecimento, conectar novas teorias existentes, demonstrar a aplicação metodológica, enfatizar a importância social do comércio justo e das inovações para consumo sustentável, e influenciar políticas públicas.

Palavras-chave: inovação social; consumo sustentável; análise de conteúdo.

¹ Bolsista CAPES e Doutoranda pelo Programa Acadêmico de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Fortaleza-CE. Professora Adjunta Classe C da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA). Lattes:<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4228554T6>. Email: gilmara.dias@ufersa.edu.br

² Realizou estágio pós-doutoral na Technische Universitat Berlin, como bolsista PROBRAL-CAPES. Doutora e Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade do Rio Grande do Sul (PPGA/EA/UFRGS). Lattes: <https://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/busca.do;jsessionid=8613AB4D1090D918529587AB6035DDB4>. Email: marina.dantas@unifor.br

³ Professora e Doutoranda em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Fortaleza-CE. Email: gal@unifor.br

⁴ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Fortaleza-CE. Mestre em Meio Ambiente, pela Universidade Ceuma-MA. Gerente de Operações do Grupo Educacional Ceuma. Email: neemias_munizdesouza@hotmail.com

SINGLE CASE STUDY ON SOCIAL INNOVATION FOR SUSTAINABLE CONSUMPTION AT THE “MUDA MEU MUNDO” STARTUP IN CEARÁ

ABSTRACT: This study analyzes the role of social innovation in the startup Muda Meu Mundo, a fair-trade initiative in northeastern Brazil that seeks social development by addressing rural poverty and land inequality through sustainable practices and cooperation. The research aims to understand how factors related to the project’s inception, business model, and expansion plans affect the adoption of social practices for sustainable consumption. The methodology employs a single case study, empirical research with a semi-structured questionnaire, and content analysis to present elements of the social innovation concept. Factors related to the project’s initiation, such as business models and expansion plans led by Interviewee (E1), were identified. Additionally, it explored the social impact and how companies can implement it, based on the perspective of a journalist (E2) from the International Institute for Certification in Environmental, Social, and Governance (ESG). In conclusion, the research presents contributions and indicators of Social Innovation for Sustainable Consumption, relevant for expanding knowledge, connecting new existing theories, demonstrating methodological application, emphasizing the social importance of fair trade and innovations for sustainable consumption, and influencing public policies.

Keywords: social innovation; sustainable consumption; content analysis.

1 INTRODUÇÃO

A inovação social desempenha papel relevante na promoção do consumo sustentável, buscando transformações no âmbito socioambiental. Autores como Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) destacam que a eficácia dessa inovação está intrinsecamente ligada à colaboração e à cocriação de efeitos sociais.

Apesar dos avanços na área (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015), existe uma lacuna no entendimento de como a inovação social, por meio de práticas de comércio justo, pode enfrentar a pobreza rural e a desigualdade de terra no Brasil, contribuindo para o desenvolvimento social sustentável. Este estudo buscou preencher essa lacuna ao analisar a atuação da inovação social na *startup* “Muda Meu Mundo” (2024), uma iniciativa de comércio justo no Nordeste do Brasil.

Logo, a relevância dessa investigação está na iniciativa de conectar os estudos atuais sobre inovação social com futuras pesquisas, promovendo práticas de negócios de impacto social alinhadas aos princípios ambientais e sociais (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015).

Posto isso, o estudo foi guiado pelo seguinte questionamento: como os fatores relacionados ao surgimento do projeto em estudo, o modelo de negócios e os planos de expansão afetam a adoção de práticas sociais para consumo sustentável?

Como objetivo geral buscou-se investigar as práticas de negócios de impacto social (Navarrete; Mendoza; Gálvez, 2021) que correlacionam cinco tipos de inovações sociais (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015). Quanto aos objetivos específicos foram: avaliar como surgiu e como funciona o modelo de negócios e planos de expansão; entender como empresas podem adotar essas práticas com base nos conceitos de negócios de impacto social; explorar a correlação entre as tipologias de inovações sociais para o consumo sustentável, conforme proposto por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015), e as práticas adotadas no projeto “Muda Meu Mundo” (2024).

A metodologia adotada foi o estudo de caso único, com pesquisa empírica baseada em um questionário semiestruturado. Os elementos iniciais foram extraídos da literatura e organizados em cinco dimensões: 1) Modelos de Negócios (*business model*); 2) Planos de expansão; 3) Conceitos de negócios de impactos sociais; 4) Práticas de impacto social (Navarrete; Mendoza; Gálvez, 2021); 5) e os cinco tipos de inovação social para consumo sustentável (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015; Dias; Figueiredo, 2023). A análise dessas dimensões a partir da concepção das entrevistas (E1 e E2) possibilitou identificar como podem contribuir para o consumo sustentável.

No que diz respeito às contribuições desta pesquisa incluem: o avanço na compreensão teórica da inovação social para consumo sustentável (Navarrete; Mendoza; Gálvez, 2021); a aplicação metodológica do estudo de caso único (Bardin, 2008); e a ênfase na importância social do comércio justo e das inovações para o consumo sustentável (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015). Além disso, essas descobertas podem influenciar políticas públicas, promovendo estruturas de consumo sustentáveis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Inovação Social

A inovação social é um conceito multifacetado que, segundo Chesbrough (2003), enfatiza a importância de inovar de forma imperativa para a criação e captura de valor, destacando a colaboração e cooperação como elementos fundamentais nesse processo.

Godin (2010), interessado nas origens do conceito de Sistema Nacional de Inovação, fez uma investigação a respeito, ressaltando a importância de estruturas e políticas que incentivem a inovação em nível nacional.

Ao discutirem a natureza da inovação social, Nicholls e Murdock (2012) sublinharam a importância de objetivos compartilhados e de práticas colaborativas na geração de impacto social positivo. Lundvall (1985), por sua vez, trata da interação entre produtores e usuários na inovação de produtos, salientando a importância da cocriação e da participação ativa dos *stakeholders*.

Fussler e James (1996) realçam a ecoinovação como uma disciplina inovadora, que visa promover práticas sustentáveis e responsáveis do ponto de vista ambiental. A partir dessa perspectiva, a inovação é vista como um caminho para a sustentabilidade, visão essa que pode ser ampliada, ao considerar o impacto que práticas inovadoras têm não apenas no meio ambiente, mas também nas condições sociais.

Alinhado com esse entendimento, Formichella (2005) examinou a evolução do conceito de inovação e sua relação com o desenvolvimento, destacando como novas práticas e processos inovadores podem contribuir para a melhoria das condições de vida. As observações de Formichella nos levam, portanto, a refletir sobre as dimensões sociais e econômicas da inovação.

Em sintonia com essa ideia, Simon *et al.* (2014) oferece um guia prático para profissionais interessados em inovação social, enfatizando a importância da implementação eficaz de projetos inovadores. Assim, entende-se que a inovação social não se limita à tecnologia ou ao meio ambiente, mas também envolve uma mudança nas estruturas sociais e nos modelos de colaboração. Ziegler (2017) reforça essa visão ao abordar a inovação social como um conceito colaborativo que busca promover a transformação social por meio da cooperação e da cocriação, um processo que, como os estudos anteriores indicam, se alinha com a ideia de gerar impactos positivos mais amplos.

Essa colaboração e transformação social é destacada por Ribeiro, Lazaro e Chaym (2019), que apontam a abordagem da inovação social como um fenômeno colaborativo, ressaltando como as iniciativas de inovação social constroem narrativas de mudança e promovem a transformação social. Murphy, Huggins e Thompson (2016) analisam o papel do capital social na promoção da inovação e no desenvolvimento regional, evidenciando a importância da inovação social como um catalisador de mudanças positivas na sociedade.

Finalmente, Edwards-Schachter e Wallace (2017) destacam a evolução contínua do conceito de inovação social ao longo do tempo, ressaltando a importância de adaptar as práticas inovadoras às necessidades e desafios atuais da sociedade. Esses autores oferecem perspectivas diversas e complementares sobre a inovação social, destacando a importância da colaboração, da cocriação e do foco na geração de impacto positivo para impulsionar mudanças significativas na sociedade.

Decerto, a interação entre diversos atores, a construção de soluções inovadoras e a busca por um desenvolvimento sustentável são elementos-chave que permeiam as discussões sobre inovação social e sua relevância para o progresso social e econômico.

Tais discussões têm por base uma diversidade de abordagens que reflete a complexidade e a amplitude do conceito de inovação social (Quadro 1), ressaltando a importância de uma visão integrada e holística para enfrentar desafios sociais complexos e promover o desenvolvimento sustentável.

Quadro 1 – Abordagens sobre Inovação Social

Autores	Conceito de Inovação Social
Chesbrough (2003)	Enfatiza a inovação aberta como um novo imperativo para a criação e captura de valor, com colaboração e cooperação como elementos fundamentais.
Godin (2010)	Investiga as origens do Sistema Nacional de Inovação, ressaltando a importância de estruturas e políticas que incentivem a inovação em nível nacional.
Nicholls e Murdock (2012)	Discutem a natureza da inovação social, sublinhando a importância de objetivos compartilhados e práticas colaborativas na geração de impacto social positivo.
Lundvall (1985)	Trata da interação entre produtores e usuários na inovação de produtos, salientando a importância da cocriação e da participação ativa dos stakeholders.
Fussler (1996)	Realça a ecoinovação como uma disciplina inovadora que visa promover práticas sustentáveis e responsáveis do ponto de vista ambiental.
Formichella (2005)	Examina a evolução do conceito de inovação e sua relação com o desenvolvimento, destacando como novas práticas e processos inovadores podem contribuir para a melhoria das condições de vida.
Simon (2014)	Oferece um guia prático para profissionais interessados em inovação social, enfatizando a importância da implementação eficaz de projetos inovadores.
Ziegler (2017)	Aborda a inovação social como um conceito colaborativo que busca promover a transformação social por meio da cooperação e da cocriação.
Ribeiro, Lazaro e Chaym (2019)	Destacam a abordagem da inovação social como um fenômeno colaborativo, ressaltando como as iniciativas de inovação social constroem narrativas de mudança e promovem a transformação social.
Murphy, Huggins e Thompson (2016)	Analisa o papel do capital social na promoção da inovação e no desenvolvimento regional, evidenciando a importância da inovação social como um catalisador de mudanças positivas na sociedade.
Edwards-Schachter e Wallace (2017)	Destacam a evolução contínua do conceito de inovação social ao longo do tempo, ressaltando a importância de adaptar as práticas inovadoras às necessidades e desafios atuais da sociedade.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

A inovação social surge, pois, como um campo multifacetado, onde a colaboração e a cocriação são essenciais para gerar mudanças significativas e sustentáveis. Os autores citados contribuem com perspectivas de estruturas colaborativas, políticas incentivadoras e práticas responsáveis para impulsionar a inovação em diversos níveis da sociedade.

A convergência dessas visões destaca a necessidade de adaptar as práticas inovadoras às demandas contemporâneas, promovendo assim um impacto social positivo e duradouro. Portanto, a inovação social não é apenas um conceito teórico, mas uma prática que requer engajamento e abordagem holística para enfrentar desafios sociais e ambientais.

2.2 Estudo de Caso da *Startup* Muda Meu Mundo

O comércio justo (*fair trade*) é uma abordagem que busca justiça e desenvolvimento social, garantindo condições equitativas para produtores e trabalhadores de países em desenvolvimento. Enfatiza preços justos, trabalho digno e práticas sustentáveis, visando um comércio global mais ético (Muda Meu Mundo, 2024).

No estudo de caso da *startup* “Muda Meu Mundo”, o *fair trade* na agricultura se destaca por modelos cooperativos que aumentam o poder de negociação dos agricultores, as cadeias de suprimento transparentes que asseguram a ética na produção, e as certificações que garantem condições justas de trabalho. A “Muda Meu Mundo” (2024) é um negócio de impacto que conecta pequenos agricultores locais que cultivam alimentos livres de agrotóxicos com os supermercados, tornando acessível à população o mercado justo.

Iniciativas como comércio direto, programas educacionais e tecnologias agrícolas sustentáveis empoderam os agricultores, melhorando sua produtividade e sustentabilidade. Além disso, soluções de microfinanças proporcionam recursos para investimentos em suas operações (Muda Meu Mundo, 2024).

Essas práticas não só reforçam os princípios do *fair trade*, mas também promovem o desenvolvimento sustentável, contribuindo para uma transformação positiva nas comunidades agrícolas envolvidas no Muda Meu Mundo (2024). No contexto brasileiro, a pobreza rural é uma questão complexa que se intensifica devido a diversos fatores estruturais, incluindo o acesso limitado a mercados, serviços básicos e infraestrutura adequada.

Segundo a *Oxfam* Brasil/Datafolha (2024, *apud* Muda Meu Mundo, 2024) a desigualdade no acesso à terra é especialmente pronunciada, com menos de 1% das propriedades rurais controlando quase metade de toda a área rural. Isso perpetua um ciclo de pobreza e restringe as oportunidades econômicas para a grande maioria dos agricultores familiares. A organização foca em conexão direta entre produtores e mercado, sustentabilidade e impacto social, e empoderamento econômico, especialmente de mulheres produtoras (Muda Meu Mundo, 2024).

2.2.1 Mulheres Empreendedoras do Nordeste

Em 2021, 44,8% da população nordestina vivia na pobreza, com uma taxa multidimensional de 12% em áreas rurais. A *startup* Muda Meu Mundo (2024), fundada em 2017, conectou pequenos produtores orgânicos a grandes varejistas, usando dados *ESG* para atrair investidores (Muda Meu Mundo, 2024).

Seu sistema de *marketplace* oferece apoio logístico, adiantamento de recebíveis, compra de sementes e insumos, além de linhas de crédito. Recentemente, a *startup* iniciou uma expansão nacional e planejou estar em 100 estabelecimentos até 2022, refletindo crescimento de 433%.

O Quadro 2 mostra que 44,8% da população do Nordeste vivia na pobreza em 2021, com desigualdade agravada por oportunidades econômicas limitadas (Muda Meu Mundo, 2024). Isso deixa claro que práticas agrícolas sustentáveis e acesso a mercados são essenciais para a igualdade social.

Quadro 2 – Mulheres Empreendedoras no Nordeste

Contexto	Aspectos Gerais	Nordeste
Pobreza no Nordeste	Em 2021, 44,8% da população do Nordeste do Brasil vivia abaixo da linha de pobreza. A taxa multidimensional nas áreas rurais era de 12% em 2019.	Quase metade da população do Nordeste vivia em condições de pobreza em 2021, sendo mais severa nas áreas rurais.
Desigualdade Regional	Reflexo de oportunidades econômicas limitadas, acesso a serviços essenciais e infraestrutura, e falta de desenvolvimento agrícola sustentável.	Causada por limitações econômicas, acesso a serviços e falta de desenvolvimento agrícola sustentável.
Cadeia Produtiva	A introdução de práticas agrícolas sustentáveis e o aumento do acesso a mercados para os agricultores familiares são fundamentais para promover maior igualdade social.	Práticas e acesso são essenciais para combater a desigualdade social.
Muda Meu Mundo	Startup que conecta pequenos produtores de alimentos orgânicos diretamente com grandes redes varejistas, promovendo uma cadeia de abastecimento mais sustentável e eficiente.	Conecta pequenos produtores, incluindo mais mulheres, a grandes varejistas, promovendo cadeia sustentável.
Funcionamento da Startup	Baseada em um sistema de <i>marketplace</i> que facilita o escoamento da produção dos agricultores sem intermediários. Oferece serviços como apoio logístico, adiantamento de recebíveis, compra de sementes e insumos, além de linhas de crédito.	Facilita a venda direta dos produtos dos agricultores e diversos serviços de apoio.
Expansão da Startup	Iniciou um projeto de expansão nacional, chegando a São Paulo e planejou estar em 100 estabelecimentos até 2022. Crescimento de 433% em um ano.	A startup está expandindo nacionalmente.
Inovação Social	A Muda Meu Mundo exemplifica um modelo de inovação social significativo, concentrando-se em três principais áreas: conexão direta entre produtores e mercado, sustentabilidade e impacto social, e empoderamento econômico.	A startup é um exemplo de inovação social.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

A *startup* Muda Meu Mundo (2024), que conecta produtores orgânicos a varejistas, exemplifica a inovação social em combate à pobreza e a favor da promoção da sustentabilidade. Nesse projeto destaca-se o papel das mulheres empreendedoras, segundo a *Chief Executive Officer* (CEO), e sua iniciativa de comércio justo no Nordeste do Brasil, que visa fomentar o desenvolvimento social, enfrentando a pobreza rural e a desigualdade de terras. Laís Xavier (CTO), por exemplo, desempenha o papel de *Chief Technology Officer* (CTO). Sua *expertise* em tecnologia e inovação tem sido fundamental (Muda Meu Mundo, 2024).

AE2 (Jornalista e Pedagoga), com especialização em Assessoria de Comunicação e MBA em *Marketing e ESG*, realiza um trabalho que abrange pautas relevantes, como diversidade, mulheres, empreendedorismo, mercado de trabalho, ESG e negócios de impacto. Voluntária no Grupo Mulheres no Nordeste do Brasil, ela atua como conselheira da Coalizão pelo Impacto (Muda Meu Mundo, 2024).

Além dessas empreendedoras, destaca-se a presença de Érica Stul, conselheira renomada no mercado cujo conhecimento e liderança, com experiência em empresas como J&J, P&G e BRF, têm contribuído para moldar o cenário de negócios do projeto (Muda Meu Mundo, 2024).

A *startup* “Muda Meu Mundo” também conta com o apoio de parcerias varejistas, que estão atuando no *Carrefour*, *Pão de Açúcar*, *Beach Park*, e outros (Muda Meu Mundo, 2024). Por meio dessa iniciativa, essas mulheres e parceiras desempenham papéis essenciais na promoção de práticas sociais e sustentáveis.

2.2.2 Público-Alvo da Muda Meu Mundo

A Muda Meu Mundo (2024) tem como objetivo transformar o setor agrícola, por meio da conexão entre pequenos produtores e varejistas de médio e grande porte.

Quadro 3 – Público-alvo da *startup* Muda Meu Mundo

Público-Alvo	Interesse no Muda Meu Mundo	Benefícios Proporcionados
Investidores	Transformação via tecnologia e gestão inovadora	Responsabilidade e transparência com ESG; relatórios de sustentabilidade
Agricultores	Comercialização direta sem intermediários	Maior margem de ganho; apoio logístico; adiantamento de recebíveis
Varejistas	Conexão com produtores; dados ESG	Rastreabilidade; serviços exclusivos; parcerias com grandes varejistas

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

O Quadro 3 apresenta um resumo das interações da *startup* com seus três principais públicos-alvo: investidores, agricultores e varejistas. Cada grupo desempenha um papel importante na operação e no crescimento da organização, desde o financiamento e a produção até a venda final dos produtos.

2.2.3 Investidores e *Pre-seed*

O Quadro 4 apresenta uma análise concisa e informativa dos principais aspectos da *startup* Muda Meu Mundo (2024), destacando seu modelo de negócio, investidores e crescimento.

Quadro 4 – Principais Aspectos da *Startup* Muda Meu Mundo

Aspecto	Detalhes	Impacto
Modelo de Negócio	Marketplace B2B e fintech que conecta pequenos produtores a varejistas.	Facilita a venda direta dos produtos dos agricultores, oferecendo diversos serviços de apoio.
Investidores	AgroVen, Bossanova, Sororitê e Squared Ventures. Aporte recente de R\$ 4,2 milhões.	Financiamento que permite a expansão e o desenvolvimento da startup.
Crescimento	Cresceu mais de 300% no último ano.	Demonstração do potencial de crescimento e escalabilidade do negócio.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Em síntese, a Muda Meu Mundo (2024) demonstra crescimento de modelo de negócio inovador, apoiado por investidores. A *startup* exemplifica como a tecnologia pode ser utilizada para conectar produtores e varejistas, promovendo uma cadeia de abastecimento mais eficiente e sustentável. No Quadro 5, apresenta-se uma visão concisa dos principais aspectos da *startup* Muda Meu Mundo, destacando as considerações e resultados, o planejamento e a expansão, os tópicos de informações e os resultados obtidos:

Quadro 5 – Visão Concisa dos Principais Aspectos da *Startup* Muda Meu Mundo

Considerações e Resultados	Planejamento e Expansão	Tópicos de Informações	Resultados Obtidos
Incorporação de sustentabilidade aos processos produtivos.	Planeja expandir para Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná a partir de 2023.	Produtores usam a plataforma gratuitamente e tendem a ganhar em média 70% a mais.	Redução do desperdício de alimentos de 30% para menos de 3% ao mês.
Foco em sustentabilidade.	Crescimento de 300% ao ano em faturamento desde sua fundação em 2016.	Atende grandes redes varejistas e startups.	Triplicou o número de agricultores cadastrados de dezembro de 2021 a abril de 2022.
Impacto positivo na natureza.	Espera chegar a 1.000 produtores até o fim do ano.	Desafio é criar um modelo escalável, mas sustentável.	Valor comercializado de 10 milhões de reais.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Como se pode ver, a Muda Meu Mundo (2024) tem efeitos significativos no setor agrícola, com crescimento e foco na sustentabilidade. A organização está posicionada para crescimento contínuo no futuro, com planos de expansão e aumento no número de produtores cadastrados. A *startup* exemplifica como a inovação e a sustentabilidade podem transformar o setor agrícola e provocar impacto social positivo.

2.2.4 Correlação com as Tipologias de Inovação Social para o Consumo Sustentável

No Quadro 6, tem-se os principais aspectos da *startup* Muda Meu Mundo (2024), destacando as correlações com as tipologias de inovação social para o consumo sustentável, segundo Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015):

Quadro 6 – Correlação/Tipologias de Inovação Social para Consumo Sustentável

Tipologia de Inovação Social	Descrição	Correlação com a Muda Meu Mundo	Impacto
1. Do-It-Together	Auto-organização de espaços de consumo sustentáveis.	A Muda Meu Mundo conecta pequenos produtores a varejistas, criando um espaço de consumo sustentável.	Promove a agricultura sustentável e o consumo consciente.
2. Consumo Estratégico	Promoção do consumo sustentável alinhado a estratégias nacionais e internacionais de sustentabilidade.	A <i>startup</i> promove o consumo de produtos orgânicos, alinhado com as estratégias de sustentabilidade.	Contribui para a sustentabilidade global e a saúde dos consumidores.
3. Compartilhamento de Comunidades	Formação de comunidades temporárias para satisfazer as necessidades de consumo.	A plataforma cria uma comunidade de produtores e varejistas, satisfazendo suas necessidades de consumo.	Fortalece a economia local e promove a cooperação entre produtores e varejistas.
4. Do-It-Yourself	Práticas de consumo sustentável onde os consumidores assumem a produção ou reparo de produtos.	A Muda Meu Mundo capacita os produtores, permitindo-lhes assumir a produção e a venda de seus produtos.	Empodera os produtores e promove a autossuficiência.
5. Consumo para Melhorar a Utilidade	Mudanças nas práticas relacionadas à produção e concepção de serviços para aumentar a utilidade dos produtos.	A startup oferece serviços que aumentam a utilidade dos produtos para os produtores e varejistas.	Melhora a eficiência da cadeia de abastecimento e reduz o desperdício.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Entende-se, então, que a Muda Meu Mundo (2024) gera impacto significativo no setor agrícola. A *startup* exemplifica como a inovação e a sustentabilidade podem transformar o setor agrícola e criar um impacto social positivo. Sua atuação conecta pequenos produtores de alimentos orgânicos diretamente a grandes redes varejistas, exemplificando inovação social no contexto agrícola. Em especial, alinha-se, com as tipologias de inovação social *Do-It-Together* e Consumo

Estratégico, a plataforma promove a auto-organização de espaços sustentáveis e o consumo consciente. Para Dias *et al.* (2022) a análise da gestão ambiental, social e corporativa, também contribui para uma abordagem estratégica no consumo.

3 METODOLOGIA

3.1 Sujeitos e Termo de Consentimento

A pesquisa teve por base os estudos de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021), Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e o estudo de caso único na *startup* Muda Meu Mundo (2024). Para a coleta de dados foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas, direcionadas a sujeitos com diferentes níveis hierárquicos, idades, e funções, os quais assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A). Esse instrumento de coleta proporcionou uma visão ampla sobre inovação social para o consumo sustentável, embora a amostra seja limitada.

O Projeto Muda Meu Mundo é liderado pelo gerente de TI, em parceria com o CEO e o CTO. A equipe conta com conselheiros renomados do mercado, como Silvio Meira (Magalu, MRV), José Calazans (Itaú) e Érica Stul (J&J, P&G, brf), que contribuem com estratégias e liderança. A plataforma também tem parcerias com varejistas, como *Carrefour*, *Pão de Açúcar*, *Beach Park* e outros. Os resultados dessas parcerias incluem mais de 90 toneladas de alimentos, impacto em 620 famílias, mais de 10 milhões de reais negociados e mais de 100 agricultores cadastrados.

No projeto em estudo, buscou-se identificar os fatores iniciais como modelos de negócios e planos de expansão liderados pela CEO. Além disso, explorou-se conceitos relacionados ao impacto social e ao modo como as empresas podem implementá-lo. A visão da especialista que colaborou com o projeto destaca a relevância das letras *ESG* (*Environmental, Social and Governance*), que praticamente substituíram a palavra sustentabilidade no contexto corporativo.

As gestoras envolvidas no estudo foram E1 (CEO) e E2 (especialista em *ESG* e editora do jornal O Povo) e ambas discutem inovação social. E1 aborda o modelo de negócios, a origem da ideia e os planos de expansão, enquanto E2 foca na definição de negócios de impacto e em como as empresas podem adotar essa prática. As participantes foram selecionadas com base em critérios específicos de experiência e envolvimento com a inovação social para consumo sustentável.

3.2 Tipologia da Pesquisa

A metodologia empregada neste estudo de caso único sobre inovação social para consumo sustentável na *startup* Muda Meu Mundo, no Nordeste do Brasil, foi a pesquisa empírica, com aplicação de questionário semiestruturado, e análise de conteúdo (Bardin, 2008), para apresentar elementos do conceito de inovação social. Trata-se de uma abordagem amplamente utilizada nas ciências sociais para explorar, descrever e explicar eventos ou situações complexas.

A pesquisa qualitativa envolve a descrição da estrutura da pesquisa, do propósito e do contexto e dos sujeitos envolvidos (Gil, 2010; Yin, 2018; Bardin, 2008). Inclui ainda a especificação do tipo de entrevista (semiestruturada), do método de coleta de dados (análise das respostas na íntegra) e do objetivo desse instrumento (diagnóstico, avaliação, relação com a teoria abordada), conforme Bardin (2008).

No Quadro 7 tem-se a descrição da entrevista utilizada na pesquisa em tela, do tipo entrevista semiestruturada. Segundo Bardin (2008), elas são mais flexíveis, o que permite dar um direcionamento mais assertivo com relação aos propósitos da investigação.

Quadro 7 – Caracterização da Entrevista realizada

Aspectos	Descrição
Tipo de Entrevista	Semiestruturada (permite maior flexibilidade na formulação)
Método de Coleta de Dados	Entrevista transcrita, seguindo a análise de conteúdo
Identificação dos Entrevistados	E1 e E2
Entrevistados	Duas Gestoras (interno e externo)
Ferramentas Utilizadas	Aplicação do questionário, transcrita manualmente e análise do conteúdo.
Questões Éticas	Modelo do termo de consentimento (Apêndice B).

Fonte: Adaptado de Gkinko e Elbanna (2024)

A ferramenta utilizada para registro dos dados foi a transcrição manual, que, para Bardin (2008), é a mais precisa. As entrevistas aconteceram entre junho e junho de 2024 e mais detalhes a seu respeito se encontram no Quadro 8.

Quadro 8 – Tipologia da Entrevista: Aspectos e Descrição da Pesquisa

Aspectos	Descrições
Tipologia da Entrevista	Aplicação de questionário transcrito manual.
Período da Pesquisa	De junho a julho de 2024.
Contexto da Pesquisa	Considerou a inovação social para consumo sustentável
Metodologia da Pesquisa	Abordagem qualitativa de estudo de caso único, com base na pesquisa de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015).
Formato da Entrevista	Semiestruturada, com um roteiro de perguntas flexíveis, permitindo aos sujeitos explorarem os tópicos relevantes de forma aberta e adaptando-se às respostas fornecidas pelos participantes.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Assim como mostra o Quadro 8, a metodologia utilizada para as entrevistas foi a abordagem qualitativa de estudo de caso único, com base nos estudos de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015). As entrevistas foram conduzidas de forma semiestruturada, permitindo aos pesquisadores explorarem os tópicos relevantes de forma aberta, adaptando-se às respostas fornecidas pelos participantes.

Uma vez finalizada a etapa de coleta de dados pessoais, partiu-se para a análise de conteúdo, a qual permitiu identificar que os entrevistados representam diferentes perfis profissionais.

3.3 Roteiro de Perguntas Qualitativas

O roteiro de perguntas (Quadro 9), baseado nas pesquisas de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015), abordou tópicos como a experiência dos envolvidos na organização, com base nos objetivos propostos. Esses aspectos são fundamentais para entender sobre a correlação da inovação social para consumo sustentável do caso em estudo.

Quadro 9 – Roteiro da Entrevista

Área de Foco	Pergunta	Objetivo da Pergunta	Relevância
Surgimento do Projeto Muda Meu Mundo	Quais fatores levaram à criação do projeto?	Investigar a motivação e contexto inicial do projeto.	Compreender o caso e inspirações que deram origem à iniciativa.
Modelo de Negócios	Como funciona o modelo de negócios do Projeto Muda Meu Mundo?	Avaliar a viabilidade econômica, estratégias de receita e impacto social do projeto.	Entender como o projeto se sustenta financeiramente e gera impacto.
Planos de Expansão	Quais são os planos de expansão do projeto?	Analisar como o projeto pretende crescer e ampliar seu alcance.	Identificar estratégias para alcançar novos públicos e aumentar o impacto.
Adoção de Conceitos Sociais	Como podemos definir o conceito de negócios de impacto?	Investigar como o projeto promove mudanças estruturais e como os envolvidos adotam esses conceitos.	Entender como definir negócios de impacto para alinhar expectativas e estabelecer critérios claros.
Adoção de Práticas Sociais	Como as empresas podem adotar esta prática?	Investigar como o projeto promove mudanças estruturais e como os envolvidos adotam essas práticas.	Compreender como o projeto efetivamente contribui para a transformação social.
Correlação com Tipologias de Inovações Sociais	Relação com base nos Autores Correlação com as tipologias de inovações sociais se relacionam com as práticas do caso	Explorar a conexão entre as tipologias propostas por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e Mendoza e Gálvez (2021), e as ações específicas da Muda Meu Mundo (2024).	Analisar como o projeto se enquadra nas categorias de inovação social.

Fonte: Elaborado pelo Autores (2024).

O questionário aplicado (Apêndice B) abordou cinco perguntas (três para E1, e duas para E2), em correlação com as tipologias propostas por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e as ações específicas da Muda Meu Mundo (2024). Esses aspectos são relevantes para entender sobre a proposta da pesquisa.

3.4 Processo da Entrevista: Forma e Tempo

As gestoras selecionadas como sujeitos da pesquisa, foram consideradas por estabelecerem bom relacionamento e por apresentar diversidade de perfis, além de terem tido experiências variadas com a organização em estudo. Ambas assinaram o termo de consentimento de seus dados para a pesquisa (Apêndice A). As entrevistas, que combinaram observação e questionamento, continuaram até a saturação, permitindo às participantes se pronunciarem para além do questionado. O Quadro 10 resume o processo de entrevista realizado.

Quadro 10 – Processo da Entrevista: Forma e Tempo

Aspecto	Descrição
Seleção dos Sujeitos	Selecionados pelo relacionamento e diversidade de perfis.
Termos de Consentimento	Aprovados pelos sujeitos.
Rodadas de Entrevistas	Encerradas ao atingir saturação.
Método de Entrevista	Método de entrevista contínua adotado.
Duração das Entrevistas	No máximo 60 minutos.
Transcrição das Entrevistas	Transcrita após aplicação do questionário, para Bardin (2008) a transcrição manual é mais precisa.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024).

3.5 Falas, Categorias e Recursos

As entrevistas exploraram os objetivos propostos e as falas das participantes encontram-se registradas nos Quadros 11 e 12, a seguir.

Quadro 11 – Entrevista E1

Perguntas	Principais Falas Resumidas	Categorias e Recurso	Gestora Interna – CEO
Como surgiu a ideia do Muda Meu Mundo?	A Muda Meu Mundo nasceu após experiências pessoais na zona rural do Brasil e de outros países da América do Sul e Central. A discrepância de preços entre produtores e supermercados motivou a criação da plataforma. O objetivo é simplificar a relação entre produtores e varejistas, eliminando intermediários e garantindo preços justos.	Origem e Motivação: Experiências pessoais, desigualdade de preços.	Soluções para problemas da cadeia produtiva.
Como funciona o business model?	Produtores não pagam pela plataforma e ganham em média 70% a mais. Capacitação e qualificação são oferecidas. A análise de dados reduz o desperdício de alimentos.	Business Model: Gratuidade, capacitação, análise de dados.	Benefícios para produtores e sustentabilidade.
Quais são os planos de expansão do negócio?	O desafio é criar um modelo escalável e sustentável. Programa de indicação para produtores. Expansão para Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná.	Planos de Expansão: Escalabilidade, parcerias estratégicas.	Crescimento para outras regiões.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

De acordo com o Quadro 11, conclui-se que a Muda Meu Mundo surgiu a partir de experiências pessoais na zona rural do Brasil e de outros países da América do Sul e Central. A discrepância de preços entre produtores e supermercados foi o principal motivador para a criação da plataforma. Seu objetivo é simplificar a relação entre produtores e varejistas, eliminando intermediários e garantindo preços justos. O modelo de negócios adotado envolve a gratuidade para os produtores, que ganham em média 70% a mais. Além disso, a capacitação e qualificação são oferecidas, e a análise de dados contribui para reduzir o desperdício de alimentos. Quanto aos planos de expansão, busca criar um modelo escalável e sustentável, com programas de indicação para produtores e expansão para outras regiões, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. Essa abordagem visa fortalecer a inovação social e promover benefícios, tanto para os produtores quanto para a sustentabilidade do negócio.

Quadro 12 – Entrevista da E2

Perguntas	Principais Falas Resumidas	Categorias e Recurso e Percepção	Experiência Gestora externa – Jornalista
Como podemos definir o conceito de negócios de impacto?	Negócios que resolvem problemas sociais e ambientais; necessidade de sustentabilidade financeira; não são ONGs; inovação social aborda necessidades não atendidas.	Definição e Inovação Social: Resolução de problemas, sustentabilidade, inovação.	Experiência em compreender e promover negócios de impacto.
Como as empresas podem adotar esta prática?	Urgência em abordar impactos negativos causados por empresas; transição para economia inclusiva e de baixo carbono; novos modelos de negócios pautados em problemas socioambientais.	Transição Econômica e Sustentabilidade: Quebra de sistemas econômicos, justiça climática.	Experiência em promover a transição para uma economia sustentável e inclusiva.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

Com base nas falas da E2 conclui-se que os negócios de impacto são aqueles que resolvem problemas sociais e ambientais. Essas empresas precisam garantir sustentabilidade financeira e não se limitam a organizações não governamentais (ONGs). A inovação social desempenha um papel fundamental, abordando necessidades não atendidas na sociedade. Além disso, a E2 destaca a urgência de as empresas abordarem os impactos negativos que causam, promovendo uma transição para uma economia inclusiva e de baixo carbono. Portanto, novos modelos de negócios devem

ser pautados em questões socioambientais, visando à quebra de sistemas econômicos tradicionais e à busca por justiça climática. Essa perspectiva reflete a experiência da E2 em compreender e promover negócios de impacto.

No Quadro 12 apresentam-se os resultados das entrevistas com base nos objetivos propostos da pesquisa.

Quadro 12 – Resultados da Entrevista E1 com base nos Objetivos da Pesquisa

Aspecto	Correlação com Práticas Sociais	Impacto no Projeto
1. Surgimento do Projeto	A inquietação em entender a cadeia produtiva e resolver o problema dos produtores em extrema pobreza moldou a abordagem social da Muda Meu Mundo.	Impacto Positivo: Foco na inclusão social e melhoria da renda dos produtores.
2. Modelo de Negócios	O marketplace B2B conecta pequenos produtores a grandes varejistas, eliminando atravessadores e centros de distribuição.	Impacto Positivo: Preços vantajosos para produtores e facilidade de comercialização.
3. Planos de Expansão	Atender 600 produtores e 50 redes de supermercados ampliou o impacto social.	Impacto Positivo: Escala para mais beneficiários e maior alcance.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

A partir do exposto no Quadro 13, considera-se, inicialmente, o surgimento do projeto, cuja inquietação em entender a cadeia produtiva e resolver o problema dos produtores em extrema pobreza moldou a abordagem social da Muda Meu Mundo. Isso resultou em um impacto positivo, com foco na inclusão social e melhoria da renda dos produtores. O Modelo de Negócios, *marketplace* B2B conecta pequenos produtores a grandes varejistas, eliminando atravessadores e centros de distribuição. Esse modelo teve um impacto positivo, proporcionando preços vantajosos para os produtores e facilitando a comercialização. Quanto aos Planos de Expansão, ao atender 600 produtores e 50 redes de supermercados, a Muda Meu Mundo ampliou seu impacto social. Esse resultado representa uma escala maior para beneficiários e um alcance mais amplo.

Quadro 13 – Resultados da Entrevista2 com base nos Objetivos da Pesquisa

Aspecto	Correlação com Práticas Sociais	Impacto no Projeto
1. Conceito de Negócios de Impacto	Negócios de impacto resolvem problemas sociais e ambientais, buscando sustentabilidade financeira.	Impacto Positivo: Foco na solução de problemas sociais e ambientais.
2. Inovação Social	A inovação social aborda necessidades não atendidas pelos sistemas existentes em áreas como educação, saúde e sustentabilidade.	Impacto Positivo: Desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais.
3. Adoção por Empresas	Negócios de impacto são urgentes para a transição econômica rumo a uma economia inclusiva e de baixo carbono.	Impacto Positivo: Quebra dos sistemas econômicos obsoletos e busca por justiça climática.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

No Quadro 13, com base nos resultados das entrevistas E2, é considerado o conceito de Negócios de Impacto, que resolve problemas socioambientais, buscando sustentabilidade financeira. Isso reflete um foco positivo na solução de questões socioambientais, bem como a inovação social, que aborda necessidades não atendidas pelos sistemas existentes em áreas como educação, saúde e sustentabilidade. Essa abordagem resulta em um impacto positivo, promovendo o desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas sociais. Concernente à adoção por empresas, os negócios de impacto são urgentes para a transição econômica rumo a uma economia inclusiva e de baixo carbono. Essa perspectiva representa uma quebra dos sistemas econômicos obsoletos e uma busca pela justiça climática.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Organização: Separação dados úteis e não úteis

No Quadro 14, apresenta-se o primeiro método para análise de conteúdo segundo Bardin (2008), a organização, que permitiu o delineamento de dados úteis e não úteis, com base nas cinco tipologias e conceitos sobre inovação social dos estudos de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015).

Quadro 14 – Organização: separação dos dados úteis e não úteis – Entrevista 1

Dimensões	Dados Úteis	Dados não Úteis
1. Surgimento do Projeto	A inquietação em entender a cadeia produtiva e resolver o problema dos produtores em extrema pobreza.	Detalhes sobre a experiência pessoal da fundadora.
2. Modelo de Negócios	Produtores não pagam para usar a plataforma e ganham 70% a mais pela justa remuneração.	Nomes específicos de redes varejistas atendidas.
3. Planos de Expansão	Estratégias para criar um modelo escalável e sustentável.	Detalhes sobre o programa de indicação para produtores.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

O Quadro 14 apresenta que, no surgimento do projeto, a motivação principal foi entender a cadeia produtiva e ajudar produtores em extrema pobreza, ao passo que detalhes pessoais da fundadora foram considerados não úteis. No modelo de negócios, a plataforma beneficia os produtores sem custos e aumenta sua remuneração, com nomes de redes varejistas sendo irrelevantes. Nos planos de expansão, as estratégias focam na escalabilidade e sustentabilidade, deixando de lado detalhes do programa de indicação. No Quadro 15, apresenta-se a organização dos dados.

Quadro 15 – Organização: separação dos dados úteis e não úteis – E2

Dimensões	Dado Útil	Dado não Útil
1. Definição de Negócios de Impacto	Negócios que resolvem problemas sociais e ambientais, necessitando de sustentabilidade financeira e não se enquadrando como Organizações sem fins lucrativos.	Detalhes sobre a sigla ESG ou ASG e sua popularidade.
2. Adoção por Empresas	Urgência em adotar negócios de impacto socioambiental positivos para uma economia inclusiva, compartilhada e de baixo carbono.	Considerações sobre impactos negativos causados por empresas e indústrias.
3. Justiça Climática e Novos Modelos de Negócios	Necessidade de transição econômica e modelos pautados em problemas socioambientais.	Referências à economia baseada na infinitude de recursos e ao planeta finito.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024).

Os dados úteis incluem informações sobre a definição desses negócios, que resolvem problemas sociais e ambientais, ao passo que os dados não úteis se referem a detalhes específicos sobre siglas como ESG ou ASG e sua popularidade. Além disso, a urgência na adoção desses negócios por empresas é relevante, mas considerações sobre impactos negativos causados por empresas e indústrias são consideradas não úteis. Por fim, a necessidade de transição econômica e novos modelos de negócios baseados em problemas socioambientais é um dado útil, já referências à economia baseada na infinitude de recursos e ao planeta finito são consideradas não úteis.

4.2 Codificação e Classificação do Contexto com base Teórica

Na E1, para a Codificação foram considerados: 1) Origem da Ideia Muda Meu Mundo - surgiu após experiências da E1 em áreas rurais do nordeste do Brasil, América do Sul e América Central; 2) Problema Identificado - foi a discrepância entre o preço de venda dos produtores e o preço final no supermercado; 3) Objetivo Principal - definido como conectar produtores (agricultores familiares ou pequenos produtores) diretamente a grandes varejistas, eliminando intermediários e garantindo preços vantajosos.

Para Classificação do Contexto com Base Teórica, são: 1) Atuação na Cadeia Produtiva, com foco em soluções para problemas como desperdício de alimentos e remuneração justa para os produtores; 2) Modelo de Negócios, baseado na conexão entre produtores e varejo, com capacitação

sobre precificação e qualidade; 3) Sustentabilidade, com impacto positivo desde o grande agro até pequenos agricultores e exportadores de soja.

Em relação a E1, são: 1) Desafio Atual - criar um modelo escalável e sustentável, dependendo de investimentos para crescimento; 2) Expansão Planejada - Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná, com parcerias essenciais com grandes redes varejistas.

Na E2, a codificação e classificação do contexto com base teórica foram: Definição de Negócios de Impacto, que são empreendimentos que resolvem problemas sociais e ambientais. Devem ser financeiramente sustentáveis e não se enquadram como organizações sem fins lucrativos. A inovação social envolve o desenvolvimento de novas ideias que atendem a necessidades sociais e criam relações sociais.

Em relação a como adotar essa prática, os negócios de impacto socioambiental positivos são relevantes para economia inclusiva e de baixo carbono. É preciso abandonar os sistemas econômicos atuais que não são adequados para o mundo contemporâneo. Além disso, a justiça climática e os novos modelos de negócios baseados em problemas socioambientais são essenciais para sobrevivência do planeta.

4.3 Categorização e Agrupamento dos dados: Conceitos Científicos e Validação

Com base na E1, a Muda Meu Mundo surgiu após experiências da E1 em áreas rurais, no Nordeste do Brasil, e em outros países da América do Sul e Central. O problema identificado foi a discrepância entre os preços de venda dos produtores e os preços finais nos supermercados. O objetivo principal é conectar produtores diretamente a grandes varejistas, eliminando intermediários e garantindo preços vantajosos. A plataforma atende 600 produtores e mais de 50 redes de supermercados, oferecendo indicadores gratuitos e reduzindo o desperdício de alimentos. A sustentabilidade é uma prioridade e a expansão está planejada para Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná.

Na E2, o conceito de negócios de impacto é definido pela resolução de problemas sociais e ambientais. Ele necessita de sustentabilidade financeira e não é organização sem fins lucrativos. A inovação social envolve desenvolver ideias que atendam a necessidades sociais e criem relações colaborativas. Em relação à adoção de práticas por empresas, a urgência está em enfrentar os impactos negativos causados por empresas e indústrias. Negócios de impacto socioambiental positivos são essenciais para uma economia inclusiva, compartilhada e de baixo carbono. Seria necessário quebrar os sistemas econômicos atuais para sobreviver, considerando a finitude dos recursos planetários.

4.4 Pontos de Saturação e Validação

Os pontos de saturação dos dados e sua validação, que faz referência às Tipologias e conceitos de Inovação Social, são apresentados no Quadro 16.

Quadro 16 – Pontos de Saturação dos Dados e Validação

Aspecto da Pesquisa	Detalhes
Ponto de Saturação	É alcançado quando as entrevistas não forneceram novas informações. Embora a amostra seja pequena, algumas das respostas começaram a se repetir indicando que a maioria das perspectivas sobre a base teórica.
Validação	Base na Teoria da Inovação Social e Tipologias. As respostas dos entrevistados foram mapeadas para as categorias do esquema, proporcionando uma validação qualitativa.
Futuras Pesquisas	Inclui a exploração de outras teorias para basear a classificação e a análise de como os enquadramentos tecnológicos relacionados às teorias mudam ao longo do tempo.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024)

A pesquisa atingiu a saturação quando as entrevistas não trouxeram novas informações. As respostas dos entrevistados começaram a convergir em temas comuns. A validação foi baseada nas teorias. As respostas foram mapeadas para as categorias do esquema de classificação, proporcionando validação qualitativa. Para Dias (2023), futuras pesquisas podem explorar outras teorias e analisar como os enquadramentos tecnológicos mudam com o tempo.

4.5 Discussão

Na visão de Bardin (2008), a Análise de Conteúdo é uma técnica de pesquisa que descreve objetivamente, sistematicamente e quantitativamente o conteúdo manifesto da comunicação. Utilizada nas ciências sociais, transforma dados qualitativos em quantitativos, identificando padrões e significados. A análise deve ser objetiva (com regras claras), sistemática (seguindo etapas definidas) e quantificada (contando frequências de categorias). As etapas incluem: pré-análise (seleção de documentos e definição de hipóteses), exploração do material (codificação e categorização) e tratamento dos resultados (análise quantitativa e qualitativa). Aplicada em diversas áreas, revela estruturas e significados implícitos nas comunicações.

4.5.1 Pré-análise

No contexto específico da entrevista com E1, a análise se concentra em entender a origem, funcionamento, impacto e planos de expansão da organização. O corpus consiste em trechos dessa entrevista, abordando tópicos como a criação do projeto, o modelo de negócios, o impacto

socioambiental e os planos futuros. As unidades de registro incluem palavras e expressões-chave relacionadas à cadeia produtiva, impacto social e ambiental, modelo de negócios e expansão.

A pré-análise identifica categorias iniciais, como “Origem do Projeto”, “Modelo de Negócio”, “Impacto Socioambiental” e “Plano de Expansão”. Na exploração do material, essas categorias são codificadas com base em trechos específicos da entrevista, revelando informações sobre o engajamento de pequenos produtores em um marketplace B2B, a redução de intermediários, o impacto positivo na natureza e os planos de expansão para outras regiões do Brasil.

a) E1: Tratamento dos Resultados, Inferência e Interpretação Pré-análise

A Muda Meu Mundo é uma iniciativa que surgiu das experiências da fundadora em áreas rurais. Ela observou a pobreza extrema dos produtores e a discrepância de preços ao longo da cadeia produtiva. Com o objetivo de resolver esses problemas, conecta diretamente os produtores aos mercados urbanos por meio de um marketplace B2B.

Nesse modelo de negócios, os pequenos produtores podem vender diretamente aos varejistas, eliminando intermediários. Além disso, a plataforma oferece capacitação e qualificação gratuita aos produtores.

A antecipação de recebíveis e a redução de intermediários aumentam significativamente a remuneração dos produtores e reduzem o desperdício de alimentos. O impacto socioambiental da iniciativa é evidente, pois busca eliminar intermediários e promover práticas sustentáveis nos processos produtivos.

Os planos de expansão incluem escalar o modelo de negócios para outras regiões do Brasil, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná, por meio de parcerias com grandes redes varejistas e um programa de indicação. A Muda Meu Mundo visa se tornar um modelo escalável e sustentável, contribuindo para resolver problemas socioeconômicos e ambientais na cadeia produtiva agrícola.

b) E2: Tratamento dos Resultados, Inferência e Interpretação Pré-Análise

Nesta E2, direcionada à jornalista e pedagoga com especialização em Assessoria de Comunicação e MBA em MKT e ESG e consultora da Muda Meu Mundo, aplicaram-se os princípios de Bardin (2008). O objetivo foi identificar a compreensão e adoção dos conceitos de negócios de impacto por parte das empresas. O corpus analisado incluiu a definição de negócios de impacto e práticas recomendadas para sua adoção pelas empresas. As unidades de registro consistiram em palavras e expressões-chave relacionadas a negócios de impacto, ESG, sustentabilidade, economia inclusiva e justiça climática.

A análise revelou que o conceito de negócios de impacto é claramente definido como aqueles que resolvem problemas sociais e ambientais, mantendo a sustentabilidade financeira e diferenciando-se de organizações sem fins lucrativos. A urgência na adoção dessas práticas empresariais é

ênfatisada considerando-as essenciais à transição para novos paradigmas econômicos. Além disso, a sustentabilidade é central, reconhecendo a necessidade de uma economia de baixo carbono que respeite os limites planetários. A justiça climática também é destacada como imperativa para a sobrevivência, e a ideia de uma economia inclusiva e compartilhada é apresentada como objetivo fundamental.

Em suma, a análise aponta para a necessidade de redesenhar profundamente os modelos econômicos e empresariais tradicionais, com os negócios de impacto desempenhando um papel crucial nessa transformação. A sustentabilidade, justiça climática e economia inclusiva são princípios orientadores nesse contexto.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa sobre a *startup* Muda Meu Mundo apresenta adoção de práticas sociais no contexto de negócios de impacto, como fatores relacionados ao surgimento do projeto, o modelo de negócios, os planos de expansão e suas implicações para práticas sustentáveis, além das limitações e sugestões para pesquisas futuras.

Origem e Modelo de Negócios do caso em estudo surgiram da experiência da fundadora em áreas rurais. Ela identificou a pobreza extrema dos produtores e as disparidades de preços na cadeia produtiva. O modelo de negócios conecta diretamente produtores a mercados urbanos, por meio de um *marketplace B2B*. Essa abordagem elimina intermediários, permitindo que pequenos produtores vendam diretamente aos varejistas. Ademais, a plataforma oferece capacitação gratuita aos produtores, contribuindo para sua qualificação e remuneração justa.

Sobre o impacto socioambiental, a iniciativa busca reduzir o desperdício de alimentos e promover práticas sustentáveis. A antecipação de recebíveis e a eliminação de intermediários aumentam a renda dos produtores, melhorando sua qualidade de vida. Além disso, contribui para a preservação ambiental, incentivando práticas responsáveis na cadeia produtiva agrícola.

Os planos de expansão incluem a replicação do modelo de negócios em outras regiões do Brasil, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. Parcerias com grandes redes varejistas e um programa de indicação são estratégias para alcançar esse objetivo, que visa se tornar um modelo escalável e sustentável, ampliando seu impacto positivo.

Quanto à correlação com inovações sociais, a pesquisa também explorou as tipologias de inovações sociais para o consumo sustentável, conforme proposto por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015), e as práticas adotadas no projeto. Essa análise pode fornecer relevantes contribuições para outras empresas às práticas semelhantes.

Com base nas Limitações, considera-se que a pesquisa pode não abordar todas as nuances do contexto socioeconômico e cultural em diferentes regiões. Para mais, a Muda Meu Mundo enfrentará desafios na expansão, como adaptação a diferentes realidades locais e concorrência.

Para pesquisas futuras, sugere-se investigar impactos socioeconômicos e ambientais da Muda Meu Mundo em diferentes contextos. Ademais, estudos comparativos com outras iniciativas de negócios de impacto podem enriquecer a compreensão das melhores práticas.

Em resumo, a Muda Meu Mundo é um exemplo inspirador de como o modelo de negócios pode ser alinhado com práticas sociais e sustentáveis, contribuindo para um mundo mais justo e equitativo. Pesquisas contínuas podem fortalecer essa abordagem e informar outras iniciativas similares.

Agradecimentos:

Na função de pesquisadora do Programa de Doutorado Acadêmico em Administração, manifesto gratidão à Fundação CAPES e à Universidade de Fortaleza (CE). A concessão da bolsa pela CAPES foi essencial para conduzir este estudo e a subsequente publicação deste artigo. Gilmara Elke Dutra Dias (Doutoranda bolsista pela CAPES).

Referências:

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. ed. rev. e aum. Lisboa: Edições, v. 70, 2008.
- CHESBROUGH, Henry William. **Inovação aberta**: o novo imperativo para criar e lucrar com a tecnologia. [S. l.]: Harvard Business Press, 2003.
- DIAS, Gilmara Dutra *et al.* Gestão e empreendedorismo: processo de inserção no mercado de trabalho dos engenheiros civis: gestão e empreendedorismo: processo de inserção no mercado de trabalho dos engenheiros civis. **Omnia Sapientiae**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 58-76, 2022.
- DIAS, Gilmara Dutra; DE FIGUEIREDO, Marina Dantas. Ensino e perspectivas do empreendedorismo social em ações práticas para formação em administração. **Omnia Sapientiae**, [s. l.], v. 3, n. 1, 2023.
- EDWARDS-SCHACHTER, Mónica; WALLACE, Matthew L. “Shaken, but not stirred”: sixty years of defining social innovation. **Technological Forecasting and Social Change**, [s. l.], v. 119, p. 64-79, 2017.
- FORMICHELLA, María. **La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo**. Argentina: INTA, 2005.
- FUSSLER, Claude; JAMES, Peter. **Driving eco-innovation**: a breakthrough discipline for innovation and sustainability. [S. l.: s. n.], 1996.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GKINKO, Lorentsa; ELBANNA, Amany. The appropriation of conversational AI in the workplace: A taxonomy of AI chatbot users. **International Journal of Information Management**, [s. l.], v. 69, p. 102568, 2023.
- GODIN, Benoît. **Sistema nacional de inovação**: uma nota sobre as origens de um conceito. Projeto sobre a História Intelectual da Inovação, manuscrito, 2010.
- JAEGER-ERBEN, Melanie; RÜCKERT-JOHN, Jana; SCHÄFER, Martina. Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. **Journal of cleaner Production**, [s. l.], v. 108, p. 784-798, 2015.
- LUNDEVALL, Bengt-Ake. Inovação de produto e interação usuário-produtor. **The Learning Economy and the Economics of Hope**, [s. l.], v. 19, n. 2, p. 19-60, 1985.
- MUDA MEU MUNDO. Sobre nós. **Muda Meu Mundo**. 2024. Disponível em: <https://www.mudameumundo.com.br/index.php/about/>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- MURPHY, Lyndon; HUGGINS, Robert; THOMPSON, Piers. Capital social e inovação: uma análise comparativa de políticas regionais. **Environment and Planning C: Government and Policy**, [s. l.], v. 34, n. 6, p. 1.025-1.057, 2016.

NAVARRETE, José Alberto Solis; MENDOZA, Saray Bucio; GÁLVEZ, Jaime Paneque. O que não é inovação social. **Previsão Tecnológica e Mudança Social**, [s. l.], v. 173, n. 1, p. 50, 2021.

NICHOLLS, Alex; MURDOCK, Alex. **A natureza da inovação social**. In: Inovação social: borrando fronteiras para reconfigurar mercados. Londres: Palgrave Macmillan UK, 2012. p. 1-30.

RIBEIRO, Aline; LAZARO, Jose; CHAYM, Carlos. **Inovação organizacional para sustentabilidade: adoção de novas práticas de um programa público**. [S. l.: s. n.], 2019.

SIMON, Eduardo *et al.* Metodologias ativas de ensino-aprendizagem e educação popular: encontros e desencontros no contexto da formação de profissionais de saúde. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, [s. l.], v. 18, n. suplemento 2, p. 1.355-1.364, 2014.

TRANSCRIÇÃO pelo *Transkriptor*: **Conversão de áudio em texto, transcrição automática, IA de última geração, interface simples**. https://transkriptor.com/pt-br/?gad_source=2&gclid=EAIaIQob-ChMIwoLVw8HDgwMV1EVIAB1NfwYbEAAYASAAEgJ77fD_BwE

YIN, Robert K. **Case study research and applications**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2018.

ZIEGLER, Rafael. Inovação social como conceito colaborativo. **Inovação: the European Journal of Social Science Research**, [s. l.], v. 30, n. 4, p. 388-405, 2017.

APÊNDICE A - Termo de Consentimento

Título da Pesquisa: Inovação Social para o Consumo Sustentável.

Tema: ESTUDO DE CASO ÚNICO SOBRE INOVAÇÃO SOCIAL PARA CONSUMO SUSTENTÁVEL NA STARTUP A MUDA MEU MUNDO

Pesquisadores: Gilmara Elke Dutra Dias. Glaura Kury. Neemias Muniz de Souza – Universidade: Fortaleza-CE

Orientadora: Profa. Marina Dantas de Figueiredo Ph.D.

Você é convidada a participar da pesquisa sobre Inovação Social para o Consumo Sustentável sobre a Muda Meu Mundo. Antes de decidir, entenda o que será solicitado.

Objetivo: Investigar as práticas de negócios de impacto social (Navarrete; Mendoza; Gálvez, 2021) alinhadas com os princípios e conceitos de negócios de impacto (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015) na Startup Muda Meu Mundo (2008).

Procedimentos: Se aceitar, participará de uma entrevista semiestruturada de 60 minutos, que será por meio da transcrição manual (Bardin, 2008).

Confidencialidade: As informações fornecidas serão confidenciais. Seus dados serão armazenados de forma segura e apenas o pesquisador terá acesso. Seus dados serão usados apenas para pesquisa e não serão divulgados publicamente. As respostas serão transcritas manualmente de acordo com os entrevistados (códigos de E1 a E2).

Riscos e Benefícios: Não há riscos conhecidos. Embora não haja benefícios diretos, sua participação contribuirá para o nosso entendimento sobre a percepção de Inovação Social para o Consumo Sustentável sobre o Projeto Muda Meu Mundo.

Participação Voluntária: Você pode se recusar a participar ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem penalidades. Se tiver dúvidas, estou à disposição para responder.

Ao assinar, você confirma que leu e entendeu as informações e concorda em participar.

Nome do Participante: E1 a E2

Assinatura do Participante: _____ Data:

APÊNDICE B - Entrevista

Quadro 8 – Roteiro da Entrevista

Área de Foco	Pergunta	Objetivo da Pergunta	Relevância
Surgimento do Projeto Muda Meu Mundo	Quais fatores levaram à criação do projeto?	Investigar a motivação e contexto inicial do projeto.	Compreender o caso e inspirações que deram origem à iniciativa.
Modelo de Negócios	Como funciona o modelo de negócios do Projeto Muda Meu Mundo?	Avaliar a viabilidade econômica, estratégias de receita e impacto social do projeto.	Entender como o projeto se sustenta financeiramente e gera impacto.
Planos de Expansão	Quais são os planos de expansão do projeto?	Analisar como o projeto pretende crescer e ampliar seu alcance.	Identificar estratégias para alcançar novos públicos e aumentar o impacto.
Adoção de Conceitos Sociais	Como podemos definir o conceito de negócios de impacto?	Investigar como o projeto promove mudanças estruturais e como os envolvidos adotam esses conceitos.	Entender como definir negócios de impacto para alinhar expectativas e estabelecer critérios claros.
Adoção de Práticas Sociais	Como as empresas podem adotar esta prática?	Investigar como o projeto promove mudanças estruturais e como os envolvidos adotam essas práticas.	Compreender como o projeto efetivamente contribui para a transformação social.
Correlação com Tipologias de Inovações Sociais	<u>Relação com base nos Autores</u> Correlação com as tipologias de inovações sociais se relacionam com as práticas do caso.	Explorar a conexão entre as tipologias propostas por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021), e as ações específicas da Muda Meu Mundo (2024).	Analisar como o projeto se enquadra nas categorias de inovação social.

Fonte: Elaborado pelo Autores (2024).