

EXPLORAÇÃO EMPÍRICA DA INOVAÇÃO SOCIAL VOLTADA AO CONSUMO SUSTENTÁVEL EM STARTUP DE FORTALEZA-CE

Gilmara Elke Dutra Dias¹
Marina Dantas de Figueiredo²
Glaura Kury³
Neemias Muniz de Souza⁴

RESUMO

A Startup “A Muda Meu Mundo” localizada no nordeste do Brasil busca promover comércio justo e práticas sustentáveis com a finalidade de reduzir pobreza rural e desigualdade fundiária. Com base nesse contexto, buscou-se sinalizar sua atuação como expressão de inovação social voltada ao consumo sustentável. A pesquisa busca compreender de que maneira fatores relacionados à origem do projeto, ao modelo de negócios e às estratégias de expansão influenciam a adoção de práticas sociais voltadas ao consumo sustentável. A metodologia adotada compreende investigação empírica baseada em estudo de caso único, com aplicação de questionário semiestruturado e análise de conteúdo, visando identificar elementos constitutivos do conceito de inovação social. Foram identificados fatores relacionados à fase inicial do projeto, incluindo o modelo de negócios e os planos de expansão conduzidos pela Entrevistada (E1). Também foram explorados o impacto social e as possibilidades de implementação pelas empresas, com base na perspectiva da jornalista (E2) do Instituto Internacional de Certificação em Environmental, Social and Governance (ESG).

¹ Bolsista CAPES e Doutoranda pelo Programa Acadêmico de Pós-Graduação em Administração pela Universidade de Fortaleza-CE. Professora Adjunta Nível 3 da Classe B 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 Programa de Pós-Graduação em Administração pela Universidade de Fortaleza-CE. Email: gal@unifor.br

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

Os resultados da pesquisa apresentam contribuições da Inovação Social para o Consumo Sustentável, ao expandir o conhecimento, conectar teorias, aplicar metodologias, destacar o papel social do comércio justo e influenciar políticas públicas voltadas ao desenvolvimento rural, segurança alimentar e equidade socioambiental. No campo científico, ampliam conhecimento sobre negócios sustentáveis; socialmente, fortalecem iniciativas empreendedoras e redes locais; na prática, oferecem elementos estratégicos para consumo responsável com efeitos sociais.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Efeitos Sociais; Sustentabilidade; Tecnologia Social.

EMPIRICAL EXPLORATION OF SOCIAL INNOVATION AIMED AT SUSTAINABLE CONSUMPTION IN A STARTUP FROM FORTALEZA-CE

ABSTRACT

The startup “A Muda Meu Mundo,” located in northeastern Brazil, seeks to promote fair trade and sustainable practices aimed at reducing rural poverty and land inequality. Based on this context, the study aimed to highlight its operations as an expression of social innovation focused on sustainable consumption. The research investigates how factors related to the project's origin, business model, and expansion strategies influence the adoption of social practices aligned with sustainable consumption. The methodology adopted consists of an empirical investigation based on a single case study, using a semi-structured questionnaire and content analysis to identify key elements of the concept of social innovation. The study identified factors related to the project's initial phase, including its business model and expansion plans led by Interviewee 1 (E1). It also explored social impact and implementation possibilities from the perspective of Interviewee 2 (E2), a journalist from the International ESG Certification Institute. The findings present contributions of Social Innovation to Sustainable Consumption by expanding knowledge, connecting theories, applying methodologies, emphasizing the social role of fair trade, and influencing public policies aimed at rural development, food security, and socio-environmental equity. Scientifically, they broaden understanding of sustainable business models; socially, they strengthen entrepreneurial initiatives and local networks; and in practice, they offer strategic elements for responsible consumption with social impact.

Keywords: Family Farming; Social Impact; Sustainability; Social Technology.

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 da inovação social está intrinsecamente ligada à colaboração e à cocriação de efeitos sociais.

Apesar dos avanços na área (Jaeger-Erben, Ruckert e 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 busca preencher essa lacuna, analisando a

atuação da inovação social na startup A Muda Meu Mundo (2024), uma iniciativa de comércio justo no nordeste do Brasil.

Além disso, a relevância dessa investigação encontra-se pela necessidade de conectar os estudos atuais sobre inovação social com futuras pesquisas, promovendo práticas de negócios de efeito social alinhadas aos princípios socioambientais (Jaeger-Erben; Ruckert; Schafer, 2015).

Nesta análise, define-se o seguinte questionamento para este estudo: 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, busca-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).

Nos objetivos específicos, avaliar como surgiu e como funciona o modelo de negócios e planos de expansão; bem como, entender como empresas podem adotar essas práticas com base nos conceitos de negócios de impacto social, e 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 A Munda meu Mundo (2024).

A metodologia utiliza uma abordagem de 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 e Gálvez, 2021); 5) E os cinco tipos de inovação social para consumo sustentável (Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer, 2015) e Dias e Figueiredo (2023). A análise segundo a concepção das especialistas entrevistadas (E1 e E2) possibilitou identificar como essas dimensões podem contribuir para o consumo sustentável. Utilizou-se inteligência artificial (ChatGPT-4 Plaus, 2025) para revisão gramatical, tradução e ordenação das referências.

As 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, um conceito multifacetado, que segundo Chesbrough (2003) enfatiza a importância de inovar de forma como um novo imperativo para a criação e captura de valor, destacando a colaboração e cooperação como elementos fundamentais nesse processo. Godin (2010) investiga as origens do conceito de 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 co-criação e da participação ativa dos *stakeholders*.

Fussler (1996) realça a eco-inovação 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 e colaboradores (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) 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.

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 co-criação e do foco na geração de impacto positivo para impulsionar mudanças significativas na sociedade.

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.

A diversidade de abordagens apresentadas por esses autores reflete a complexidade e a amplitude do conceito de inovação social, ressaltando a importância de uma visão integrada e holística para enfrentar desafios sociais complexos e promover o desenvolvimento sustentável, apresentadas no Quadro 1.

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 co-criação e da participação ativa dos stakeholders.
Fussler (1996)	Realça a eco-inovação 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 e colaboradores	Destacam a abordagem da inovação social como um

(2019)	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.
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 como um campo multifacetado, onde a colaboração e a co-criação 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* A 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* A Muda Meu Mundo, o *fair trade* na agricultura se destaca por modelos cooperativos que aumentam o poder de negociação dos agricultores, cadeias de suprimento transparentes que asseguram a ética na produção, e 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) na 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.

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, conecta 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, e linhas de crédito. Recentemente, a *startup* iniciou uma expansão nacional, e planejou estar em 100 estabelecimentos até 2022, refletindo crescimento de 433%. 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).

Em resumo, 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). 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	<i>Startup</i> 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 <i>startup</i> 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 <i>startup</i> 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, combatendo a pobreza e promovendo a sustentabilidade. Destaca-se o papel das mulheres empreendedoras, segundo a CEO, sua iniciativa de comércio justo no

nordeste do Brasil visa promover o desenvolvimento social, enfrentando a pobreza rural e a desigualdade de terras. Laís Xavier (CTO), desempenha o papel de *Chief Technology Officer (CTO)* no projeto. Sua *expertise* em tecnologia e inovação tem sido fundamental do projeto (Muda meu Mundo, 2024).

A E2 (Jornalista e Pedagoga), com especialização em Assessoria de Comunicação e MBA em *Marketing e ESG*. Seu trabalho abrange pautas relevantes, como diversidade, mulheres, empreendedorismo, mercado de trabalho, ESG e negócios de impacto, voluntária no Grupo Mulheres no nordeste do Brasil e 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, seu conhecimento e liderança têm contribuído para moldar o cenário de negócios, com experiência em empresas como J&J, P&G e BRF (Muda meu Mundo, 2024).

O projeto “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). Essas mulheres e parceiras desempenham papéis essenciais na promoção de práticas sociais e sustentáveis por meio dessa iniciativa.

2.2.2 Público-Alvo do Muda meu Mundo

A Muda Meu Mundo (2024), tem como objetivo transformar o setor agrícola, conectando pequenos produtores a 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).

No 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 os 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	<i>Marketplace B2B e fintech</i> que conecta pequenos produtores a varejistas.	Facilita a venda direta dos produtos dos agricultores, oferecendo diversos serviços de apoio.
Investidores	AgroVen, Bossanova, Sororitê e	Financiamento que permite a expansão

	Squared Ventures. Aporte recente de R\$ 4,2 milhões.	e o desenvolvimento da <i>startup</i> .
Crescimento	Cresceu mais de 300% no último ano.	Demonstração do potencial de crescimento e escalabilidade do negócio.

Fonte: Elaborado pelos Autores (2024).

Em conclusão, 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. Na tabela 1 apresenta 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:

Tabela 1 – 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).

Em conclusão, 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 impacto social positivo.

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

No Quadro 5, apresenta 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 5 – 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	Promove a agricultura sustentável e o consumo consciente.

		sustentável.	
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).

Em conclusão, entende-se 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. Além de conectar 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

Baseado na pesquisa de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e o estudo de caso único na *startup* A Muda meu Mundo (2024), foram realizadas 02 entrevistas semiestruturadas com os sujeitos com níveis hierárquicos diferentes, idades, e funções, proporcionando uma visão ampla sobre Inovação Social para o Consumo Sustentável, embora a amostra seja limitada. O termo de consentimento está no Apêndice A.

O Projeto Muda Meu Mundo é liderado pelo CEO e CTO, além do gerente de TI. 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 e *Beach Park* e

outros. Os resultados incluem mais de 90 toneladas de alimentos, impacto em 620 famílias, mais de 10 milhões de reais negociados e mais de 100 agricultores cadastrados.

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

As gestoras envolvidas são E1 (CEO) e E2 (especialista em *ESG* e editora do jornal O Povo). 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 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 emprega estudo de caso único, sobre inovação social para consumo sustentável na *startup* A Muda meu Mundo no nordeste do Brasil, pesquisa empírica com aplicação de questionário semiestruturado.

Bem como, análise de conteúdo (Bardin, 2008) para apresentar elementos do conceito de inovação social, é uma abordagem amplamente utilizada nas ciências sociais para explorar, descrever e explicar eventos ou situações complexas.

A caracterização da entrevista em pesquisa qualitativa envolve a descrição do formato, estrutura, propósito e contexto, segundo Gil (2010), Yin (2018) e Bardin (2008).

Inclui o tipo de entrevista (semiestruturada), o método de coleta de dados (análise das respostas na íntegra), e o objetivo da entrevista (diagnóstico, avaliação, relação com a teoria abordada), conforme Bardin (2008).

A revisão gramatical, a tradução e a organização das referências foram conduzidas com o suporte da inteligência artificial (*ChatGPT-4* Plaus, 2025), visando à padronização e à correção textual.

Quadro 6 – Caracterização da Entrevista

Aspectos	Descrição
Tipo de Entrevista	Semiestruturada (permite maior flexibilidade na formulação)
Método de Coleta de Dados	Entrevista transcrita, seguindo da 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, consta no Apêndice B.

Fonte: Adaptado da Pesquisa de Gkinko e Elbanna (2024).

No Quadro 6, apresenta a caracterização da entrevista. Segundo Bardin (2008), entrevistas semiestruturadas, usadas nesta pesquisa, são mais flexíveis. A coleta de dados pessoal foi seguida de análise de conteúdo. Os participantes, representam diferentes perfis profissionais.

A entrevista envolveu duas gestoras (interno e externo). As ferramentas utilizadas foram pela transcrição manual, para Bardin (2008) é a mais precisa. A tipologia classifica a entrevista e a caracterização a descreve detalhadamente (Yin, 2018), entre junho e junho de 2024.Mais detalhes estão no Quadro 7.

Quadro 7 – 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 no Quadro 7, a metodologia utilizada para as entrevistas foi a abordagem qualitativa de estudo de caso único, com base no estudo de Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021) e Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015). As entrevistas foram conduzidas de forma semiestruturada, permitindo aos sujeitos explorarem os tópicos relevantes de forma aberta, adaptando-se às respostas fornecidos pelos participantes.

3.3 ROTEIRO DE PERGUNTAS QUALITATIVAS

O roteiro de perguntas, baseado na pesquisa 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. Apresentado no Quadro 8.

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	Compreender como o projeto efetivamente contribui para a

		envolvidos adotam essas práticas.	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 A Muda meu Mundo (2024).	Analisar como o projeto se enquadra nas categorias de inovação social.

Fonte: Elaborado pelo Autores (2024).

O questionário aplicado abordou 05 perguntas: três para E1, e duas para E2, bem como análise da correlação com as tipologias propostas por Jaeger-Erben, Ruckert e Schafer (2015) e Navarrete, Mendoza e Gálvez (2021), e as ações específicas da A Muda meu Mundo (2024). Esses aspectos são relevantes para entender sobre a proposta da pesquisa. Modelo da Entrevista no Apêndice B.

3.4 PROCESSO DA ENTREVISTA: FORMA E TEMPO

As gestoras selecionadas, são consideradas por bom relacionamento e diversidade de perfis, tiveram experiências variadas com a organização em estudo. Os termos de consentimento aprovados estão no Apêndice A. As entrevistas, que combinaram observação e questionamento, continuaram até a saturação, permitindo aos participantes explicarem além do questionado.

Quadro 9 – 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).

No Quadro 9 resume o processo de transcrição manual. Os sujeitos, selecionados, foram por meio do relacionamento e diversidade de perfis, aprovaram os termos de consentimento. As entrevistas, duraram no máximo 60 minutos, Bardin (2008) considera a transcrição manual mais precisa.

3.5 FALAS, CATEGORIAS E RECURSOS

As entrevistas exploraram os objetivos propostos. As falas estão no Quadro 10.

Quadro 10 – Entrevista E1

Perguntas	Principais Falas Resumidas	Categorias e Recurso	Gestora Interna - CEO
-----------	----------------------------	----------------------	-----------------------

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 10, são consideradas as seguintes conclusões, 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. No Quadro 11, são apresentadas as entrevistas da E2.

Quadro 11 – Entrevista da E2

Perguntas	Principais Falas Resumidas	Categorias e Recurso e Percepção	Experiência Gestora externa - Jornalista
Como podemos definir o conceito de	Negócios que resolvem problemas sociais e ambientais; necessidade de sustentabilidade financeira;	Definição e Inovação Social: Resolução de problemas, sustentabilidade,	Experiência em compreender e mover negócios de impacto.

Perguntas	Principais Falas Resumidas	Categorias e Recurso e Percepção	Experiência Gestora externa - Jornalista
negócios de impacto?	não são ONGs; inovação social aborda necessidades não atendidas.	inovação.	
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 na 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. 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 apresenta os resultados das entrevistas com base nos objetivos propostos da pesquisa.

Quadro 12 – Resultados das Entrevistas 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).

No Quadro 12, com base nos resultados das entrevistas E1, relacionados aos objetivos da pesquisa, considera-se inicialmente o 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. 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. E os Planos de Expansão, ao atender 600 produtores e 50 redes de supermercados, a Muda Meu Mundo ampliou seu impacto social. Isso 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, relacionados aos objetivos da pesquisa, são considerados o conceito de Negócios de Impacto, que resolvem problemas sociais e ambientais, buscando sustentabilidade financeira. Isso reflete um foco positivo na solução de questões sociais e ambientais. 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. E 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 o primeiro método para análise de conteúdo, segundo a Bardin (2008): A Organização, que fez o delineamento de dados úteis e não úteis, com base nas 05 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 – Entrevista1

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, enquanto 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 a organização.

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).

No Quadro 15, os dados úteis incluem informações sobre a definição desses negócios, que resolvem problemas sociais e ambientais, enquanto os dados não úteis referem-se 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, enquanto 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 A Muda Meu Mundo, surgiu após experiências da E1 em áreas rurais do nordeste do Brasil, América do Sul e América Central; 2) Problema Identificado, discrepância entre o preço de venda dos produtores e o preço final no supermercado; 3) Objetivo Principal, 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, foco em soluções para problemas como desperdício de alimentos e remuneração justa para os

produtores; 2) Modelo de Negócios, conexão entre produtores e varejo, com capacitação sobre precificação e qualidade; 3) Sustentabilidade, 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 como adotar essa prática, os negócios de impacto socioambiental positivos são relevantes para economia inclusiva e de baixo carbono. Abandonar os sistemas econômicos atuais que não são adequados para o mundo contemporâneo. Bem como a justiça climática e 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 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, são definidos pela resolução de problemas sociais e ambientais. Eles necessitam de sustentabilidade financeira e não são organizações sem fins lucrativos. A inovação social envolve desenvolver ideias que atendam a necessidades sociais e criem relações colaborativas. Em relação a 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 validação, que faz referência as Tipologias e conceitos de Inovação Social, são apresentados no Quadro 16.

Quadro 16 - Pontos de Saturação dos Dados e Validação

Pontos	Contexto Analisado
Ponto de Saturação	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 as teorias que 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, 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 enfatizada, considerando-as essenciais para a 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* A 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, surgiu 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. Além disso, 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 a 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. Além disso, a Muda Meu Mundo enfrentará desafios na expansão, como adaptação a diferentes realidades locais e concorrência.

Como sugestões para pesquisas futuras, investigar impactos socioeconômicos e ambientais da Muda Meu Mundo em diferentes contextos. Além disso, 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

Agradeço à CAPES pela bolsa, essencial à realização e publicação deste estudo, e à Universidade de Fortaleza-CE pelo apoio institucional. Gilmara Elke Dutra Dias (Doutoranda bolsista pela CAPES).

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edição revista e aumentada. Lisboa: Edições 70, 2008.

CHESBROUGH, Henry William. **Inovação aberta**: o novo imperativo para criar e lucrar com a tecnologia. Boston: Harvard Business Press, 2003.

DIAS, Gilmara Dutra; FIGUEIREDO, Marina Dantas de. Ensino e perspectivas do empreendedorismo social em ações práticas para formação em administração. **Omnia Sapientiae**, v. 3, n. 1, 2023. Disponível em: <https://revistas.catholicadorn.com.br/omnia/article/view/47>

DIAS, Gilmara Dutra et al. Gestão e empreendedorismo: processo de inserção no mercado de trabalho dos engenheiros civis. **Omnia Sapientiae**, v. 2, n. 1, p. 58–76, 2022. Disponível em: <https://revistas.catholicadorn.com.br/omnia/article/view/30>

EDWARDS-SCHACHTER, Mónica; WALLACE, Matthew L. ‘Shaken, but not stirred’: Sixty years of defining social innovation. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 119, p. 64–79, 2017. DOI: 10.1016/j.techfore.2017.03.012

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**, v. 69, p. 102568, 2023. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2022.102568

GODIN, Benoît. Sistema nacional de inovação: uma nota sobre as origens de um conceito. **Projeto sobre a História Intelectual da Inovação**, manuscrito, 2010. Disponível em: <https://philpapers.org/rec/GODNIS>



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**, v. 108, p. 784–798, 2015. DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.07.097

LUNDEVALL, Bengt-Åke. Inovação de produto e interação usuário-produtor. **The Learning Economy and the Economics of Hope**, v. 19, n. 2, p. 19–60, 1985. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/books/learning-economy-and-the-economics-of-hope/19BA313C72A5B038E182F25F1FA0AC30>

MUDA MEU MUNDO. Sobre nós. Disponível em: <https://www.mudameumundo.com.br/index.php/about/>

MURPHY, Lyndon; HUGGINS, Robert; THOMPSON, Piers. Capital social e inovação: uma análise comparativa de políticas regionais. **Environment and Planning C: Government and Policy**, v. 34, n. 6, p. 1025–1057, 2016. DOI: 10.1177/0263774X15597448

NAVARRETE, José Alberto Solis; MENDOZA, Saray Bucio; GÁLVEZ, Jaime Paneque. O que não é inovação social. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 173, p. 50, 2021. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.121190

NICHOLLS, Alex; MURDOCK, Alex. A natureza da inovação social. In: NICHOLLS, Alex; MURDOCK, Alex (org.). **Inovação social: borrando fronteiras para reconfigurar mercados**. Londres: Palgrave Macmillan UK, 2012. p. 1–30. DOI: 10.1057/9780230367098

PLAUS, ChatGPT-4. Assistente de redação baseado em inteligência artificial. Microsoft, 2025. Disponível em: <https://www.microsoft.com/copilot>

RIBEIRO, Aline; LAZARO, Jose; CHAYM, Carlos. Inovação organizacional para sustentabilidade: adoção de novas práticas de um programa público. 2019. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.13048/1731>

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**, v. 18, supl. 2, p. 1355–1364, 2014.

FUSSLER, Claude; JAMES, Peter. **Driving eco-innovation: a breakthrough discipline for innovation and sustainability**. London: Pitman Publishing, 1996.

FORMICHELLA, María. **La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo**. Argentina: INTA, 2005.

TRANSKRIPTOR. Transcrição pelo Transkriptor: conversão de áudio em texto, transcrição automática, IA de última geração, interface simples. Disponível em: <https://transkriptor.com/pt-br>

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

ZIEGLER, Rafael. Inovação social como conceito colaborativo. **Innovation: The European Journal of Social Science Research**, v. 30, n. 4, p. 388–405, 2017. DOI: 10.1080/13511610.2017.1348935



UNICATÓLICA
DO RIO GRANDE DO NORTE

