

O PAPEL DO MERCATUDO CASAS ANDRÉ LUIZ NO CONSUMO SUSTENTÁVEL E NA ECONOMIA CIRCULAR, NO MUNICÍPIO DE OSASCO, SP

Entrega Final TG II – Grupo 169
Bruno Targino de Andrade
Tatiana Soares Santos
Profª. Me. Marluce Gavião Sacramento Dias

RESUMO

Este projeto de pesquisa analisa o papel do Mercatudo Casas André Luiz, localizado em Osasco/SP, na promoção do consumo sustentável e da economia circular. A investigação buscou compreender como a instituição contribui para a reutilização de produtos, a inclusão social e a conscientização ambiental. Foram aplicados questionários a 47 participantes, cujos resultados indicaram desconhecimento inicial sobre o bazar, mas também percepção positiva em relação à sustentabilidade e ao impacto social. A pesquisa evidencia o potencial do Mercatudo como agente transformador, capaz de ampliar práticas de consumo consciente e fortalecer a economia circular no contexto urbano.

Palavras-chave: Consumo sustentável; Economia circular; Inclusão social; Mercatudo.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o conceito de economia circular ganhou destaque como alternativa ao modelo linear de produção e consumo, historicamente marcado por desperdício e alto impacto ambiental. Nesse novo paradigma, busca-se a ampliação do ciclo de vida dos produtos por meio do reaproveitamento, da reutilização e da reciclagem, reduzindo significativamente a geração de resíduos. Essa abordagem está diretamente relacionada à promoção do consumo sustentável, que envolve decisões conscientes por parte de consumidores, empresas e instituições públicas.

No Brasil, o tema mostra-se especialmente relevante diante dos altos índices de descarte inadequado de resíduos sólidos. Segundo dados da Associação Brasileira de Empresas de

(1) Graduando(a) do curso de Gestão Empresarial – EaD. Fatec São Paulo: Bruno Targino de Andrade; Tatiana Soares Santos.

(2) Professora orientadora do Curso de Gestão Empresarial – EaD. Fatec São Paulo: Profª. Me. Marluce Gavião Sacramento Dias

Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE, 2023), mais de 80 mil toneladas de resíduos urbanos são geradas diariamente no país, sendo que uma parcela significativa poderia ser reciclada ou reutilizada. Nesse contexto, iniciativas que incentivam o reaproveitamento de produtos e a economia solidária tornam-se fundamentais para transformar padrões de consumo.

A cidade de Osasco, localizada na Região Metropolitana de São Paulo, apresenta desafios e oportunidades em relação à sustentabilidade urbana. Com alta densidade populacional e elevado consumo per capita, o município carece de políticas públicas mais robustas voltadas à economia circular. Nesse cenário, destaca-se o papel de organizações do terceiro setor, especialmente aquelas que desenvolvem projetos voltados à reutilização de bens e à inclusão social.

Entre essas iniciativas, destaca-se o Mercatudo Casas André Luiz, um bazar beneficente que atua na arrecadação e comercialização de produtos doados pela população. A instituição alia práticas de consumo consciente à geração de recursos destinados ao atendimento de pessoas com deficiência intelectual e física. Mais do que um bazar, o Mercatudo configura-se como um espaço de transformação social e ambiental, promovendo práticas alinhadas à economia circular.

Este trabalho analisa de que maneira o Mercatudo Casas André Luiz, localizado no município de Osasco, promove práticas de consumo responsável e contribui para a consolidação da economia circular no contexto urbano. A investigação busca identificar as principais práticas de consumo consciente adotadas pela instituição, avaliar os impactos socioambientais gerados pelas ações do bazar em relação à redução de resíduos e reaproveitamento de produtos, investigar a percepção dos consumidores e colaboradores sobre o papel do Mercatudo na promoção da sustentabilidade local e propor ações e estratégias que potencializem o alcance das práticas sustentáveis desenvolvidas pela organização.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Economia Circular

A economia circular surgiu como alternativa ao modelo linear de produção e consumo, baseado em “extrair, produzir, consumir e descartar”. Em oposição a essa lógica, o modelo circular propõe a extensão do ciclo de vida dos produtos, através da reutilização, reciclagem e

reaproveitamento de materiais, promovendo uma economia regenerativa. Segundo Cruz e Ferrer (2024), trata-se de um sistema econômico que preserva o capital natural, otimiza a produção e reduz significativamente os resíduos e a poluição.

Essa abordagem também promove transformações nos processos produtivos e de consumo, atuando sobre os princípios de eliminação do desperdício, manutenção dos produtos em uso e regeneração dos sistemas naturais. A Ellen MacArthur Foundation (2021), referência no tema, defende que a economia circular seja aplicada em larga escala, integrando empresas, governos e a sociedade civil.

2.2 Consumo Sustentável

O consumo sustentável está diretamente ligado à economia circular e à mudança de mentalidade da sociedade. Representa um padrão de consumo que considera os impactos sociais, ambientais e econômicos dos produtos e serviços ao longo de todo o seu ciclo de vida. Como explicam Richter e Machado (2022), o comportamento do consumidor consciente envolve escolhas que minimizam impactos negativos e incentivam práticas responsáveis.

Leonard (2011), em sua obra “A História das Coisas”, alerta para a lógica do consumismo moderno, que acelera a obsolescência programada e compromete a sustentabilidade dos recursos naturais. Nesse contexto, o consumo responsável envolve o reaproveitamento de bens, o compartilhamento de produtos e a priorização de empresas comprometidas com a responsabilidade socioambiental.

2.3 Modelos de Negócio Sustentáveis e Economia Circular

A economia circular também influencia a criação de modelos de negócios sustentáveis, que buscam equilibrar lucro, propósito social e preservação ambiental. De acordo com Nosratabadi et al. (2019), esses modelos se baseiam na inovação social, na colaboração com stakeholders e na valorização de recursos antes descartados como resíduos.

De acordo com o SEBRAE (2023), a economia circular pode ser aplicada em negócios locais por meio de estratégias de reaproveitamento, logística reversa e redes de consumo colaborativo.

Organizações que adotam práticas circulares transformam resíduos em insumos e viabilizam a economia solidária, o que é particularmente relevante em comunidades urbanas. Iniciativas como brechós, bazares e pontos de coleta de doações se tornam-se centros de consumo consciente, evitando o descarte precoce e prolongando a vida útil dos produtos.

2.4 O Mercatudo Casas André Luiz

O Mercatudo Casas André Luiz representa um exemplo concreto da aplicação da economia circular e do consumo consciente. A instituição, com unidades espalhadas por São Paulo, mantém bazares solidários onde são comercializados produtos doados pela população, como roupas, calçados, móveis, livros, eletrônicos e utensílios domésticos. Parte significativa dos recursos obtidos com as vendas é revertida para o atendimento de pessoas com deficiência intelectual e física.

Além das ações de arrecadação e comercialização de itens doados, o Mercatudo desenvolveu o *Projeto Consumo Consciente*, que incentiva a doação de roupas, calçados e brinquedos em bom estado por meio de coletores distribuídos em pontos estratégicos. A iniciativa busca prolongar a vida útil dos produtos, reduzir o descarte inadequado e promover a economia circular, ao mesmo tempo em que gera recursos para o atendimento de pessoas com deficiência intelectual e física. Segundo o site institucional, “a forma como vivemos — nossas escolhas e hábitos — impacta diretamente o meio ambiente, seja de forma positiva ou negativa” (MERCATUDO, 2024).

Em Osasco, o Mercatudo atua como um polo de reaproveitamento de bens de consumo, promovendo a redução de resíduos e a geração de valor social. Segundo informações do site institucional (CASAS ANDRÉ LUIZ, 2024), mais de 15 mil itens foram vendidos por mês, evitando o descarte de toneladas de resíduos no meio ambiente.

Além de contribuir para a inclusão social, o projeto reforça valores como solidariedade, responsabilidade ambiental e transformação coletiva por meio do consumo.

2.5 Novas Economias e Sustentabilidade

O conceito tradicional de economia esteve centrado na eficiência, crescimento e competitividade. Em contrapartida, as chamadas novas economias propõem uma abordagem mais dinâmica e abrangente, que enfatiza a inovação constante, a sustentabilidade e a adaptação rápida às necessidades do mercado (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2008). Segundo Sandroni (1999), a economia é a ciência que estuda a atividade produtiva, mas sua aplicação contemporânea exige uma visão mais integrada com os desafios ambientais e sociais. Nesse contexto, o Mercatudo Casas André Luiz representa um exemplo concreto de como os princípios da economia circular podem ser aplicados de forma eficiente, promovendo inclusão social e alinhando-se ao ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis (ONU-BR, 2025).

3. MATERIAL E MÉTODOS

Este trabalho adotou uma abordagem quali-quantitativa, combinando métodos qualitativos e quantitativos para compreender melhor o tema. Conforme Gil (2007), a pesquisa pode ser dividida em bibliográfica e de campo, ambas essenciais para o desenvolvimento da investigação.

A pesquisa bibliográfica, embasou teoricamente o estudo sobre economia circular, consumo sustentável e modelos de negócio solidário (Minayo, 2001; Rodrigues, 2005). Essa etapa preparou a base para a próxima fase.

A pesquisa de campo foi realizada por meio da aplicação de questionários utilizando o Google forms no link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScUlsI8gPddLBy_K-2vgYj9nZlfqxqGFqPfXAMAI6syu-s2TQ/viewform?usp=header estruturado com 15 perguntas sendo 5 sociodemográficas + 10 de percepção sobre o Mercatudo e Consumo Sustentável (Anexo A), efetuada com possíveis consumidores e visitantes da unidade Mercatudo Casas André Luiz em Osasco, incluindo estudantes da Faculdade de Tecnologia de São Paulo (FATEC), que representam um grupo relevante para a análise de percepção sobre consumo consciente e práticas sustentáveis. A coleta de dados ocorreu entre 26 de agosto e 1º de outubro de 2025, totalizando 47 respostas. A análise dos dados foi feita por meio de gráficos e tabelas, com observações interpretativas. O questionário abordou temas como frequência de visita, tipo de produto adquirido, consideração sobre preços, impacto ambiental, inclusão social e reconhecimento da economia circular.

Visando aprofundar o conhecimento das práticas adotadas e seus impactos socioambientais. A escolha do Mercatudo como objeto de estudo foi motivada por sua aderência prática ao ODS 12 da ONU, o que permitiu uma abordagem metodológica alinhada a parâmetros internacionais de responsabilidade socioambiental.

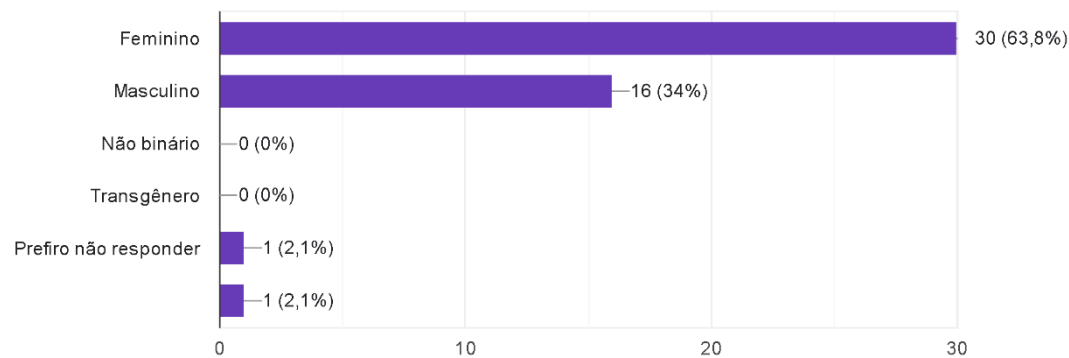
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa contou com 47 participantes, majoritariamente do município de Osasco (46,8%), com predominância de mulheres (63,8%) e faixa etária entre 36 e 50 anos (48,9%). A maioria possui ensino superior completo ou em andamento (57,4%) e está formalmente empregada (53,2%).

Parte 1 – Informações Sociodemográficas

Figura 1 – Gênero dos participantes

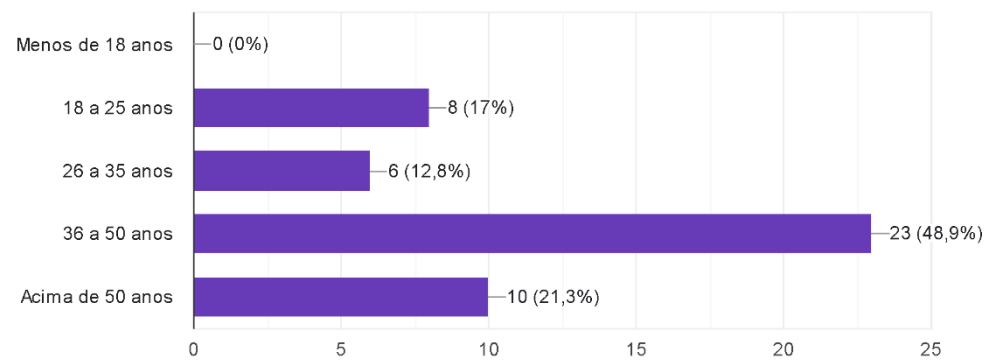
1. Como você se identifica em relação ao seu gênero?
47 respostas



Fonte: Os autores (2025)

Figura 2 – Faixa etária dos participantes

2. Qual sua faixa etária?
47 respostas

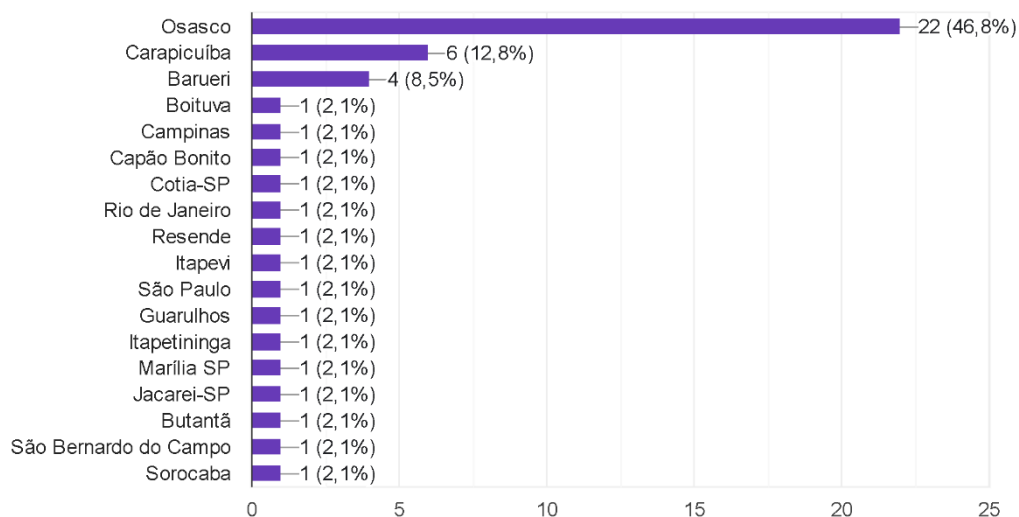


Fonte: Os autores (2025)

Figura 3 – Cidade de residência dos participantes

3. Cidade onde reside:

47 respostas

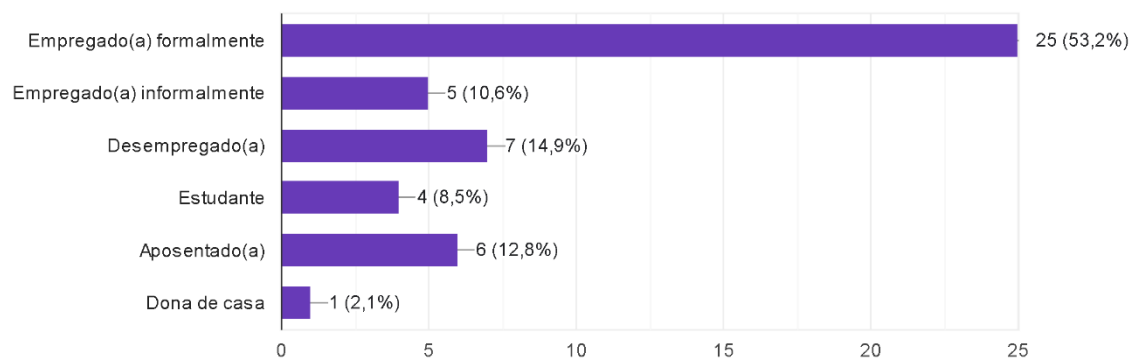


Fonte: Os autores (2025)

Figura 4 – Situação de emprego dos participantes

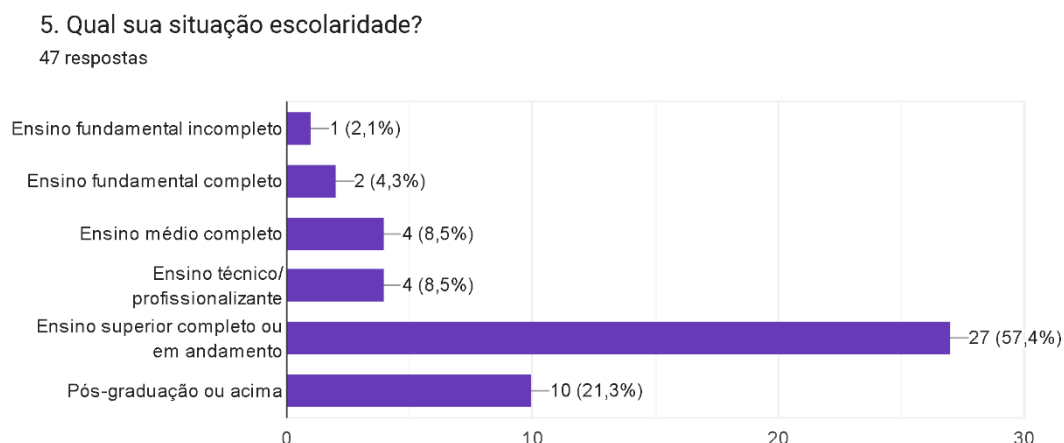
4. Qual sua situação de emprego atual?

47 respostas



Fonte: Os autores (2025)

Figura 5 – Escolaridade dos participantes



Fonte: Os autores (2025)

Os dados indicam que o perfil dos respondentes é composto por mulheres adultas, com escolaridade elevada e inserção significativa no mercado de trabalho, o que sugere um público potencialmente sensível às questões de consumo consciente e sustentabilidade.

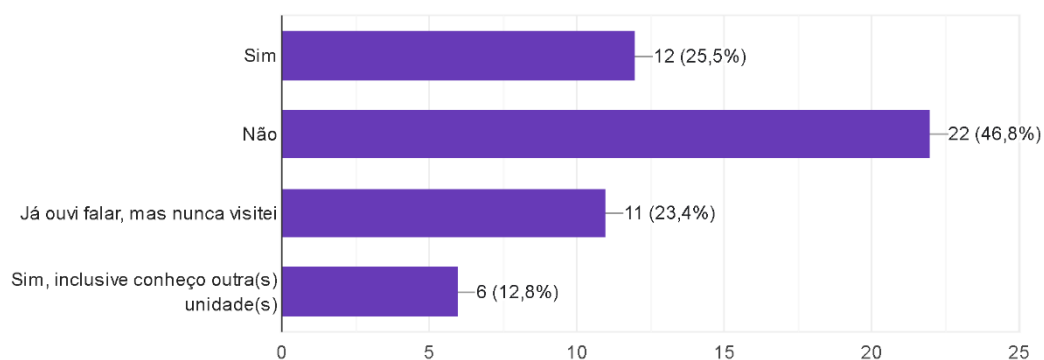
Parte 2 – Percepção sobre o Mercatudo e Consumo Sustentável

A maioria (46,8%) dos participantes não conheciam o Mercatudo e a unidade de Osasco e 74,5% nunca visitaram o bazar. Entre os que já visitaram, os principais motivos foram doar produtos (21,3%) e comprar roupas ou móveis (25,5% e 21,3%, respectivamente). Os preços foram considerados muito acessíveis por 19,1% dos participantes, embora 68,1% não soubessem opinar.

Figura 6 – Conhecimento sobre o Mercatudo unidade Osasco

1. Você conhece o Mercatudo Casas André Luiz unidade Osasco?

47 respostas

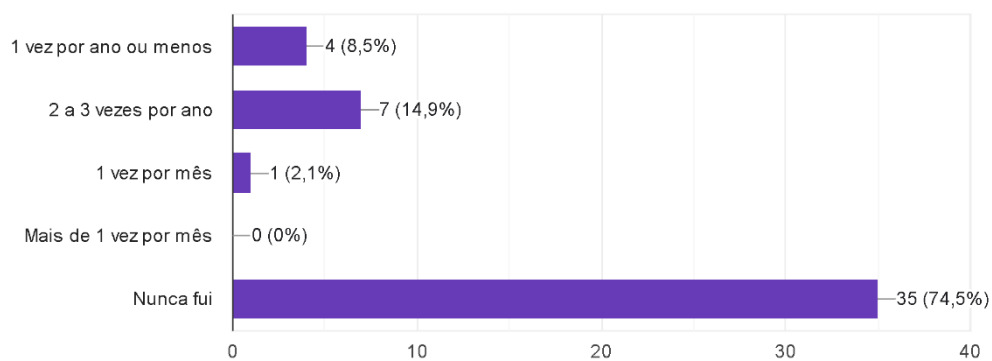


Fonte: Os autores (2025)

Figura 7 – Frequência de visita ao Mercatudo unidade Osasco

2. Com que frequência você visita o Mercatudo?

47 respostas

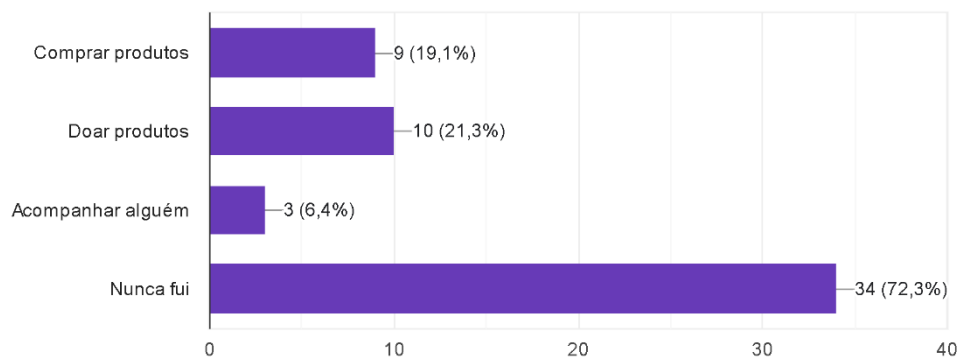


Fonte: Os autores (2025)

Figura 8 – Motivo da visita ao Mercatudo

3. Qual é o principal motivo da sua visita?

47 respostas

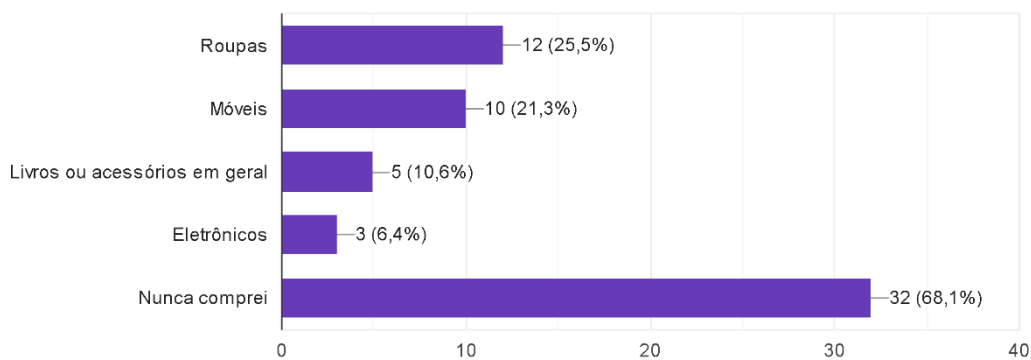


Fonte: Os autores (2025)

Figura 9 – Tipos de produtos adquiridos no Mercatudo

4. Qual tipo de produto você costuma adquirir?

47 respostas

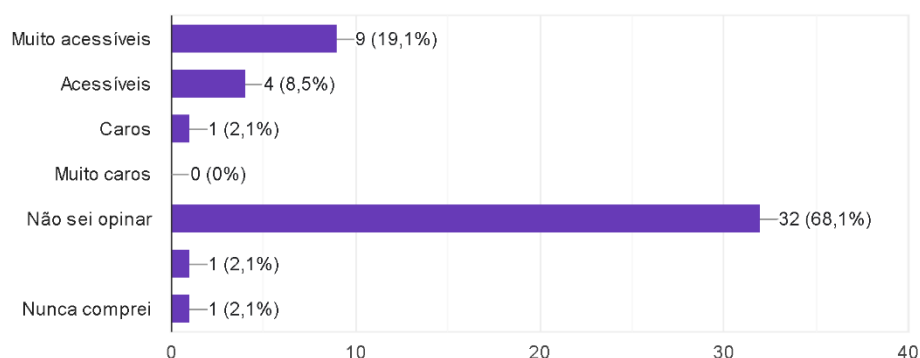


Fonte: Os autores (2025)

Figura 10 – Percepção sobre os preços dos produtos do Mercatudo

5. Você considera os preços dos produtos do Mercatudo:

47 respostas



Fonte: Os autores (2025)

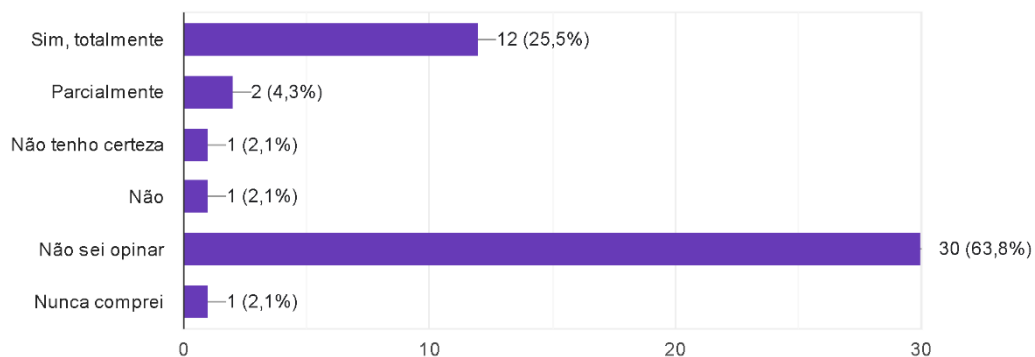
Em relação à sustentabilidade, grande parte dos participantes afirmou sentir que contribuiu para o meio ambiente ao comprar no Mercatudo. Além disso, os consumidores perceberam a instituição como agente de inclusão social. Houve também interesse em campanhas educativas sobre reciclagem e consumo consciente, sugerindo potencial para ampliar o impacto da organização.

Quanto à percepção ambiental, 25,5% acreditam que comprar no Mercatudo contribui totalmente para o meio ambiente, enquanto 63,8% não souberam opinar. Sobre doações, 34% já contribuíram com itens, mas 31,9% desconheciam essa possibilidade. Em relação à inclusão social, 48,9% não têm opinião formada, mas 29,8% reconhecem o impacto positivo da instituição.

Figura 11 – Percepção sobre os preços dos produtos do Mercado

6. Ao comprar no Mercado, você sente que está contribuindo para o meio ambiente?

47 respostas

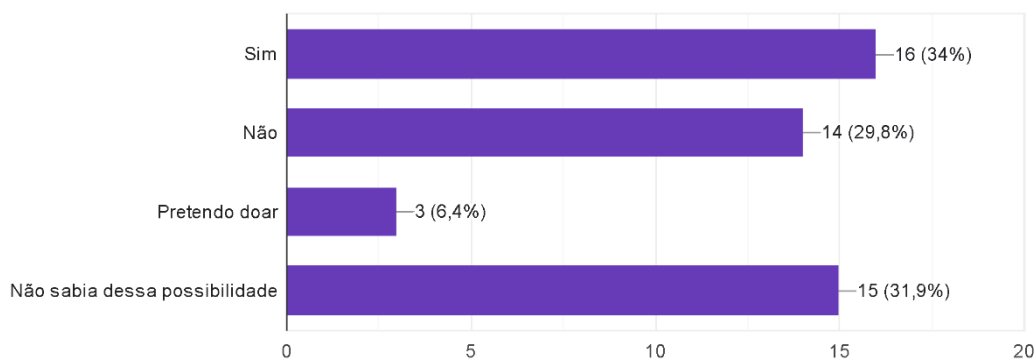


Fonte: Os autores (2025)

Figura 12 – Participação em doações ao Mercado

7. Você já fez alguma doação para o Mercado?

47 respostas

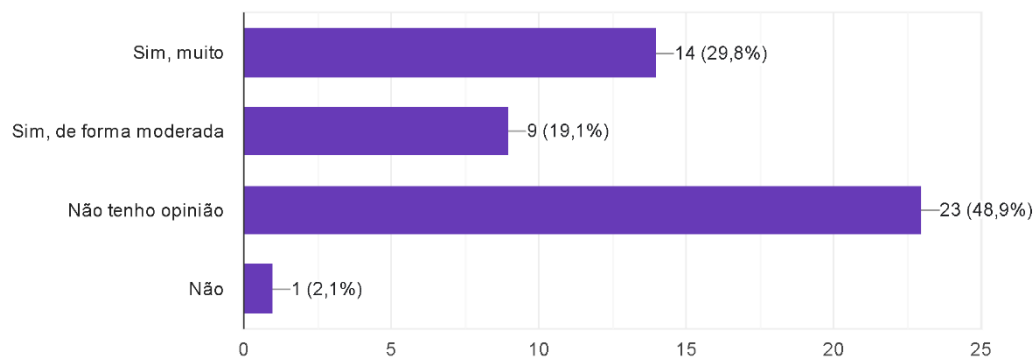


Fonte: Os autores (2025)

Figura 13 – Opinião sobre inclusão social promovida pelo Mercatudo

8. Para você, o Mercatudo ajuda na inclusão social da comunidade?

47 respostas



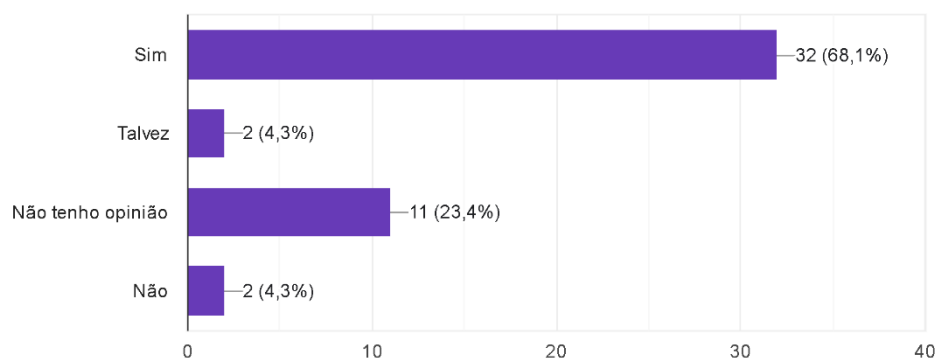
Fonte: Os autores (2025)

Por fim, 68,1% dos participantes demonstraram interesse em campanhas educativas sobre consumo consciente e reciclagem e 40,4% afirmaram que recomendariam o Mercatudo a amigos ou familiares.

Figura 14 – Interesse em campanhas educativas sobre consumo consciente e reciclagem

9. Você gostaria que o Mercatudo realizasse mais campanhas educativas sobre consumo consciente e reciclagem?

47 respostas

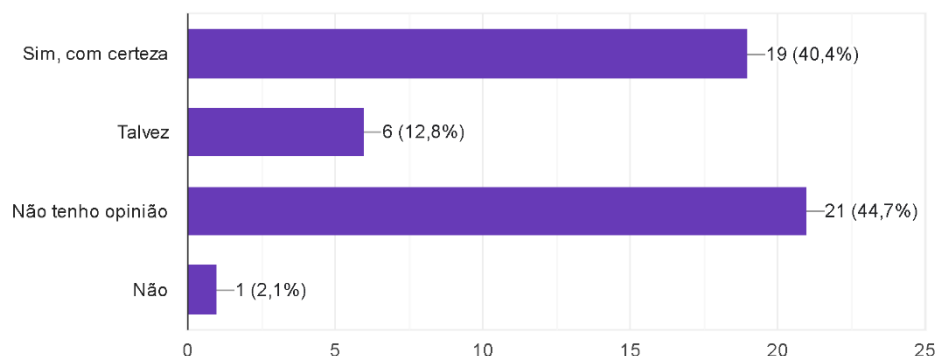


Fonte: Os autores (2025)

Figura 15 – Intenção de recomendação do Mercatudo a amigos ou familiares

10. Você indicaria o Mercatudo para amigos ou familiares?

47 respostas



Fonte: Os autores (2025)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidenciou que o Mercatudo Casas André Luiz desempenha papel relevante na promoção do consumo sustentável e da economia circular em Osasco. Os resultados mostraram que, embora muitos participantes ainda desconheçam a instituição, há percepção positiva quanto ao impacto ambiental e social de suas práticas. Ainda revelou que o Mercatudo contribui para a redução de resíduos por meio da reutilização e reaproveitamento de produtos; para a inclusão social, ao destinar recursos para pessoas com deficiência intelectual e física; e para a conscientização ambiental, ao estimular campanhas educativas sobre reciclagem e consumo consciente.

Porém, apesar dos avanços recentes, identificou-se a necessidade de ampliar a divulgação da instituição e fortalecer ações de educação ambiental, para que mais consumidores reconheçam o valor da economia circular e participem ativamente desse processo.

Conclui-se que o Mercatudo é um exemplo concreto de como organizações do terceiro setor podem alinhar solidariedade, sustentabilidade e economia circular, contribuindo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente o ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

REFERÊNCIAS

- ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. Panorama dos resíduos sólidos no Brasil – 2023. São Paulo: ABRELPE, 2023. Disponível em: <https://www.abrelpe.org.br>. Acesso em: 16 jun. 2025.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R. S. *Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia*. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- CASAS ANDRÉ LUIZ. Mercatudo – bazar solidário. 2024. Disponível em: <https://www.casasandreluiz.org.br/mercatudo>. Acesso em: 28 mai. 2025.
- CRUZ, P. M.; FERRER, G. R. F. Economia circular como alternativa à economia linear. São Paulo: Sustentare, 2024.
- ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. Towards the Circular Economy: Economic and business rationale for an accelerated transition. 2021. Disponível em: <https://ellenmacarthurfoundation.org>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LEONARD, A. A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- MERCATUDO. *Projeto Consumo Consciente*. 2024. Disponível em: <https://mercatudo.org.br/projeto-consumo-consciente/>. Acesso em: 21 jun. 2025.
- MINAYO, M. C. S. (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.
- NOSRATABADI, S. et al. Sustainable business models: a review. Sustainability, v. 11, n. 6, 2019. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/6/1663>. Acesso em: 19 jun. 2025.
- ONU-BR. Organização das Nações Unidas no Brasil. *Objetivo de Desenvolvimento Sustentável – ODS 12*. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/12>. Acesso em: 01 abr. 2025.
- RICHTER, M. F.; MACHADO, A. B. Economia circular e comportamento de consumo sustentável no Brasil. Brasília: Ipea, 2022.
- RODRIGUES, M. G. V. Metodologia da pesquisa: elaboração de projetos, trabalhos acadêmicos e dissertações em ciências militares. 2. ed. Rio de Janeiro: EsAO, 2005.
- SANDRONI, P. *Novíssimo dicionário de economia*. São Paulo: Best Seller, 1999. Disponível em: https://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/magaldi/GEO_ECONOMICA_2019/dicionario-de-economia-sandroni.pdf. Acesso em: 01 abr. 2025.
- SEBRAE. *Como aplicar o conceito de economia circular no seu negócio*. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-aplicar-o-conceito-de-economia-circular-ao-seu-negocio,bd5bd65d2a3a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 01 abr. 2025.

ANEXOS

Anexo A – Questionário Aplicado

Parte 1 – Informações Sociodemográficas

1. Como você se identifica em relação ao seu gênero? ☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Não binário ☐ Transgênero ☐ Prefiro não responder
2. Qual sua faixa etária? ☐ Menos de 18 anos ☐ 18 a 25 ☐ 26 a 35 ☐ 36 a 50 ☐ Acima de 50
3. Cidade onde reside: ☐ Osasco ☐ Carapicuíba ☐ Barueri ☐ São Paulo ☐ Outro
4. Qual sua situação de emprego atual? ☐ Empregado(a) formalmente ☐ Informalmente ☐ Desempregado(a) ☐ Estudante ☐ Aposentado(a)
5. Qual seu nível de escolaridade? ☐ Fundamental incompleto ☐ Fundamental completo ☐ Médio completo ☐ Técnico/profissionalizante ☐ Superior completo/em andamento ☐ Pós-graduação ou acima

Parte 2 – Percepção sobre o Mercado e Consumo Sustentável

1. Você conhece o Mercado Casas André Luiz – unidade Osasco? ☐ Sim ☐ Não ☐ Já ouvi falar, mas nunca visitei ☐ Sim, conheço outras unidades
2. Com que frequência você visita o Mercado? ☐ 1 vez por ano ou menos ☐ 2 a 3 vezes por ano ☐ 1 vez por mês ☐ Mais de 1 vez por mês ☐ Nunca fui
3. Qual é o principal motivo da sua visita? ☐ Comprar produtos ☐ Doar produtos ☐ Acompanhar alguém ☐ Nunca fui
4. Qual tipo de produto você costuma adquirir? ☐ Roupas ☐ Móveis ☐ Livros/acessórios ☐ Eletrônicos ☐ Nunca comprei
5. Você considera os preços dos produtos do Mercado: ☐ Muito acessíveis ☐ Acessíveis ☐ Caros ☐ Muito caros ☐ Não sei opinar
6. Ao comprar no Mercado, você sente que contribui para o meio ambiente? ☐ Sim, totalmente ☐ Parcialmente ☐ Não tenho certeza ☐ Não ☐ Não sei opinar
7. Você já fez alguma doação para o Mercado? ☐ Sim ☐ Não ☐ Pretendo doar ☐ Não sabia dessa possibilidade
8. Para você, o Mercado ajuda na inclusão social da comunidade? ☐ Sim, muito ☐ Sim, de forma moderada ☐ Não tenho opinião ☐ Não
9. Você gostaria que o Mercado realizasse mais campanhas educativas sobre consumo consciente e reciclagem? ☐ Sim ☐ Talvez ☐ Não tenho opinião ☐ Não
10. Você indicaria o Mercado para amigos ou familiares? ☐ Sim, com certeza ☐ Talvez ☐ Não tenho opinião ☐ Não