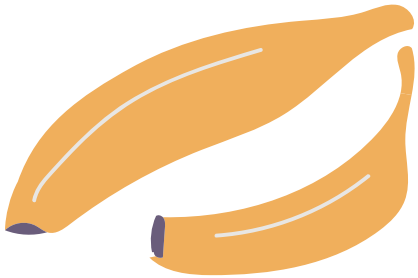
Guião para adaptação espacial dos mercados no âmbito da prevenção à COVID-19 nas áreas urbanas de Moçambique

ONU HABITAT
POR UM FUTURO URBANO MELHOR



Em colaboração com a Força-Tarefa Urbana (Urban Task Force) para Resposta à COVID-19:

EQUIPA DE COORDENAÇÃO

MAEFP | Ministério da Administração Estatal e Função Pública: *Juvenalia Mendiate*
MOPHRH | Ministério das Obras Públicas, Habitação e Recursos Hídricos: *Sofia Santos*
MTA | Ministério de Terra e Ambiente: *Joaquim Langa*
ANAMM | Associação Nacional dos Municípios de Moçambique: *Carlos Mucapera*
INGC | Instituto Nacional de Gestão de Calamidades: *Higino Rodriguez*

DNDA MAEFP DNUH MOPHRH

SECRETARIADO E ASSISTÊNCIA TÉCNICA

ONU-Habitat | COORDENAÇÃO EXECUTIVA: Wild do Rosário
COORDENAÇÃO TÉCNICA: Elena Sentieri, Dinis Dinis
EQUIPA TÉCNICA: Ludovica Sodomaco, Edson Pereira, Marcella Guarneri, Jaires Manjate, Thomaz Ramalho

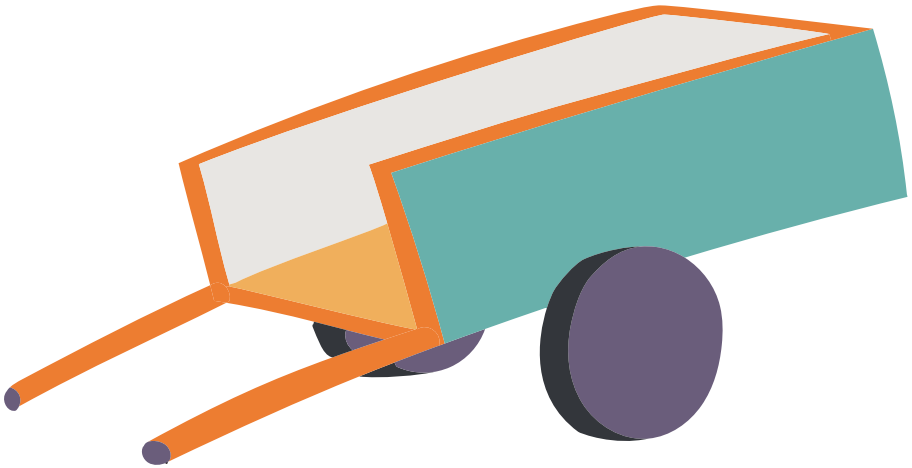
ONU HABITAT
POR UM FUTURO URBANO MELHOR

LAYOUT
Ludovica Sodomaco, Marcella Guarneri

TÍTULO
"Guião para adaptação espacial dos mercados no âmbito da prevenção à COVID-19 nas áreas urbanas de Moçambique" 2020

Índice

1. INTRODUÇÃO 4
1.1. Contexto ... 4
1.2. Objectivo do Manual ... 4
1.3. Abordagem ... 4
1.4. Grupo Alvo ... 4
2. O MERCADO EM MOÇAMBIQUE 5
2.1. Classificação por abastecimento ... 5
2.2. Classificação por tipo de ocupação ... 5
3. PROCEDIMENTO PARA ADAPTAÇÃO DO MERCADO 7
3.1. 1ª Fase: Levantamento da situação actual do mercado ... 7
3.2. 2ª Fase: Descongestionamento do mercado ... 10
3.2.1. Rotação de vendedores ... 10
3.2.2. Relocação de vendedores em excesso ... 10
3.3. 3ª Fase: Avaliação da resposta mais adequada e Tipologia de Intervenção ... 10
3.3.1. Intervenção Básica ... 11
3.3.2. Intervenção Moderada ... 11
3.3.3. Intervenção Profunda ... 14
4. PRÁTICAS DE GESTÃO 16
4.1. Gestão ampla ... 16
4.1.1. Comité do mercado ... 16
4.2. Sensibilização e conscientização ampla ... 18
5. RECOMANDAÇÕES E ASPECTOS TÉCNICOS RELEVANTES 19
6. ANEXOS 20
6.1. Formulário de levantamento da situação actual do mercado 20
6.2. Formulário para checagem ... 22
6.3. Composição do Comité do Mercado ... 24



RECOMENDAÇÕES PARA UMA ADAPTAÇÃO E REORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO FÍSICO E DE GESTÃO DOS MERCADOS ÀS MEDIDAS DE PREVENÇÃO À COVID-19, COM O OBJECTIVO DE MELHORAR A PLANIFICAÇÃO E O NÍVEL HIGIÊNICO SANITÁRIO A MÉDIO E LONGO PRAZO

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contexto

Com vista a reduzir o impacto da pandemia COVID-19 no território moçambicano, os maiores centros urbanos de Moçambique estão a adoptar medidas de prevenção e resposta a médio e longo prazo. Os espaços públicos e equipamentos urbanos de maior aglomeração, como os mercados e demais comércios considerados essenciais, são ambientes prioritários para adaptação, tendo em vista o potencial de contágio comunitário nestes locais e a sua importância socioeconómica para as populações mais vulneráveis.

Os inqueritos Sero-epidemiológicos realizados em algumas cidades Moçambicanas mostraram que os mercados constituem locais de potencial transmissão da COVID-19, devido ao elevado fluxo de pessoas, a alta densidade, a deficiência no saneamento e acesso à água potável, e a deficiência na recolha de resíduos sólidos.

Neste contexto a Task Force Urbana para resposta ao COVID-19 nas áreas urbanas, uma plataforma coordenada pelo Governo de Moçambique (MAEFP, MOPHRH, MTA, ANAMM, INGC), secretariado do UN-Habitat e participação dos Municípios de Moçambique e parceiros nacionais e internacionais, elaborou este manual com o objectivo de fornecer assistência técnica para orientar a transformação eficaz dos mercados para prevenção da COVID-19 nas áreas urbanas.

1.2. Objectivo do Manual

Este manual foi concebido com o objectivo de fornecer aos governos locais das áreas urbanas de Moçambique orientações para adaptação e transformação espacial dos mercados, estabelecendo um processo baseado no princípio participativo em que o vendedor é o centro da transformação, por meio de parâmetros técnicos com base em boas práticas internacionais e nacionais para não disseminação da COVID-19 nos espaços e equipamentos urbanos.

1.3. Abordagem

O guião foi elaborado de modo a ser um 'documento aberto', flexível a integrações, melhorias e novas práticas para responder a fase de emergência da pandemia COVID-19 mas também para incorporar e estender a utilização do documento para a fase seguinte com foco na recuperação resiliente e soluções sustentáveis no contexto pós-pandemia.

O processo de elaboração do manual inclui a integração e participação de técnicos municipais, comissão de vendedores dos mercados e organizações que trabalham nesta vertente com o município, por forma a colher subsídios suficientes que possam contribuir para a sustentabilidade do processo de transformação dos mercados urbanos.

1.4. Grupo Alvo

O grupo alvo do manual são as equipas técnicas dos Municípios de Moçambique e eventuais parceiros de cooperação interessados em transformar os mercados das áreas urbanas do ponto de vista espacial e que precisam de orientações técnicas para o efeito. O manual ainda estabelece um processo baseado no princípio participativo em que o vendedor é o centro da transformação espacial.

2. O MERCADO EM MOÇAMBIQUE

Para melhor percepção e adaptação dos mercados é necessário o levantamento da situação atual existente para avaliação das possíveis soluções e melhores adaptações ao contexto local e os recursos disponíveis.

2.1. Classificação por Abastecimento

Analisando a dinâmica de funcionamento e níveis de vulnerabilidade dos mercados, existem critérios relevantes para a reogranização espacial que categorizam e classificam os mercados nas áreas urbanas em Moçambique. A primeira das classificações a ser considerada é a avaliação da proveniência e destino dos produtos comercializados, bem como a origem de vendedores e compradores, podendo, assim, haver mercados que pela sua natureza ocupam um nível de centralidade diferente dos restantes, tendo em conta o território das cidades.

Esse critério ou argumento, faz-nos propor diferentes níveis para a categorização de mercados tendo em conta a abrangência do seu abastecimento:

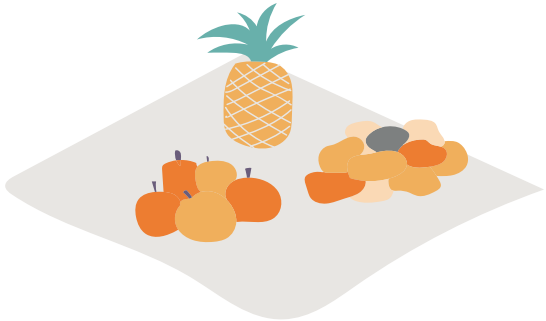
- Nível 1 - macro: encontram-se nesse nível os mercados grossistas, que são considerados os principais ao nível das cidades e devidamente planeados pelas autoridades municipais, como exemplo: Zimpeto em Maputo e Waresta em Nampula. Normalmente esses mercados recebem produtos provenientes de locais de produção ou de fornecimento primário.
- Nível 2 - intermédio: encontram-se nesse nível os mercados retalhistas intermédios que fazem uma ligação entre os grossistas de nível 1 e os de abastecimento final (nível 3), embora também frequentados periodicamente por muitos consumidores finais. Exemplo: mercado da Malanga, Janet na cidade de Maputo.
- Nível 3 - local: o nível dos mercados de bairro, que são localizados para servir a comunidade mais próxima de si. Exemplo: mercado de Macúti de Beira.

2.2. Classificação por tipo de ocupação

Além da classificação por abastecimento, um segundo critério de classificação dos mercados em Moçambique é o tipo de ocupação, segundo o qual podemos ter:

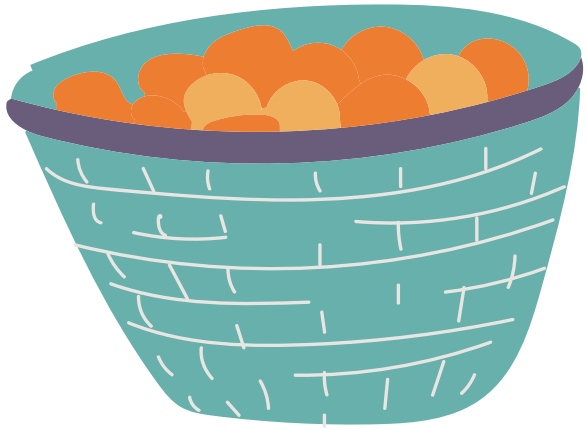
- Os **mercados formais**, que são organizados, iniciados e completamente tutelados pelo município, sendo que a gestão do mercado é do município ou em coordenação activa com este, têm bancas e mesas fixas de mercado e outras infra-estruturas de apoio como lojas de serviços, caixas electrónicas, casas de banhos públicos e outros.

- Os **mercados informais**, que se situam em locais improvisados ou fora dos mercados oficiais, tendo surgido por iniciativa de vendedores e dinâmicas urbanas, não sendo originalmente promovidos pelas autoridades municipais. Nessa classificação podemos também encontrar o comércio informal de rua, muitas vezes feito pelos vendedores ambulantes e outros que se fixam nos passeios das principais avenidas das grandes cidades, localizando-se preferencialmente próximo a áreas movimentadas, como nos terminais de transportes semicolectivos promovidos pelas autoridades municipais.



Embora esses dois critérios ajudem a definir parcialmente a tipologia de mercados em áreas urbanas, existem também os mercados de utilidades especiais, que podem ser as feiras e outros de venda de produtos específicos. Estes podem ocorrer periodicamente, ocasionalmente ou até serem permanentes. Exemplos: feira de artesanato e mercado de peixe.

Mesmo que essa classificação tenha base em critérios seleccionados, cada município tem autonomia de regular as actividades nos seus espaços e edifícios públicos e adaptam ou definem a melhor classificação que se adequa ao contexto local e a situação existente.



3. PROCEDIMENTO PARA ADAPTAÇÃO DO MERCADO

Este capítulo tem como base a viabilização de medidas de prevenção à transmissão da COVID-19 e enquadramento e avaliação das melhores soluções e respostas para adaptação dos mercados.

As medidas propostas de adaptação podem-se distinguir em três níveis:

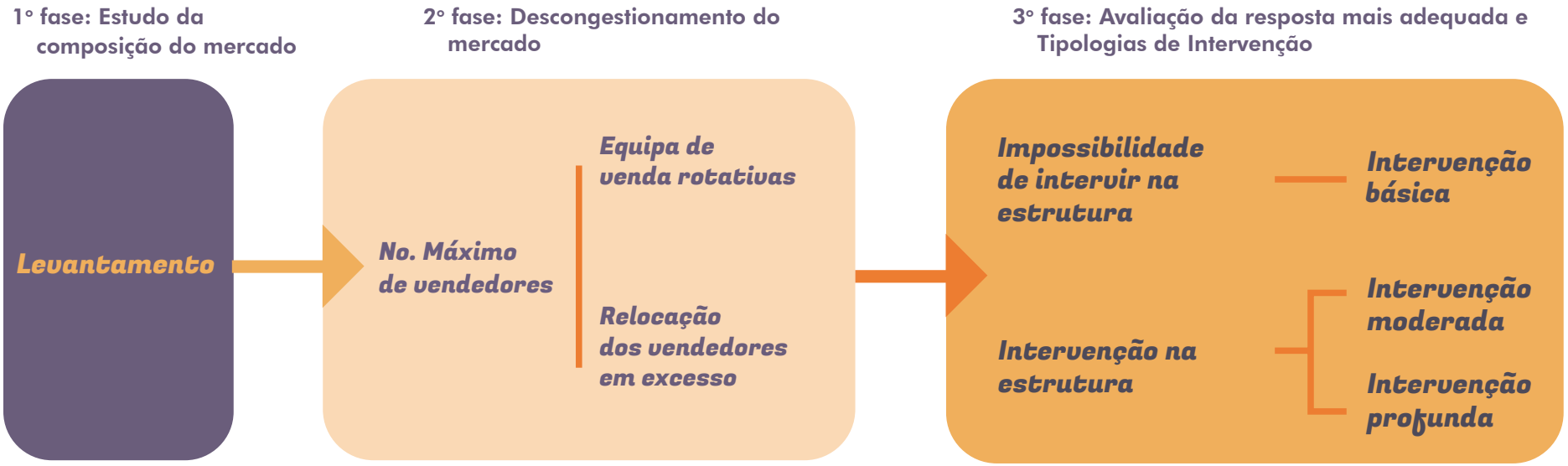
1. **Intervenção básica**: reorganização do trabalho
2. **Intervenção moderada**: adaptação da estrutura existente
3. **Intervenção profunda**: redistribuição espacial

Independente de qual seja o tipo de intervenção, o primeiro passo a fazer é o levantamento e análises para sustentar a tomada de decisões e intervenção mais adequada.

3.1. 1° Fase: Levantamento da situação actual do mercado

As actividades a serem realizadas para a execução do levantamento são:

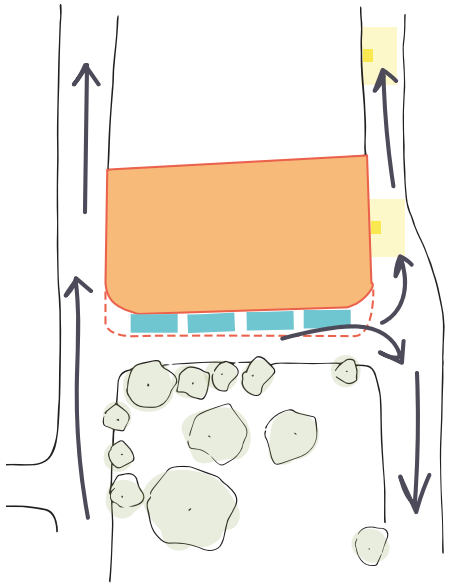
- Levantamento fotográfico
- Entrevistas com chefe e comités do mercado
- Entrevistas aos trabalhadores e clientes
- Auto-avaliação/Entrevistas com a administração local para melhor percepção da situação e eventuais actividades em curso ou planeadas e os maiores desafios enfrentados anteriormente e actualmente em relação a pandemia da COVID-19
- Preenchimento do formulário de levantamento da situação actual (Ver anexo)



1. Levantamento das vias de acesso ao mercado

É extremamente importante ter um levantamento detalhado do entorno e proximidades do Mercado. Mapear as vias de acessos e sentidos das vias é o primeiro passo para verificar a melhor abordagem e qual a viabilidade de intervenções nesta região.

Planta das vias principais de acesso, estacionamentos e paragens de transporte



Nesta fase é necessário mapear:

1. Vias de acesso
2. Sentidos das vias
3. Paragens de transporte público - esta área pode gerar uma maior aglomeração de pessoas.
4. Estacionamento e demais áreas disponíveis para extensão das atividades do mercado

Circulação estradas

Mercado

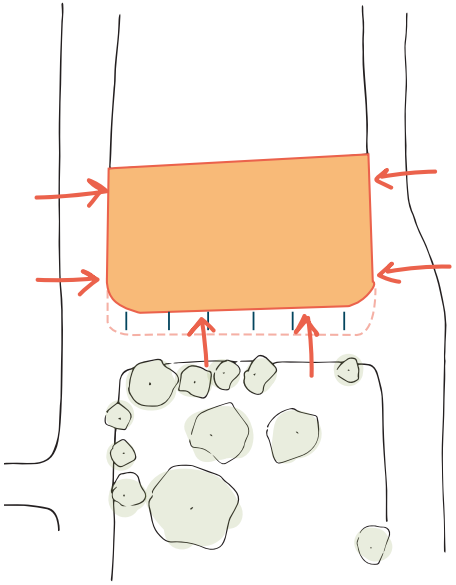
Paragem de Transporte

Vagas de estacionamento

2. Acessos ao interior do mercado

Os acessos e saídas do mercado são áreas em que devem ser realizados controlo de número de pessoas e medição de temperatura além de ter pontos de lavagens das mãos, dentre outros controlos. Limitar o número de acesso é fundamental para diminuir o número de pessoas dedicadas a estas funções.

Planta de acessos ao mercado



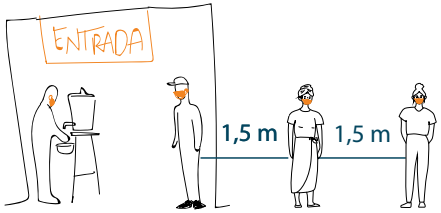
No caso de mercados informais, este controlo pode ser mais difícil de realizar. Soluções temporárias como reorganizar as bancadas para limitar os acessos podem ser medidas de curto e médio prazo.

Áreas identificadas como extensões do mercado pode ser utilizadas para a organização das filas.

Acessos

Mercado

Sinalização no chão 1,5m



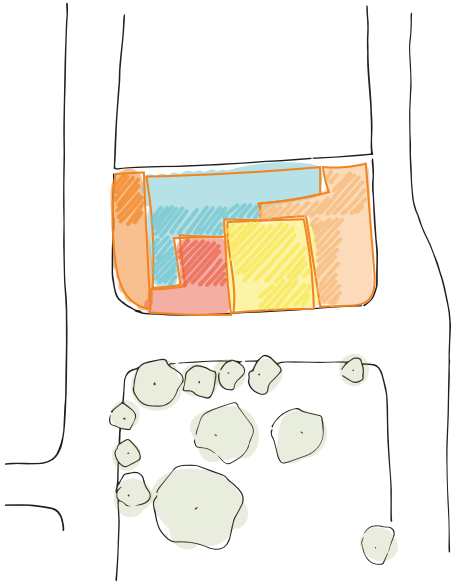
3. Sectorização do Mercado

Para facilitar a reorganização espacial do mercado, é importante o levantamento da sectorização dos produtos vendidos. Uma correcta sectorização pode tornar a distribuição de produtos mais fácil, considerando que as zonas de carga e descarga podem ser as mesmas.

Os consumidores também podem ir a uma única área do mercado de acordo com o produto que irão comprar, diminuindo o fluxo de pessoas e minimizando a disseminação do vírus.

Além disso, deve ser mapeado áreas cobertas e descobertas, espaços vazios e fechados, etc.

Planta dos sectores de venda e dos serviços higiênicos



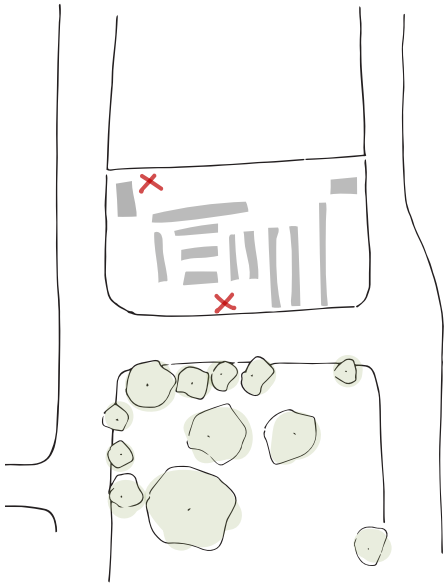
- Zona de Venda de bebida alcoolica
- Arrumos e pequenos armazens
- Zona de preparação de refeições
- Zona de venda de ortícolas
- Zona de venda e consumo de bebida alcoolica
- Zonas cobertas

4. Equipamentos e recursos

Juntamente com a sectorização, os equipamentos fixos e móveis devem ser mapeados para serem considerados no projecto de reorganização espacial.

É importante também serem mapeados pontos de água, casas de banho, lavatórios e demais equipamentos que podem interferir na nova sectorização.

Planta dos equipamentos fixos e dos pontos de água



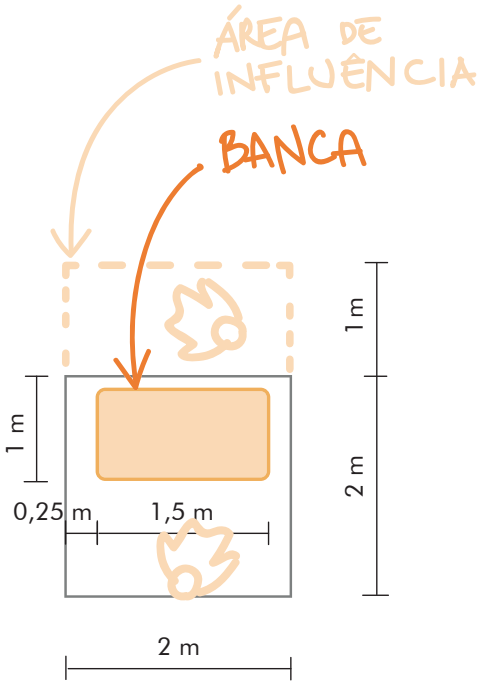
- Equipamentos permanentes
- Pontos de água

3.2. 2° Fase: Descongestionamento do mercado

Depois da fase de levantamento, temos a fase de avaliação da resposta mais adequada, que inclui a indicação do cálculo do número máximo de vendedores no mercado. Com base nas condições do mercado e nos recursos disponíveis será possível identificar a possibilidade de se avançar para uma intervenção básica, moderada ou profunda.

O número máximo de vendedores pode ser verificado e calculado através da seguinte equação:

$$\text{nº. max. de vendedores} = \frac{\text{área total do mercado}}{\text{área do vendendor } (4m^2) + \text{área de influência vendedor } (2m^2)}$$



A área de influência refere-se a área dedicada ao cliente, considerando que os corredores e filas das bancas são cerca de 2 m de largura.

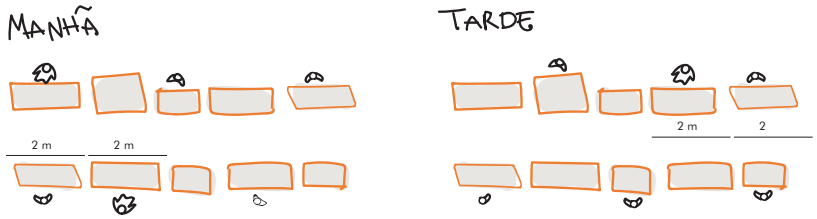
Importante salientar que este cálculo é estimado e pode ser adaptável ao contexto local de cada mercado. Ainda pode-se considerar um rácio equilibrado para a área total do mercado.

O tipo de intervenção se baseia na possibilidade de poder reorganizar a funcionalidade do mercado em menos espaço possível.

No caso que o número dos vendedores tenha que ser reduzido, existem duas diferentes opções:

3.2.1. Avaliação com base nos vendedores - Rotação de vendedores

A implementação da rotação de vendedores é a solução para reduzir o número de utentes do mercado em determinado horário ou dias. Caso esta solução não seja possível, por causa da falta de recursos e sob o aspecto socio-económico, deverá se intervir na mudança da composição do mercado.



3.2.2. Avaliaçãoo com base na tipologia do mercado - Relocação de vendedores em excesso

Pode ser realizada a relocação de vendedores em excesso, com o objectivo de respeitar os parâmetros de prevenção a COVID-19 e não implementação de turnos de vendedores. Para concretização dessa intervenção pode-se:

a) utilizar pavilhões e demais espaços públicos sem uso nas proximidades do mercado

b) abrir novos mercados

3.3. 3° Fase: Avaliação da resposta mais adequada e Tipologia de Intervenção

As possíveis intervenções podem variar de acordo com a capacidade de adaptação e situação actual de cada mercado. As intervenções serão apresentadas e classificadas em mercados informais e formais para melhor percepção e enquadramento dos mercados.

3.3.1. Intervenção básica

Para quem?

Muitos mercados não tem recursos suficiente ou apresentam características e estão inseridos em contextos que não são aptos a serem adaptados aos padrões mínimos conforme à resposta a COVID-19. Em caso onde **não é possível avançar com uma intervenção na estrutura do mercado**, pode-se optar para uma intervenção básica e é fundamental que se realize um plano de reorganização de espaços de forma a garantir o distanciamento social de 1,5-2 metros entre as pessoas.

Como Intervir?

- Organização da equipa de venda.
- Manter o mobiliário essencial (uma cadeira e uma mesa para cada vendedor, caso possível implementar uma barreira entre vendedor e consumidor permitindo apenas um espaço para entrega do produto).
- Em espaços de grande circulação, organizar os fluxos, gerando fluxos de duplo sentido para peões, reduzindo o contacto entre as pessoas.
- Disponibilizar, nas proximidades da entrada dos estabelecimentos, instalações de lavagem das mãos ou produtos desinfectantes.
- Fazer demarcações no chão para facilitar o distanciamento social adequado em especial em áreas de espera e de filas.
- Sempre que possível, fazer a compra dos produtos pelo telefone/ internet e somente vir aos estabelecimentos para buscar as compras (serviço take-away) e o sistema pague e leve (drive thru).

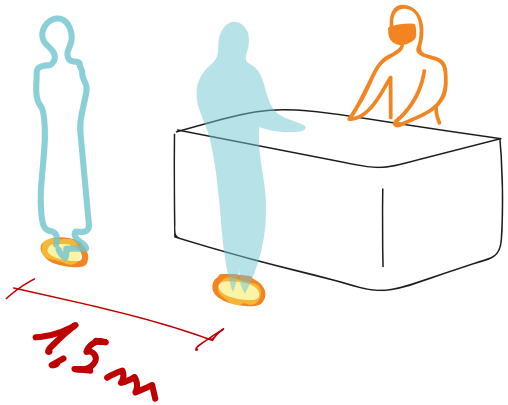
3.3.2. Intervenção Moderada

Para quem?

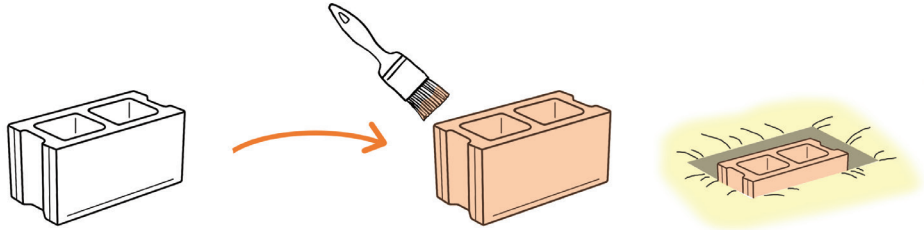
A intervenção moderada se realiza quando tem possibilidade de intervir na estrutura do mercado e é dedicada para os mercados formais.

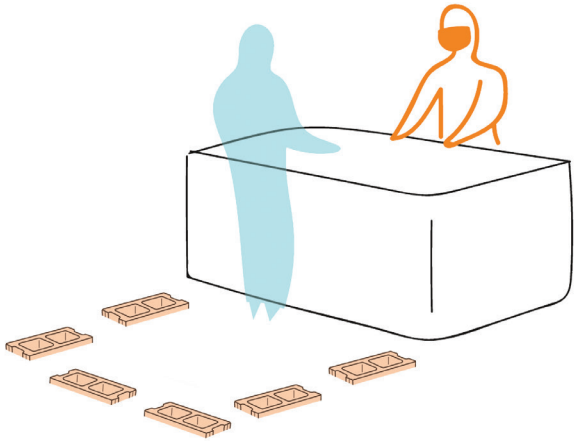
Como os mercados formais são caracterizados por uma estrutura consolidada, podemos assumir que as intervenções em relação a distribuição do espaço vão ser mais limitadas e pontuais em comparação com a intervenção profunda.

Em casos onde o pavimento é feito de betão, pode-se demarcar o solo com pintura para garantir o distancaimento social entre clientes;



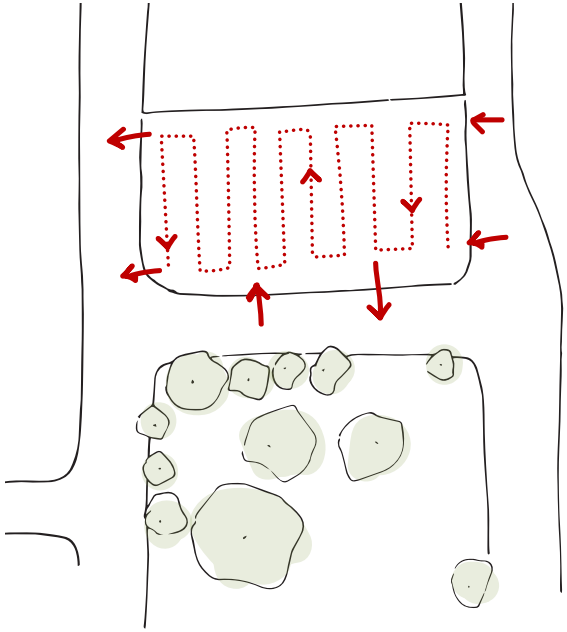
Em casos onde o pavimento é feito com terra batida, aonde temos a impossibilidade de demarcar o solo com pintura, uma solução alternativa é a colocação de blocos pintados no pavimento ou a colocação de estacas.





I. Definir e reduzir os acessos e saídas

Como os acessos são fixos, será necessário a definição de quais são entradas e quais saídas que devem permanecer para que o fluxo do mercado seja em sentido único em toda sua extensão.



Accessos e saidas com estação de lavagem das mãos

Circulação geral / Sentido do fluxo

II. Definir fluxos de circulação

É necessário que os fluxos dentro dos mercados sejam definidos, gerando preferencialmente um fluxo único de peões para evitar que as pessoas se cruzem e estejam em contacto.

O fluxo único facilita a viabilização do distanciamento social em áreas onde não é possível aumentar a largura das circulações.

III. Definir as áreas de cargas e descargas de produtos, as áreas de saída e depósito de lixo

Se não existem áreas dedicadas para esses usos, devem ser identificadas de maneira que seja facilitado o tráfego e evite deitar o lixo em lugares impróprios, facilitando sua colecta.

- Não deve ficar perto dos acessos
- Deve ser um local de fácil e livre acesso para recolha do lixo
- Possibilitar a separação entre o lixo húmido (resíduos vegetais e animais) e o lixo seco
- A área deve ter no mínimo um contentor de lixo para resíduos húmidos e um para resíduos secos ou áreas cercadas com um muro; em caso de uma localização num tecido urbano denso, assegurar uma recolha diária dos resíduos.
- Definir e identificar um único contentor no qual será deitado lixo contaminado, bem como máscaras, luvas e demais objectos que podem estar contaminados com o vírus.

IV. Definir as áreas de compras para cada tipologia de produto

É importante que, por questões de higiene, os bens de origem animal, vegetal, química, dentre outros sejam separados. Se possível dar acesso à água aos sectores de venda de bens alimentares (ter em conta os serviços existentes e se podem ser reabilitados).

No caso de mercados que possuem áreas de restauração ou bancadas para a preparação de comida:

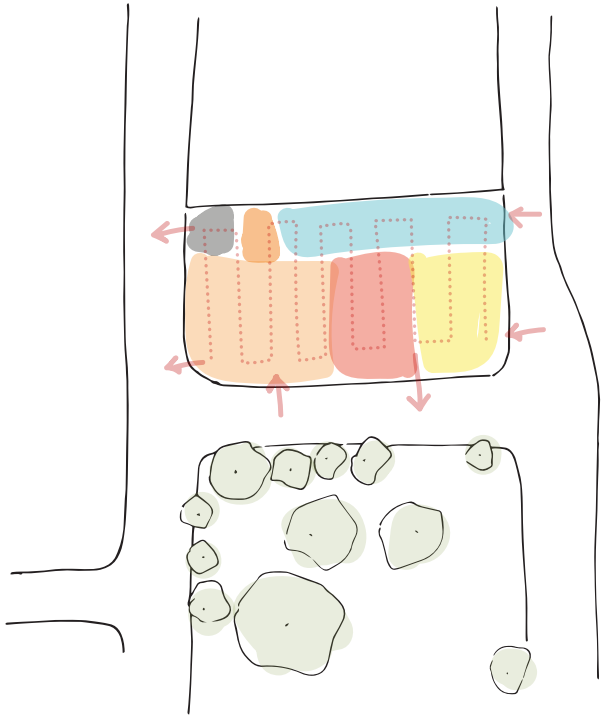
- Garantir um acesso independente a área
- Um sistema de acesso de água potável
- Um sistema de colecta de águas negras

- Só o serviço Take Away deve ser consentido: as bancas que servem comida e que habilitam os consumidores de permanecer do local devem ser tiradas.

V. Separação do espaço de venda e de circulação

Uma vez que as áreas de venda dos produtos são separadas, precisa-se de reorganizar o espaço: em caso que as bancas são fixas, deve ser repartido o espaço de cada vendedor de maneira que cada um tenha disponíveis cerca de 1,5/2 metros de largura da banca.

Planta dos fluxos de circulação geral e da sectorialização de áreas de venda



Acessos e saidas com estação de lavagem das mãos

Circulação geral

Serviços Higiênicos

Arrumos e pequenos armazens

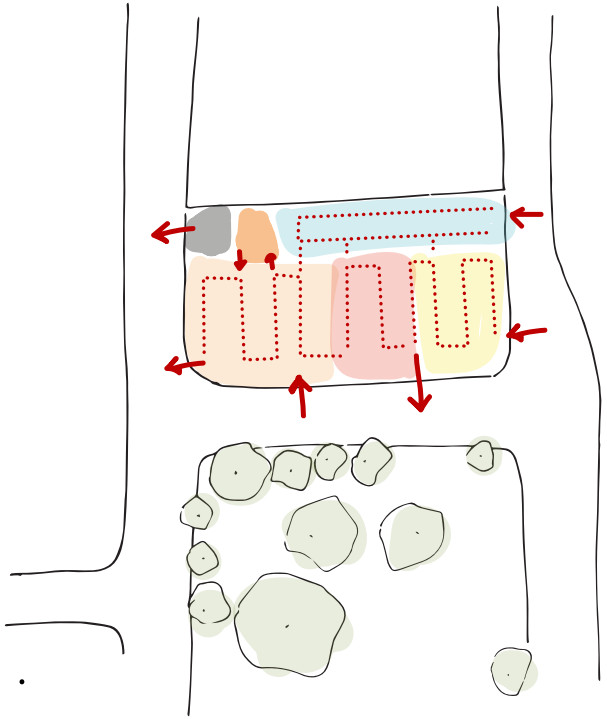
Zona de preparação de refeições

Zona de venda de ortícolas

Zona de venda e consumo de bebida alcoolic

Zona deposito de lixo

Planta dos fluxos definidos de acordo com as áreas de venda de forma em que cada zona tenha uma entrada e uma saída



Accessos e saidas com estação de lavagem das maõs

Circulação adaptada ao projecto

3.3.3. Intervenção Profunda

Para quem?

A intervenção profunda se adopta quando tem a possibilidade de intervir na estrutura do mercado e quando trata-se de um mercado informal.

Como os mercados informais são caracterizados por uma estrutura não consolidada, pode-se considerar que as intervenções em relação a distribuição do espaço vão ser mais flexiveis, com maior viabilidade de alterações estruturais e de maior impacto já que normalmente se situam em locais improvisados.

Como Intervir?

I. Definir e reduzir os acessos e as saídas

Os mercados informais não têm acessos definidos: a primeira acção, com base no levantamento (tendo em conta o fluxo das pessoas e a relação com o entorno), é a definição de um número limitado de acessos e saídas. O perímetro tem que ser cercado. Em casos em que não seja possível a limitação de acessos e saídas, deve-se organizar uma equipa de segurança e controlo dos acesso.

Além disso, para os mercados que possuem o perímetro cercado, os acessos de entrada e saída devem ser fisicamente separados para que o fluxo do mercado seja em sentido único em toda sua extensão.

II. Definir fluxos de circulação

É necessário que os fluxos dentro dos mercados sejam definidos, gerando preferencialmente um fluxo único de peões para evitar que as pessoas se cruzem e estejam em contacto.

O fluxo único facilita a viabilização do distanciamento social em áreas em que não é possível aumentar a largura das circulações.

III. Definir as áreas de cargas e descargas de produtos e as áreas de saída e depósito de lixo

A definição desses lugares facilita o tráfego e a gestão do lixo, facilitando a sua colecta.

- Não deve ficar perto dos acessos
- Deve ser um local de fácil e livre acesso para recolha do lixo
- Possibilitar a separação entre o lixo húmido (resíduos vegetais e animais) e o lixo seco
- A área deve ter no mínimo um contentor de lixo para resíduos húmidos e um para resíduos secos ou áreas cercadas com um muro

IV. Divisão do espaço de venda e de circulação

Uma vez em que as áreas de venda dos bens são separadas, é necessário a reorganização do espaço: deve ser gerado áreas onde é viável o distanciamento entre as bancas de 1,5/2 metros; se a intenção é de misturar uma área comercial com um espaço público, o passeio deve ser de pelo menos 5 metros de largura.

Nesta fase tem de se definir os recursos para cada área:

- Água potável e recolha de águas negras
- Electricidade e Luz – Regras de Instalação

V. Definir as áreas de compras para cada tipo de produto

É importante que para manter a higiene no local, os bens de origem animal, vegetal, química e outros sejam separados. Se possível, ter acesso à água nos sectores de venda de bens alimentares.

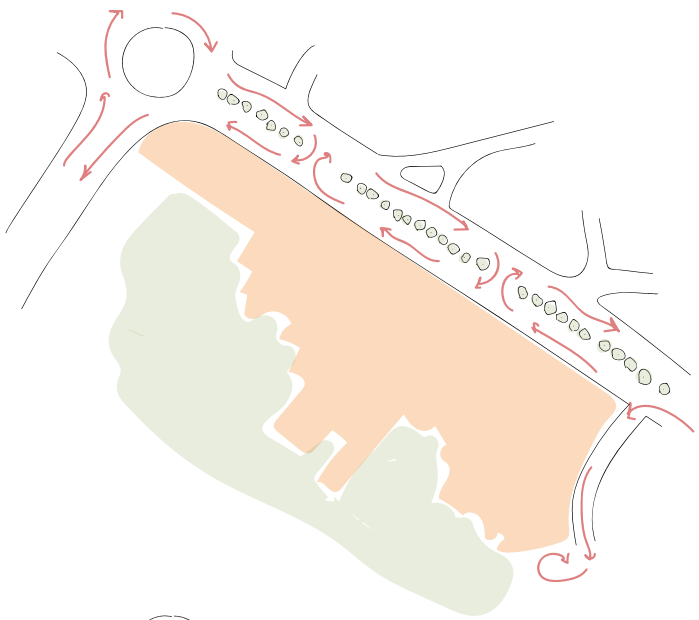
No caso de mercados que possuem áreas de restauração ou bancadas para a preparação de comida:

- Garantir um acesso independente a área
- Um sistema de acesso de água potável
- Um sistema de colecta de águas negras
- Só o serviço Take Away deve ser consentido: as bancas que servem comida e que habilitam os consumidores de permanecer do local devem ser tiradas.

Esquemas de metodologia de levantamento e aplicação de uma intervenção em um mercado informal - Intervenção profunda:

1) Levantamento das vias de acesso principais e secundárias; 2) Levantamento dos acessos ao mercado; 3) Projecto: entradas e saídas, circulações, pontos de recolha do lixo e cargas e descargas;

1

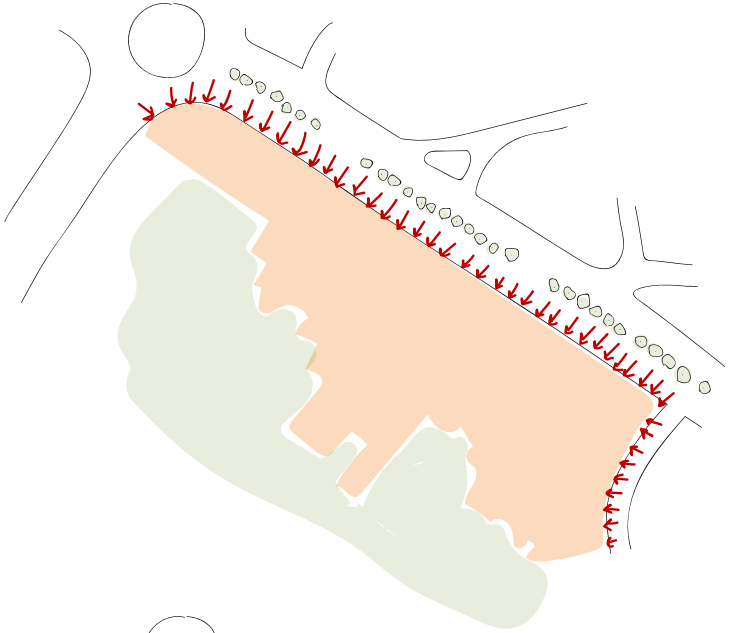


Circulação estradas

Mercado

Area livre

2



Circulação estradas

Mercado

Area livre

3

Circulação estradas

Acessos deposito lixo/ descarga de mercadoria

Vedação

Mercado

Área livre

Zona deposito de lixo

Zona descarga de mercadoria

4

Acessos e saidas com estação de lavagem das maõs

Circulação geral

Roupas e sapatos

Ferragens

Sapatos, roupas e diversos

Roupas e Alfaiates

Diversos

Sanitários

>>>>>>> Os trabalhadores dos mercados devem iniciar as medidas de protecção o quanto antes em seus estabelecimentos, até mesmo em comunidades e cidades em que o contágio da COVID-19 não está alta. Tais medidas podem gerar perda de horas de trabalho bem como diminuir a produtividade dos trabalhadores dos mercados mas a longo prazo faz com que o comércio continue funcionando, fornece maior segurança para todos e evita que o vírus contamine mais pessoas nestas áreas.

4. PRÁTICAS DE GESTÃO

Para uma correcta aplicação das medidas, algumas acções prévias devem ser implementadas para a melhor organização e distribuição das tarefas a serem realizadas. Com base nisso, as pessoas, conforme suas responsabilidades, devem participar activamente na melhoria da segurança sanitária nos ambientes comerciais.

Os responsáveis por um correcto comportamento nos mercados consoante as recomendações a seguir estão em 2 níveis:

- Externo: os fiscais e demais responsáveis pelos estabelecimentos – Controle Administrativo
- Interno: os trabalhadores do mercado e os utilizadores – Controle Individual

Medidas de baixo custo e poucos recursos podem colaborar para a prevenção da contaminação de lugares e estabelecimentos essenciais. Mercados e comércios locais são áreas de grandes aglomerações que devem ser adaptadas de maneira eficiente para protecção de seus utentes, vendedores, funcionários e demais encarregados de actividades ligadas ao abastecimento e funcionamento destes locais.

Uma boa estrutura de comité do mercado pode facilitar e viabilizar a implementação das medidas de gestão da COVID-19 ao nível administrativo. As demais recomendações especificas relacionadas a Desinfecção e Limpeza, Higiene Pessoal e Distanciamento social foram definidas pelo MISAU.

4.1. Gestão ampla

4.1.1. Comité do mercado

Cada mercado deveria ter uma estrutura de controle e gestão consolidada, que podem responder às exigências de vendedores e dos clientes no que diz respeito às medidas de segurança higiênico-sanitária e das pessoas.

Por isso, deverá ser criado um comité do mercado, caso já não exista um, composto por diversos actores relevantes que devem atender a tarefas específicas relacionadas ao combate da COVID-19. Isto será feito com o apoio e a aprovação dos municípios e dos parceiros envolvidos na resposta da pandemia da COVID-19.

Liderado por um representante, o comité deverá ser formado para responder às medidas da COVID-19 e também às medidas gerais de boas prácticas higiênicas e comportamentais. Aproveitando-se do contexto, pode-se reforçar uma estrutura existente ou criá-la para ser a base de melhoria da vida colectiva nos lugares públicos.

No contexto da COVID-19 o comité será composto por um Chefe e por o responsável pela segurança, o responsável pela higiene, o responsável pelo pessoal e o responsável pela comunicação.

O comité deverá:

- Criar uma lista de todos os vendedores e respectivos endereços de morada. Idealmente, em casos de mercados fechados, dever-se-á também criar uma lista simples com nome e contacto telefónico de todos os usuários do mercado para envio de SMS em caso de contaminação e casos confirmados. Esta lista poderá ser feita concomitantemente ao procedimento de higienização e de medição de temperatura na entrada do mercado;
- Exigir o respeito de protocolos de alternância de vendedores no mercado;
- Exigir o respeito das medidas de higiêne e segurança;
- Atender e gerir os instrumentos essenciais para lavagem/ higienização das mãos, termómetro, etc;
- Conscientizar os utentes, funcionários e público em geral em relação às regras do mercado (através de cartazes e outros meios);
- Garantir que os colaboradores e funcionários essenciais sejam protegidos e informados sobre as medidas obrigatórias dentro dos estabelecimentos;
- Desenvolver um plano de limpeza e higienização das instalações com todos os funcionários e colaboradores para que todos estejam cientes a cooperem com a segurança sanitária do estabelecimento;
- Organizar um sistema de registo de limpeza com identificação de responsáveis e frequência da higienização com horários estabelecidos;
- Definir o número máximo de utentes do mercado;
- Designar os responsáveis do controle dos fluxos de entrada e saída de clientes e vendedores dos mercados: o acesso deve ser fisicamente separado do fluxo de saída, onde será feita a medição de temperatura, higienização das mãos e a listagem dos utentes – este fluxo deverá o máximo possível linear e evitar aglomerações no interior e no exterior dos mercados, possibilitando o respeito dos distanciamento s de 1,5 metros entre as pessoas.

Manter o ambiente de trabalho sempre limpo e higienizado

Superfícies e objectos que pessoas estão em contacto devem ser desinfectados regularmente.

A limpeza deve ser sempre de cima para baixo, das áreas mais limpas para as mais sujas.

Em áreas de restauração, esta limpeza deve ser mais frequente e ser realizada sempre após a saída de cada clientes. Os puxadores de portas e demais superfícies de contactos frequentes devem ser limpos a cada uma hora.

4.2. Sensibilização e conscientização ampla

É fundamental a sensibilização e formação do pessoal envolvido no espaço comercial ao nível da administração, mas também ao nível dos trabalhadores e clientes:

- Sensibilização ampla de funcionários, clientes e colaboradores para o cumprimento das medidas de higiene, etiqueta respiratória, lavagem das mãos e demais medidas importantes para conter a disseminação da COVID-19.
- É importante que os funcionários responsáveis pela higienização estejam cientes e familiarizados com os produtos bem como o manuseio, diluição e aplicação em condições corretas, além de manter uma boa ventilação do ambiente.
- Manter sempre em um local visível e de fácil acesso os produtos de higienização pessoal como água e sabão e/ou álcool gel e demais soluções de limpeza.
- Manter sempre os clientes e vendedores informados e sensibilizados sobre as medidas a serem tomadas para prevenção da COVID-19 através de mensagens difundidas com sistema de som (megafone ou gravação) ou materiais visuais de comunicação (cartazes, banners, dístricos etc.)

Mensagens-chaves e demais materiais de comunicação e divulgação de medidas importantes serão disponibilizadas na página do facebook do ONU-Habitat: https://www.facebook.com/unhabitatmocambique e do MISAU: https://covid19.ins.gov.mz

5. Recomendações e aspectos técnicos relevantes

6 Recomendações resultaram do processo de elaboração do Guião e das análises e avaliações feitas com os diferentes actores relevantes e municípios de Moçambique:

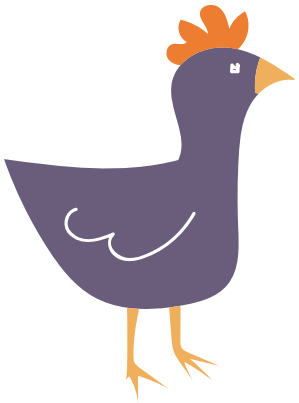
1. **Estabelecer um processo de reorganização e transformação baseado num processo participativo em que o vendedor é o centro da transformação.**

2. **Efectuar mapeamento de todos os mercados do Municipio, Vila ou Distrito.**

   - Classificar os mercados segundo critérios de vulnerabilidade;
   - Facilitar rede de comunicação entre os diferentes mercados para partilha de conhecimento e experiencias;

3. **Planear o mercado com vista na prevenção, mitigação e adaptação:**

   - Realizar sectorização do mercado localizando as bancas de venda conforme as especificidades;
   - Estabelecer um numero de máximo de 3 a 4 entradas conforme a capacidade do mercado;
   - Localizar pontos de higienização em locais estratégicos como por exemplo nas entradas, em alguns corredores etc;
   - Planificar fluxos dentro do mercado que evita a aglomeração e contacto entre pessoas.



4. **Fortalecer a estrutura de liderança, coordenação e comunicação nos mercados e com o Municipio:**

   - Estabelecer equipa de gestão e coordenação do mercado;
   - Estabelecer uma equipa de vigilancia, monitoria e ficalização do cumprimento das medidas nos mercados;

5. **A estruturação física deve obedecer o mínimo aceitável e recomendável para a prevenção de doenças, especificamente a COVID-19:**

   - As bancas em módulos mínimos de 1.5x1.0m.
   - Os corredores de grande fluxo de pessoas devem ter dimensões suficientes para circulação em dois sentidos, mas caso a dimensão for menor ou igual a 2m devem ser de sentido único.
   - Fazer demarcações no chão para facilitar o distanciamento físico adequado de 1.5 a 2m entre os utentes, tendo especial atenção para zonas de espera e filas.
   - As entradas principais do mercado devem ter dimensões suficientes para permitir saídas em casos de emergências.

6. **Potenciar a comunicação e disseminação das medidas de prevenção de doenças nos mercados:**

   - Fixação de paineis com conteúdos de sensibilização em locais estratégicos do mercado como nas entradas, zona de sanitários etc.
   - Realizar reuniões periódicas para discutir melhorias e reforço das estratégias adoptadas.

6. ANEXOS

6.1. Formulário de levantamento da situação atual do Mercado

Localização do Mercado:	Formal		Informal	
Área total do mercado (m2):	No. De trabalhadores do mercado:			
Chefe do comité do mercado: NOME_____ CONTACTO _____				
Composição do comité do mercado: NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____ NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____ NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____ NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____ NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____ NOME_____ CARREGA _____ CONTACTO _____				
Horário de funcionamento: Horário de funcionamento adaptado a COVID-19:	Recaita diária (MZM):			
Estratégia COVID: Parceiros envolvidos:				
Quais são as ruas que dão acesso ao mercado?				
Quantos acesso tem o mercado	Acesso dos clientes:		Acesso dos trabalhadores:	
	Acesso de mercadorias:		Outros acessos:	
Tipo de mercadorias comercializadas no mercado e frequência de distribuição neste mercado				
1. _____. 2. _____. 3. _____. 4. _____. 5. _____. 6. _____. 7. _____.	8. _____. 9._____. 10. _____. 11. _____. 12._____. 13. _____. 14._____.		15. _____. 16. _____. 17. _____. 18. _____. 19. _____. 20. _____. 21. _____.	
Quantos pontos de água tem o mercado:		Quantas casas de banho tem o mercado:		Quantas áreas de lavagem/ cozinha tem o mercado
Horário de distribuição de água:				
Gestão de água negra:	Fossa		Conecxão a rede	
	Balde		Outros	
Área de depósito do lixo		No. De depósitos de lixo seco		No. De depósitos de lixo húmido

6.1. Formulário de levantamento da situação atual do Mercado

Desenhar planta considerando a situação atual:
Incluir acessos, pontos de água e casas de banho, depósito de lixos, equipamentos permanentes e áreas cobertas e descobertas:

indicar o norte com uma seta

1 Horticolas

2 _____

Lixeira

Serviços sanitários

1 Àrea de mercadoria

Accesso pedões

Accesso descarega (camião, carros..)

Portão (accesso fechavel)

6. ANEXOS

6.2. Formulário para checagem

Controlo de Intervenções (Mensal/ Semanal) - Medidas de prevenção ao COVID-19			
No. De Vendedores permitido:		No. Total de pessoas no mercado	
Responsável pelo controlo do número máximo de vendedores e pessoas			
Controlo realizado dia:			
Mesas e Cadeiras estão reorganizadas conforme orientado pelo Guião			
Barreira de proteção entre vendedores e consumidores			
Responsável pelo controlo do número máximo de vendedores e pessoas			
Controlo realizado dia:			
Verificar se a demarcação no chão do distanciamento social ainda está visível			
Responsável pelo controle das marcações no chão			
Controlo realizado dia:			
Verificar se o fluxo de circulação está adequado			
Verificar se as pessoas estão cumprindo o fluxo de circulação			
Responsável pelo controlo e cumprimento dos fluxos de circulação pelas pessoas			
Controlo realizado dia:			
Verificar como estão sendo realizadas as filas para entrada no mercado			
Verificar se existe congestionamento para o acesso ao mercado			
Responsável pela verificação:			
Controlo realizado dia:			
No. De pontos de lavagem e higienização das mãos necessários:		No. De pontos de lavagem e higienização das mãos funcionando:	
Responsável pelo controlo da lavagem das mãos:			
Controlo realizado dia:			
No. De pontos de colecta de lixo húmido e seco		No. De depósitos de lixo húmido e seco:	
Responsável pelo controlo e gestão do lixo:			
Controlo realizado dia:			
No. De acessos e pontos de distribuição de mercadorias:	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.		
Responsável pelo controlo da lavagem das mãos:			
Controlo realizado dia:			

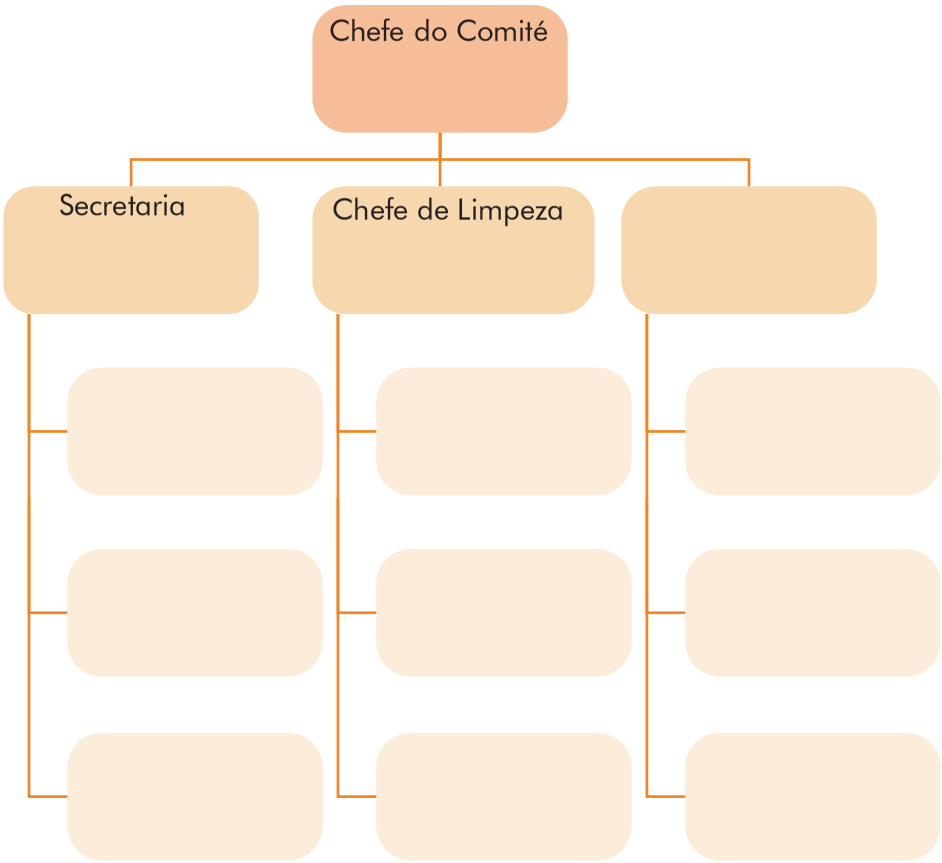
6.2. Formulário para checagem

Controlo diário – Medidas de prevenção ao COVID-19		
Data: / /	No. De funcionários trabalhando no mercado	
	Período da manhã:	Período da tarde:
Responsável pelo controlo de acesso ao mercado		
Responsável pelo controlo de temperatura nos acessos Nome		Identificação do acesso

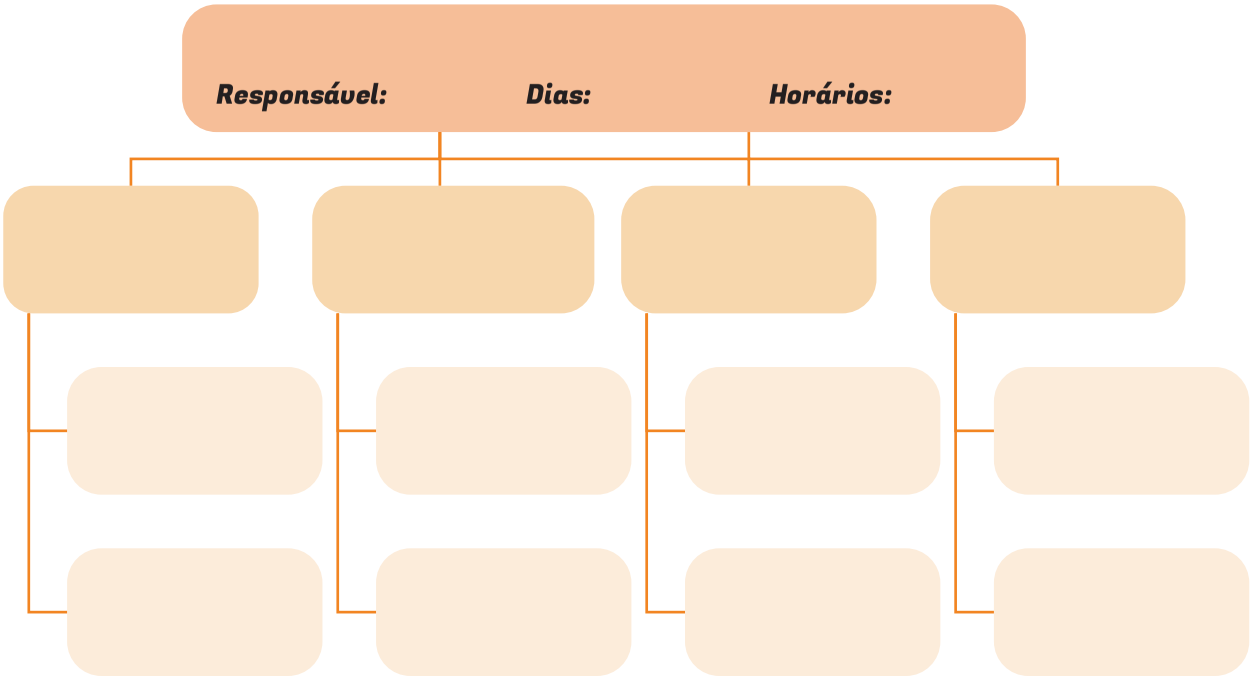
No. Mínimo de higienização das áreas de casas de banho:	
Responsável pelo controlo da higienização da casa de banho:	
Nome do responsável e funcionário que fez a limpeza	Horário da limpeza
No. Mínimo de higienização das áreas de vendas:	
Responsável pelo controlo da higienização das áreas de vendas:	
No. Mínimo de higienização das áreas de distribuição de produtos:	
Responsável pelo controlo da higienização de distribuição de produtos:	

6. ANEXOS

6.3. Composição do Comité do Mercado



Incluir nome completo e telefone para contato



ONU HA
POR UM FUTURO URBA

ONU HABITAT

POR UM FUTURO URBANO MELHOR