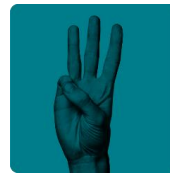
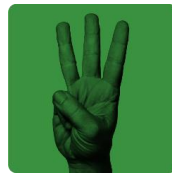




# Estudo de Mercado de Saneamento/San Mark- Boane

WaterAid Moçambique



# CONTEÚDOS DE APRESENTAÇÃO



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit

- ❖ **CONTEXTUALIZAÇÃO**
- ❖ **METODOLOGIA**
- ❖ **PRINCIPAIS RESULTADOS**
- ❖ **HISTÓRIAS DE SUCESSO**
- ❖ **LIÇÕES APRENDIDAS**
- ❖ **CONCLUSÕES**
- ❖ **RECOMENDAÇÕES**



# CONTEXTUALIZAÇÃO



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit



O San mark a nível do Distrito de Boane foi introduzido no âmbito do projecto BHP. ***“Transformando Vidas através do Acesso à água Potável, Saneamento e Promoção de Higiene”***

***Período: 2014 -2019***

## ***Objectivo do Projecto:***

- ❖ Aumentar o acesso e uso eficaz de serviços de ASH melhorados, equitativos e sustentáveis;
- ❖ Melhorar a capacidade dos “governantes locais” de planificar, regulamentar, monitorar e de gerir serviços de ASH;
- ❖ Apoiar os provedores locais de serviços (equipas de implementação) no aumento do fornecimento de serviços de ASH equitativos, inclusivos e sustentáveis

# CONTEXTUALIZAÇÃO



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit

**Foi no contexto de implementação de San Mark em Boane que WaterAid encomendou um estudo com o objectivo de:**

- ❖ Rever e documentar o processo e os resultados do trabalho da WAMoz no mercado de saneamento, resumizando as decisões e ações tomadas, descrevendo os sucessos, desafios e recomendações;
- ❖ Analisar profundamente os contornos da implementação da abordagem de mercado de saneamento em Boane com especial enfoque a introdução da tecnologia SaTo Pan.





# METODOLOGIA

## Abordagem Metodológica



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit

- ❖ Foram combinados dois métodos (qualitativos e quantitativos) para a documentação dos resultados alcançado e lições aprendidas do projecto.
- ❖ A abordagem metodológica foi estruturada em 3 fases:
  - Preparação;
  - Recolha de dados
  - Elaboração do relatório.

## Amostra do estudo

- ❖ Entrevistadas 275 famílias (138 grupo-alvo e 137 grupos não-alvo) em 11 comunidades
- ❖ Facilitados 14 encontros com Grupos focais

# PRINCIPAIS RESULTADOS



Water Drop

## Resultados dos estudo:



Tap



Hygiene



Toilet Sit

- ❖ O Estudo constatou que houve uma melhoria significativa no saneamento nas comunidades beneficiárias;
- ❖ Dados indicam que 98,6% dos inquiridos (um total de 275 famílias entrevistadas dentro de 11 comunidades beneficiárias do projecto) têm acesso à uma melhor latrina em comparação com o período anterior ao projecto, onde 27,6% tinham acesso a latrinas melhoradas, 18,1% não tinham latrinas e 54,3% tinham latrinas feitas de material local;
- ❖ Dos 98,6% das famílias com latrinas melhoradas, 79,7% usam o tipo de latrinas SatoPan;
- ❖ Os dados indicam ainda que 67,4% dos inquiridos consideraram o SatoPan acessível em termos de preço da sua montagem, contra 32,6% que consideraram o modelo inacessível.

## PRINCIPAIS RESULTADOS



Water Drop

❖ Estes dados podem indicar que a introdução deste modelo pode ter sido uma alternativa bem-sucedida em termos de acessibilidade;



Tap

❖ A preferência pelo modelo do SatoPan também está associada ao facto de não atrair moscas e baratas, porque este se fecha automaticamente após colocar água, evitando também que haja mau cheiro;



Hygiene

❖ COVID-19, inviabilizou as campanhas de sensibilização visto que, com a pandemia, reduziu-se o trabalho de saneamento, ou seja, as campanhas de sensibilização, relações sociais e contacto directo com o grupo-alvo e as partes interessadas, reduziu;



Toilet Sit

❖ Não foi possível realizar uma avaliação ao nível das famílias para promover os serviços de empréstimos disponibilizados pelo Banco My Bucks, uma vez que os funcionários do Banco não podiam visitar as famílias devido a COVID 19.

# HISTÓRIAS DE SUCESSO



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit

❖ O Bairro Filipe Samuel Magaia teve muito sucesso na implementação do mercado de saneamento .... activista (transformada em artesã) trabalhou em campanhas de sensibilização. Convenceu o grupo-alvo de que uma família sem latrina era uma ameaça para os seus vizinhos, porque poderia propagar doenças para a vizinhança. Ela pediu que todas as famílias que tinham um vizinho sem latrina reportassem, e ela continuou a sensibilizar aqueles sem latrinas até que quase todos os residentes do Bairro (FSM) construísem uma latrina

❖ Um dos artesão melhorou as suas condições de vida, agora melhorou e aumentou o tamanho da sua casa e comprou uma moto. O artesão é também um contacto preferencial para um projecto de mercado de saneamento implementado pela PAMODZI (uma ONG nacional) e Comunidade Moçambicana de Ajuda (CMA).



# LIÇÕES APRENDIDAS



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit



❖ A colaboração da WaterAid com artesãos com entusiasmo, paixão e espírito positivo em relação ao saneamento e a negócios, foi fundamental para a continuidade de alguns artesãos no trabalho de mercado de saneamento mesmo depois do projecto ter terminado;

❖ Na planificação e implementação da Abordagem do Mercado de Saneamento é necessária uma avaliação da capacidade e da vontade dos beneficiários de pagar pelos serviços de saneamento. No caso do projecto em estudo a adesão do grupo-alvo ao mercado de saneamento foi limitada pela falta de recursos financeiros por parte do grupo-alvo.

# LIÇÕES APRENDIDAS



Water Drop



Tap



Hygiene



Toilet Sit

❖ A identificação de mensagens de sensibilização adequada é crucial para a adoção de uma determinada tecnologia. O exemplo do Bairro (FSM) resultou em beneficiários com latrinas melhoradas a reportarem as famílias sem latrinas e a sensibilizarem-nas para terem latrinas.

❖ Sem saber, as latrinas que a WaterAid construiu para as famílias mais vulneráveis tornaram-se publicidade no saneamento promovido nos bairros uma vez que os residentes tendem a contruir latrinas similares às construídas pela WA.

❖ A introdução de um produto inovador e atrativo, como o SaTo pan, aumenta a vontade de aderir ao saneamento, uma vez que para além de ser prestigiante, presta um serviço adequado.



# CONCLUSÕES



Water Drop

- A abordagem de Mercado de saneamento foi bem-sucedida, uma vez que a capacidade técnica fornecida aos artesãos, promotores e activistas foi suficiente para garantir a adopção da abordagem de mercado de saneamento para além do período de vigência do projecto da WaterAid.



Tap

- O facto de os artesãos terem abraçado o Mercado de Saneamento como o principal negócio, é e será a garantia da continuação da abordagem nos bairros onde os artesãos operam;



Hygiene

- A parceria entre a WaterAid e o Banco My Bucks não funcionou como se esperava, principalmente devido a COVID-19. Além disso, o potencial grupo-alvo mostrou reservas em contrair empréstimos para investir em saneamento, principalmente devido às suas capacidades financeiras limitadas.



Toilet Sit

# RECOMENDAÇÕES



Water Drop

- ❖ Considerando que a abordagem foi bem-sucedida, a mesma pode ser expandida e/ou implementada em outros lugares, usando os artesãos treinados pela WaterAid para apoiar ou iniciar a implementação da abordagem noutras áreas,



Tap

- ❖ Tendo em conta que os SaTo Pan em uso foram oferecidos à WaterAid (gratuitamente), recomenda-se que sejam identificados fornecedores alternativos do SaTo pan e que seja feita uma avaliação da capacidade e vontade das pessoas em pagar o SaTo pan (ao preço do mercado) nas comunidades onde poderão ser implementados futuros projectos semelhantes.



Hygiene

- ❖ Na introdução da tecnologia SaTo Pan, recomenda-se a disponibilização de água nas comunidades beneficiárias para permitir sua fácil operacionalização e cumprimento das medidas de higiene.



Toilet Sit

- ❖ Recomenda-se que os modelos tradicionais e locais de concessão de empréstimos/poupanças, como grupos de poupança e "xitique", sejam incentivados a financiar o saneamento.



OBRIGADO

