

SEGUNDA EDIÇÃO



MANUAL CITYFOOD DOS MERCADOS PARA CIDADES SAUDÁVEIS E RESILIENTES

EM PARCERIA COM



FINANCIADO POR



Este documento é um produto do projeto “Strengthening Local Fresh Food Markets for Healthier Food Environments within Planetary Boundaries”.

SOBRE O PROJETO

Este projeto é financiado pelo Ministério Federal para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (BMZ) e apoiado pela Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Como parte do Programa Global de Transformação dos Sistemas Alimentares da GIZ, o projeto — coordenado pelo Programa CityFood do ICLEI — visa aproveitar o potencial dos mercados de alimentos para promover dietas mais saudáveis e diversificadas, ao mesmo tempo em que melhora os ambientes alimentares urbanos. Para obter mais informações, acesse: cityfood-program.org

SOBRE O ICLEI - GOVERNOS LOCAIS PELA SUSTENTABILIDADE E CITYFOOD

O ICLEI é uma rede global de mais de 2.500 governos locais e regionais comprometidos com o desenvolvimento urbano sustentável. Desde 2013, seu Programa CityFood (ICLEI CityFood) aproveita o poder transformador dos alimentos para construir resiliência. O Programa CityFood acelera ações locais e regionais para sistemas alimentares sustentáveis, promovendo a colaboração entre os escritórios regionais do ICLEI e os principais parceiros globais e regionais.

SOBRE O PROGRAMA GLOBAL DE TRANSFORMAÇÃO DOS SISTEMAS ALIMENTARES

Encomendado pelo Ministério Federal Alemão para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, o programa fortalece Iniciativas Transformadoras locais, nacionais e globais que moldam sistemas alimentares para dietas mais saudáveis dentro dos limites do planeta. Com uma abordagem sistêmica e baseada em parcerias, ele se concentra na governança, na construção de visões, no desenvolvimento de soluções e na ampla mobilização política e social para melhorar os sistemas alimentares.

AUTORES PRINCIPAIS

ICLEI CityFood

Balance Phala
Arielle Bindi
Angèle Tasse
Jiwon Lee
Selina Emmanuel
Peter Defranceschi

COAUTORES

Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)*

Ann Trevenen-Jones
Madeline Greenwood

World Farmers Markets Coalition (WFMC)

Richard McCarthy

REVISORES

Barbara Billocci
Selorm Akaba
Francis Mpiana
Mathews Tsirizeni
Amanda Maria Edmonds

EDITORA

Barbara Riedemann, *Secretariado Mundial do ICLEI*

DESIGN GRÁFICO

Agustina De Lellis
Olga Tokareva, *Secretariado Mundial do ICLEI*

ILUSTRAÇÕES E IMAGENS DE SUPORTE

Seleção de fotografias, referenciadas e utilizadas com permissão de GAIN
Unsplash.com
Shutterstock.com

DIREITOS AUTORAIS

© 2025 ICLEI - Governos Locais pela Sustentabilidade e.V. Todos os direitos reservados. O Secretariado Mundial do ICLEI detém os direitos autorais desta publicação, incluindo texto, análises, logotipos e designs de layout. Os pedidos de reprodução ou citação parcial ou total do material devem ser enviados para cityfood@iclei.org. O ICLEI incentiva o uso e a disseminação deste manual, e a permissão para reproduzir este material sem modificações geralmente será concedida sem custos para uso não comercial.

CITAÇÃO

A publicação deve ser citada como: ICLEI - Governos Locais pela Sustentabilidade (2025). Manual CityFood dos Mercados para Cidades Saudáveis E Resilientes [*The CityFood Markets Handbook for Healthy and Resilient Cities*] (2ª ed.). Bonn, Alemanha.

CONTRIBUINTE

GAIN*

Farrah Naz
Daiana Omar
Maureen Muketha
Edrieno Sutarjadi
Melvin Gassana
Tesfanesh Abebe

GIZ

Conrad Graf von Hoyos
Maren Lieberum
Clara Büscher

ICLEI

Telma Abreu e Alessia Manzato, *Programa CityFood do ICLEI*
Amy Murgatroyd e Meembo Changula, *Secretariado do ICLEI África*
Daniel Parada e Iván Arriaga, *Secretariado do ICLEI México, América Central e Caribe*
Ana Barbara Zanella, *Secretariado do ICLEI América do Sul*
Damini Rathore, *Secretariado do ICLEI Sul da Ásia*
Renee Ann Lagata e Jameela Antoniette Mendoza, *Secretariado do ICLEI Sudeste Asiático*
Eunha Kim e Tim Lazaroff, *Secretariado Mundial do ICLEI*

*As contribuições da GAIN foram possíveis graças ao [Programa Caminhos para Alimentação Nutritiva \[Nourishing Food Pathways\]](#), que é financiado conjuntamente pelo: Ministério Federal Alemão para Cooperação Econômica e Desenvolvimento; Ministério das Relações Exteriores dos Países Baixos; União Europeia; Governo do Canadá por meio do Ministério das Relações Exteriores do Canadá; Programa Irish Aid através da Divisão de Cooperação para o Desenvolvimento e África; e Agência Suíça para o Desenvolvimento e Cooperação do Ministério das Relações Exteriores. As constatações, ideias e conclusões aqui apresentadas são de responsabilidade dos autores e não refletem, necessariamente, posições ou políticas de nenhum dos parceiros de financiamento da GAIN.

PUBLICADO POR

ICLEI - Governos Locais pela Sustentabilidade e.V.
Kaiser-Friedrich-Strasse 7 • 53113 Bonn, Alemanha
Tel.: +49-228 / 97 62 99-00 • E-mail: iclei.ws@iclei.org | www.iclei.org

230

Chôm chôm tay 60
nửa ký
nhãn Bắc 35
1kg



TẾT SUM
XUÂN VA

MUA NGAY HÔM NAY



NGHIỆM

Índice

PREFÁCIO	6
SUMÁRIO EXECUTIVO	10
GLOSSÁRIO	12
SOBRE ESTE MANUAL	14
O QUE SÃO MERCADOS DE ALIMENTOS E POR QUE ELES SÃO IMPORTANTES	19
Foco nos mercados de alimentos: Tipos e como funcionam	21
Liberando todo o potencial dos mercados de alimentos: Lições de cidades ao redor do mundo	24
COMO AVALIAR MERCADOS DE ALIMENTOS E IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE TRANSFORMAÇÃO	29
Da avaliação à ação: Um guia passo a passo inspirado em Lusaka e Lilongwe	30
TRANSFORMANDO OS MERCADOS DE ALIMENTOS: QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS	35
I. Política e Governança.....	38
II. Infraestrutura de Mercado	45
III. Financiamento e Incentivos	49
IV. Capacitação e Conscientização	53
ESTUDOS DE CASO: CIDADES TRANSFORMANDO SEUS MERCADOS DE ALIMENTOS AO REDOR DO MUNDO.....	59
Baltimore, EUA	60
Barcelona, Espanha	63
Beira, Moçambique	66
Bogor, Indonésia	69
Braşov, Romênia	72
Cleveland, EUA	74
Curitiba, Brasil	76
Dar es Salaam, Tanzânia	79

Daca Norte, Bangladesh	81
Fort Portal, Uganda.....	84
Hawassa, Etiópia	87
Lilongwe, Malawi	90
Lusaka, Zâmbia	92
Machakos, Quênia.....	95
Mbale, Uganda.....	97
Mérida, México.....	100
Osasco, Brasil	102
Pemba, Moçambique.....	105
Peshawar, Paquistão.....	108
Pittsburgh, EUA.....	110
Porto Alegre, Brasil.....	113
Cidade Quezon, Filipinas.....	115
Rawalpindi, Paquistão	118
Recife, Brasil.....	121
Rourkela, Índia	123
Sandhikharka, Nepal.....	125
San Luis Potosí, México.....	128
Cidade de Ciências de Muñoz, Filipinas.....	131
Seul, República da Coreia	134
Turim, Itália	137
Zapopan, México	140

CONCLUSÃO	143
REFERÊNCIAS	144

Prefácio



ARIANE HILDEBRANDT

Diretora Geral

Ministério Federal Alemão para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (BMZ)

Os sistemas alimentares e o desenvolvimento urbano são pilares bem estabelecidos da Cooperação Alemã para o Desenvolvimento há muitos anos. Entretanto, a integração de sistemas alimentares urbanos como uma abordagem específica ainda é menos explorada. Isso torna esta publicação ainda mais valiosa, pois não apenas enriquece o discurso em andamento, mas também fornece inspiração concreta para implementação prática.

As cidades são centros dinâmicos, lar de populações crescentes com poder de compra crescente e hábitos alimentares em constante mudança. No entanto, essas mudanças trazem desafios significativos. Os consumidores exigem alimentos acessíveis, seguros e nutritivos; as mudanças climáticas colocam uma pressão crescente sobre as cidades; a perda e o desperdício de alimentos são problemas generalizados, e a expansão urbana muitas vezes ultrapassa o desenvolvimento de infraestrutura.

As administrações municipais precisam assumir a liderança, reunindo stakeholders necessários para instituir abordagens para a governança eficaz dos processos de transformação.

Para esse fim, o Ministério Alemão para Cooperação e Desenvolvimento Econômico apoia o “Programa Global de Transformação dos Sistemas Alimentares”, implementado pela GIZ, como parte de sua iniciativa especial “Transformação da Agricultura e dos Sistemas Alimentares”. Por meio do ICLEI e de iniciativas locais em Lusaka e Lilongwe, o programa capacita stakeholders locais, especialmente mulheres e administrações municipais, a desenvolver soluções práticas para fortalecer os mercados de alimentos frescos e, assim, contribuir para a transformação dos sistemas alimentares.

Agradecemos sinceramente ao ICLEI e sua equipe por este excelente trabalho em conjunto com a GAIN e a Coalizão Mundial de Feiras Livres. Estamos confiantes de que esta publicação alcançará um grande público e inspirará um impacto significativo em contextos urbanos e rurais. Ao fortalecer os mercados locais de alimentos, podemos contribuir para um sistema alimentar mais resiliente e sustentável que beneficia todas as comunidades e promove ambientes mais saudáveis para as gerações futuras.



GINO VAN BEGIN

Secretário-Geral, ICLEI

Governos Locais pela Sustentabilidade

O acesso à nutrição adequada é um direito humano. No entanto, a insegurança alimentar continua sendo um desafio implacável, e o acesso a alimentos nutritivos e acessíveis continua sendo uma luta diária para milhões de pessoas. Com uma em cada quatro pessoas enfrentando insegurança alimentar e mais de três quartos delas vivendo em áreas urbanas e periurbanas, fica claro que ações ousadas e transformadoras por parte dos governos locais e regionais são urgentemente necessárias.

O ICLEI - Governos Locais pela Sustentabilidade vê os governos locais e regionais como campeões da mudança com o poder de moldar sistemas alimentares sustentáveis e equitativos. Por meio do nosso Programa CityFood, lançado há mais de uma década, temos orgulho de liderar o caminho na transformação dos sistemas alimentares. Este Programa se tornou um centro de promoção de pessoas saudáveis, climas saudáveis e paisagens saudáveis, reunindo especialistas em alimentos urbanos e líderes municipais comprometidos do mundo todo para cocriar soluções práticas em áreas importantes,

como ambientes alimentares urbanos, compras públicas de alimentos, educação alimentar e perda e desperdício de alimentos.

Entre os muitos tópicos que abordamos, um que acho realmente fascinante é a influência dos ambientes alimentares urbanos na dieta, nutrição e saúde. Os governos locais têm um papel único e fundamental a desempenhar, principalmente na transformação dos mercados de alimentos. Reconhecendo a importância do mercado de alimentos para superar a insegurança alimentar, fornecer alimentos nutritivos e garantir uma renda sustentável para os agricultores, unimos forças com outras redes e organizações comprometidas. Este manual é uma prova desse reconhecimento, oferecendo inspiração, ferramentas práticas e histórias do mundo todo para orientar as cidades a aproveitar todo o potencial dos mercados de alimentos.

Prefácio



LAWRENCE HADDAD

Diretor Executivo

Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)

Os mercados de alimentos em todo o mundo são lugares cotidianos vitais e culturalmente infundidos que conectam pessoas e o sistema alimentar dentro das cidades, paisagens urbanas e rurais e através de territórios e fronteiras. Eles estão cheios de pessoas que fornecem, manuseiam, armazenam, financiam, vendem, escolhem, compram, reaproveitam, processam e desperdiçam alimentos. Operando em diferentes escalas, com diferentes modelos de propriedade, mandatos, gestão e finanças, esses mercados envolvem os setores público, privado e/ou sem fins lucrativos e comunidades. Do atacado ao varejo, e tudo o que há entre esses dois extremos, esses mercados vendem uma grande variedade de alimentos saudáveis e não saudáveis. Os exemplos variam de mercados públicos permanentes a temporários e móveis, de rua, orgânicos, feiras e mercados municipais.

Os governos locais, incluindo os governos municipais, estão bem posicionados e têm a missão de liderar, coprojetar, coordenar, implementar e sustentar ambientes alimentares saudáveis. Essa missão se estende fundamentalmente aos mercados que são, por si só, pequenos ambientes alimentares.

Os desafios de acesso a alimentos saudáveis e acessíveis, boa higiene e segurança alimentar e menor perda e desperdício de alimentos afetam as comunidades de forma mais intensa. Os governos locais podem reunir os stakeholders para inverter a narrativa dos mercados apenas como centros de custos e prestação de serviços, transformando-os em locais de alimentação comunitários dignos de investimentos financeiros e de infraestrutura inovadores para alavancar muitas outras oportunidades de transformação justa dos sistemas alimentares, promovendo a nutrição para todos. Este manual me inspira porque reúne exemplos de cidades ao redor do mundo onde governos locais estão trabalhando ativamente com stakeholders para fazer com que os mercados de alimentos se tornem agentes de transformação equitativa e sustentável.

Os mercados de alimentos locais são os capilares da mudança. Se não estiverem funcionando para melhorar os resultados nutricionais, eles permanecerão fora de alcance.



RICHARD McCARTHY

Presidente

Coalizão Mundial de Feiras Livres (WFMC)

Uma coisa engraçada aconteceu no caminho para o século XXI. A humanidade redescobriu inesperadamente um mecanismo antigo: os mercados públicos. Não importa se o seu mercado é tradicional, municipal, atacadista ou uma feira livre recém-criada, todos compartilham um ingrediente essencial: Filas de pagamento múltiplas. Essa técnica facilita múltiplas transações, escolhas e, ainda, a confiança.

Essa reunião proposital de vendedores concorrentes em um ambiente público é o ingrediente especial. Precisamos entender melhor o que essas instituições têm em comum, bem como onde cada abordagem oferece seus próprios custos e benefícios para alavancagem. Por favor, invista em melhorias no espaço físico. Vendedores e compradores merecem se encontrar em ambientes limpos e seguros. Investimentos em encanamento, eletricidade, higiene, iluminação e similares são bem-vindos. Muitos mercados funcionam muito bem sem permanência física. Talvez seja hora de aproveitar a festa móvel! A menos que também sejam feitos investimentos leves de infraestrutura em gestão e liderança de governança, oportunidades importantes serão

perdidas. Por quê? Considere esta ilustração. Conheço muitos mercados físicos, mas sempre tenho dificuldade em localizar o escritório do mercado. Geralmente, ele fica escondido onde ninguém consegue encontrá-lo. Os funcionários estão se escondendo do público? Em contraste, a nova geração de feiras livres se dedica a receber o público em tendas de boas-vindas, a fim de orientar e educar os consumidores. É nesse ethos e estilo de liderança que devemos investir.

Que o mercado seja o primeiro lugar onde relacionamentos são construídos e alimentos são vendidos – da terra para a mão.

Sumário executivo

As áreas urbanas enfrentam desafios crescentes para garantir a segurança alimentar e nutricional devido à rápida urbanização, às mudanças climáticas e às crescentes desigualdades socioeconômicas. Os mercados de alimentos, que fornecem acesso a alimentos acessíveis, nutritivos e culturalmente apropriados, estão em uma posição única para abordar essas questões interconectadas. Além de sua função como centros alimentares convenientes que garantem a disponibilidade e acessibilidade de alimentos, os mercados são pontos de entrada para promover a inclusão, apoiar sistemas alimentares urbanos equitativos, meios de subsistência resilientes e contribuir para a segurança alimentar urbana.

Esta segunda edição do manual se baseia na primeira, expandindo e aprimorando seu conteúdo, **incluindo 15 estudos de caso adicionais** de cidades em toda a África, Ásia, Europa e América do Norte e do Sul. Estes estudos somam-se aos 16 apresentados na primeira edição, elevando o total para 31 e expandindo

seu âmbito geográfico. Esta edição oferece novos insights sobre os desafios e inovações que surgem em contextos de rápida urbanização.

O manual destaca a importância dos mercados de alimentos como ambientes alimentares críticos e serve como um guia prático para apoiar governos locais com políticas e estratégias inspiradoras e acionáveis para transformar seus respectivos mercados. O manual começa definindo mercados de alimentos, explorando sua escala, operações e foco diversos, e oferecendo exemplos concretos de cidades do mundo todo sobre como elas se envolvem com os mercados. Isso inclui acordos de gestão, infraestrutura, normas de higiene e serviços que definem diferentes ambientes de mercado de alimentos, oferecendo insights sobre como esses fatores influenciam a segurança alimentar e os meios de subsistência dos agentes do mercado.

Para dar suporte a políticas e planejamento eficazes, este manual fornece ferramentas e estratégias para avaliar ambientes de mercado, com base nas lições aprendidas em Lusaka, Zâmbia e Lilongwe, Malawi, onde tais estudos foram realizados. Essas avaliações permitem que as cidades avaliem criticamente o estado dos ambientes de seus mercados e desenvolvam estratégias personalizadas para melhorias.

O ponto principal do manual é o **Quadro de Ação CityFood para Mercados** [*CityFood Market Action Framework*], que fornece uma abordagem estruturada para transformar os mercados de alimentos nas cidades. Agora informado por **31 estudos de caso globais**, o quadro destaca estratégias acionáveis e soluções inovadoras que abordaram com sucesso os desafios locais enfrentados pelos mercados de alimentos e enfatiza oportunidades para apoiá-los.



© Graphic Node, Unsplash.com



O quadro concentra-se em **quatro pilares principais**:

Política e Governança: Sugere estratégias para integrar mercados de alimentos ao planejamento urbano e estruturas políticas, promovendo a colaboração entre departamentos e níveis governamentais e explorando parcerias com os principais agentes do mercado e organizações comunitárias.

Infraestrutura de Mercado: Propõe soluções para melhorar e investir em infraestrutura física e digital, e em infraestrutura leve vinculada ao empoderamento por meio de investimentos em treinamento, habilidades e plataformas de governança inclusivas. Isso possibilita que preocupações sejam externadas e façam parte das soluções, como infraestrutura de gerenciamento, para lidar com problemas como meios de subsistência resilientes, perdas pós-colheita e higiene e segurança alimentar.

Financiamento e Incentivos: Identifica oportunidades para levantar e/ou fornecer recursos financeiros para sustentar mercados de alimentos e ajudar produtores e vendedores a promover produtos locais, sustentáveis e acessíveis, ao mesmo tempo em que incentiva os consumidores a apoiar tais esforços.

Capacitação e Conscientização: Destaca iniciativas de engajamento comunitário, como workshops e campanhas de conscientização, como ferramentas essenciais para promover mudanças comportamentais em direção a uma alimentação mais saudável e consumo sustentável.

Os quatro pilares são embasados em recomendações práticas no manual, incluindo políticas que garantem acesso equitativo aos alimentos, a adoção de ferramentas digitais para melhorar a eficiência do mercado e iniciativas educacionais para aumentar a conscientização sobre os benefícios do consumo de alimentos saudáveis e sustentáveis. O manual conclui com estudos de caso de todo o mundo, oferecendo lições valiosas sobre como as cidades podem liberar o potencial de seus mercados de alimentos. Esses exemplos mostram transformações bem-sucedidas, incluindo, mas não se limitando a, modelos de governança inclusivos, investimentos em infraestrutura, promoção de sistemas alimentares sustentáveis e melhorias na higiene e acessibilidade do mercado.

Ao reimaginar os mercados de alimentos como espaços urbanos dinâmicos que promovem inovação e inclusão, o manual fornece um roteiro claro para ação, apoiado por estratégias baseadas em provas e histórias de sucesso inspiradoras. Ele convoca formuladores de políticas, planejadores urbanos, agentes do mercado e organizações internacionais a colaborar na priorização dos mercados de alimentos no âmbito de agendas mais amplas de desenvolvimento urbano. Alinhar esforços entre setores e níveis de governo representa uma oportunidade de transformar os mercados de alimentos em poderosos agentes de mudança, abordando questões urgentes como insegurança alimentar, desnutrição, perda de biodiversidade e mudanças climáticas.

Glossário

ECONOMIA CIRCULAR | Um modelo econômico que preserva o valor dos recursos reintegrando-os ao ciclo de produção. Nos mercados de alimentos, isso envolve reduzir o desperdício, reaproveitar subprodutos e promover práticas sustentáveis, como embalagens ecológicas e cadeias de suprimentos locais.

DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS | O processo de transporte e entrega de produtos alimentícios de produtores ou fornecedores para intermediários, varejistas ou diretamente para consumidores.

AMBIENTE ALIMENTAR | O Painel de Alto Nível de Especialistas em Segurança Alimentar e Nutricional (HLPE) define o ambiente alimentar como “o contexto físico, econômico, político e sociocultural no qual os consumidores se envolvem com o sistema alimentar para tomar suas decisões sobre aquisição, preparação e consumo de alimentos” [1].

MERCADO DE ALIMENTOS FRESCOS | Um subconjunto de mercados de alimentos especializado na venda de alimentos perecíveis e minimamente processados, como frutas, vegetais, carnes, frutos do mar, laticínios e produtos assados.

HIGIENE ALIMENTAR | Todas as práticas e arranjos ao longo da cadeia de abastecimento alimentar que facilitam a segurança alimentar, garantindo que não haja danos à saúde de uma pessoa durante o consumo.

MERCADO DE ALIMENTOS | Local ou sistema onde produtos alimentícios são comprados e vendidos. Os mercados de alimentos podem variar muito dependendo de uma série de fatores – incluindo sua infraestrutura, tamanho e localização, a frequência com que operam,

quem os possui e como são governados, bem como os tipos de produtos que vendem. Para mais detalhes, consulte o Capítulo 5.

SEGURANÇA ALIMENTAR | Segundo a FAO, a segurança alimentar existe “quando todas as pessoas, em todos os momentos, têm acesso físico, social e econômico a alimentos suficientes, seguros e nutritivos que atendam às suas necessidades alimentares e preferências alimentares para uma vida ativa e saudável” [2]

CADEIA DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR | A rede de atividades envolvidas na produção, processamento, distribuição e entrega de alimentos das fazendas aos consumidores. Quando chamada de cadeia de valor alimentar, o foco está em agregar valor em cada etapa, como melhorar a qualidade, a sustentabilidade e o apelo de mercado.

SISTEMAS ALIMENTARES | A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) define os sistemas alimentares como: “Os sistemas alimentares abrangem toda a gama de agentes e suas atividades interligadas de agregação de valor envolvidas na produção, agregação, processamento, distribuição, consumo e descarte de produtos alimentícios originários da agricultura, silvicultura ou pesca, e partes dos ambientes econômicos, sociais e naturais mais amplos nos quais estão inseridos” [3].

DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS | Uma redução na quantidade ou qualidade dos alimentos causada por ações ou decisões de varejistas, serviços de alimentação ou consumidores. Partes não comestíveis dos alimentos, como cascas ou ossos, são excluídas desta definição [4].

GÊNERO | Construção social e cultural que varia entre sociedades e evolui ao longo do tempo. Ela define os papéis, responsabilidades e oportunidades que as pessoas podem acessar e determina como o poder e o privilégio são distribuídos [5]. O gênero também está interligado com outras identidades sociais (como o status socioeconômico, a idade, a origem e os papéis nos sistemas alimentares) que afetam coletivamente a forma como as pessoas vivenciam os ambientes alimentares [6].

COMITÊ DE MERCADO | Um órgão regulador responsável por gerenciar e regular as operações de mercado, incluindo coordenação de fornecedores, manutenção de infraestrutura e aplicação de regras. Normalmente inclui gestores de mercado e vendedores eleitos, bem como outros stakeholders, como autoridades do governo local, membros da comunidade, especialistas em segurança alimentar e representantes de agricultores, garantindo perspectivas diversas e supervisão eficaz.

GESTORES DE MERCADO | Pessoas físicas ou jurídicas normalmente empregados pelo governo municipal, responsáveis por supervisionar as operações e a administração de um mercado.

LÍDERES DE MERCADO | Funções semelhantes às dos gestores de mercado (definido acima) em mercados de menor escala.

VENDEDORES | Pessoas físicas ou jurídicas que vendem produtos em mercados de alimentos. O termo abrange qualquer pessoa ativamente envolvida em vendas, incluindo vendas diretas por agricultores e revendas por intermediários. Este termo é mais comumente reconhecido em diferentes regiões (por exemplo, quando comparado a "comerciante").

GRUPOS VULNERÁVEIS | Populações com maior risco de insegurança alimentar, incluindo famílias de baixa renda e comunidades em desertos alimentares com acesso limitado a alimentos nutritivos e acessíveis.



©Anna Kaminova, Unsplash.com

Sobre este manual

Este manual é um guia prático para governos locais interessados em aproveitar o potencial dos mercados de alimentos para melhorar a segurança alimentar urbana, a nutrição e os meios de subsistência resilientes. Empresas, pesquisadores, representantes de organizações não governamentais e da sociedade civil e membros da comunidade também encontrarão insights e lições valiosas em suas páginas. Ele fornece informações estruturadas e estudos de caso de cidades reais com insights acionáveis, com foco em mercados administrados publicamente que operam regularmente, seja diariamente, semanalmente ou até mesmo mensalmente.

Os mercados são ambientes alimentares críticos que reúnem diversos agentes do sistema alimentar, desde agricultores a gestores de mercado, vendedores e consumidores. Os mercados de alimentos geralmente são locais convenientes, onde os alimentos vendidos às vezes são específicos para grupos como frutas, vegetais e grãos, e outras vezes são específicos para tipos de produção, incluindo alimentos orgânicos, agroecológicos e/ou produzidos localmente.

Operando em diferentes escalas e em espaços de venda formal e informalmente designados, esses mercados também variam em relação a acordos de gestão, higiene, infraestrutura e fornecimento de serviços básicos. Como tal, eles são pontos

de entrada importantes para localizar e acelerar o desenvolvimento sustentável e abordar a inclusão e a equidade. Quando recebem suporte adequado, os mercados de alimentos podem de fato impactar positivamente a disponibilidade e acessibilidade de uma diversidade de alimentos seguros, frescos e nutritivos.

En este manual se presenta una selección de estrategias locais que buscan fortalecer o valor dos mercados de alimentos é apresentada neste manual. Essa seleção incentiva os stakeholders e os leitores a avaliar criticamente os ambientes do mercado de alimentos, repensar os sistemas alimentares locais e as estratégias de resiliência climática, aumentar a promoção eficaz e o investimento em governança e gestão de mercados inclusivas e lideradas localmente, bem como projetar e financiar infraestrutura inovadora e modelos de prestação de serviços.

Esta segunda edição se baseia na primeira, adicionando 15 novos estudos de caso para melhorar ainda mais o **Quadro de Ação CityFood para Mercados**, sustentado por quatro pilares. No total, os 31 estudos de caso apresentados neste manual foram desenvolvidos pelo ICLEI - Governos Locais pela Sustentabilidade e pela Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). As informações dos casos são fornecidas pelos esforços programáticos do ICLEI e da GAIN e

suas consultas diretas com governos locais e agentes do mercado. Nesta primeira edição, a seleção de cidades adequadas se concentrou em garantir uma representação geográfica diversificada, apresentando uma variedade de iniciativas relacionadas ao mercado de alimentos lideradas por governos locais e seus parceiros, e envolvendo cidades interessadas em compartilhar suas estratégias. O objetivo era identificar práticas exemplares em vários subtópicos, oferecendo insights que podem ser compartilhados, dimensionados e/ou adaptados a diferentes contextos.

Este manual é um dos resultados do projeto **“Strengthening Local Fresh Food Markets for Healthier Food Environments within Planetary Boundaries”** financiado pelo Ministério Federal para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (BMZ) e apoiado pela Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Como parte do Programa Global de Transformação dos Sistemas Alimentares da GIZ [7], o projeto visa capacitar os consumidores a adotar dietas mais saudáveis e diversificadas, ao mesmo tempo que aumenta a resiliência dos ambientes alimentares urbanos, usando os mercados como centros de mudança positiva. A implementação do projeto se concentra em duas cidades africanas, Lusaka, Zâmbia, e Lilongwe, Malawi, cujos estudos de caso, experiências e lições aprendidas também estão incluídos neste manual.





O que são mercados de alimentos e por que eles são importantes

Um número crescente de pessoas está migrando e vivendo em áreas urbanas no mundo todo. Essa transição populacional rural-urbana tem sido frequentemente associada à pobreza urbana e à deterioração das condições socioeconômicas, levando a mudanças nos estilos de vida e nas dietas, bem como a desigualdades dentro das cidades [8]. Essas tendências também tiveram um impacto significativo na forma como os alimentos são produzidos, manuseados, comercializados, governados e consumidos em todo o mundo [9]. No passado, manter as pessoas alimentadas era uma missão importante dos estados-nação, permitindo aos governos manter o controle sobre os espaços, as pessoas e as economias [10].



Ao longo do tempo, as cidades e as áreas urbanas se tornaram centros-chave da civilização humana com complexidades únicas relacionadas com o sistema alimentar - da densificação populacional à expansão urbana e ao aumento das distâncias até os locais onde os alimentos são produzidos.

O direito à alimentação adequada é um direito humano básico e está no cerne do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 2 “Fome Zero”, mas muitos residentes urbanos continuam a enfrentar barreiras a esse respeito [9]. Embora as dietas urbanas sejam normalmente mais diversificadas do que as rurais, elas tendem a ser de menor qualidade devido às desigualdades espaciais no acesso aos mercados locais de alimentos. Embora os mercados de alimentos sejam geralmente acessíveis em alguma capacidade, a expansão urbana, a gentrificação e o deslocamento de moradores mais pobres para áreas mais acessíveis muitas vezes aumentam a distância e reduzem a conveniência de chegar aos mercados estabelecidos. Isso limita a disponibilidade, o preço e a acessibilidade de alimentos nutritivos, como frutas e vegetais, contribuindo para a perda de culturas alimentares tradicionais.

Os desafios na preparação e armazenamento de refeições nutritivas em casa e o consumo crescente de alimentos convenientes, mas muitas vezes menos saudáveis, como produtos ultraprocessados com alto teor de sal, gorduras e/ou açúcar [8] também contribuíram para o aumento da carga de desnutrição nas áreas urbanas. Famílias de baixa renda, que formam a maioria da população urbana, e grupos como mulheres, crianças e idosos são particularmente vulneráveis à insegurança alimentar, principalmente devido aos desafios de acessibilidade e preço. É de se notar que cerca de três quartos da população mundial em situação de insegurança alimentar reside atualmente em regiões urbanas e periurbanas [11].

As cidades estão mais bem posicionadas com mandatos, locais e compromissos rotineiros com as comunidades para alavancar oportunidades de segurança alimentar, nutrição e sustentabilidade inerentes aos mercados de alimentos.



Mercado Alto Gingone em Pemba, Moçambique. ©GAIN

Alguns mercados de alimentos foram criados para melhorar a higiene pública por meio da modernização da estrutura física do ponto de venda, enquanto outros foram estabelecidos para que autoridades competentes obtivessem maior controle sobre o comércio por meio da cobrança de taxas, impostos e controle de preços. Além disso, os mercados de alimentos servem como espaços socioculturais e locais-chave para geração de meios de subsistência, engajamento, comunicação e educação do público sobre escolhas alimentares saudáveis. Em certas regiões, os mercados de alimentos são essenciais para a segurança alimentar e a subsistência, enquanto em outras, eles atendem a demandas mais especializadas, oferecendo produtos de nicho. Além disso, os mercados de alimentos são importantes para a resiliência dos sistemas alimentares locais.

Reduzindo a distância entre áreas rurais e urbanas, e mais amplamente entre territórios e fronteiras, os mercados de alimentos propiciam a disponibilidade de alimentos, bebidas e itens não relacionados a alimentos diversos e saudáveis, além de contribuir para estabilizar preços, encurtar as cadeias de abastecimento alimentar, aumentar a segurança alimentar e promover oportunidades econômicas. Ao contrário das cadeias de valor corporativas, nas quais nem todos os agricultores podem participar devido aos requisitos de quantidade de produção, os mercados locais de alimentos também dão aos agricultores e vendedores maior controle sobre os preços [12].



Foco nos mercados de alimentos: Tipos e como funcionam

Os mercados onde se vendem alimentos são conhecidos por vários nomes e enquadramentos, incluindo mercados públicos ou municipais, mercados de rua, mercados territoriais, mercados locais, mercados tradicionais, mercados orgânicos, mercados de agricultores e mercados de alimentos frescos. Muitos outros nomes para esses tipos de mercados são encontrados em outros idiomas além do português — de *souks* a *bazaars*, *sabzi mandis* e *mercati*, para citar alguns.

Os mercados de alimentos podem variar de grandes mercados municipais permanentes, com centenas de vendedores, a instalações menores e temporárias, como barracas de beira de estrada, mercados ao ar livre, quiosques ou barracas de rua. Eles podem variar muito entre contextos, assumindo diversas formas e servindo a propósitos diferentes. É amplamente reconhecido que é necessário fazer mais para interligar as interpretações de múltiplas disciplinas, as atividades programáticas

e as provas sobre esses mercados [13]. Isto inclui definições de mercados, quiosques e supermercados geridos por partes privadas e versões públicas e informais de mercados onde operam micro, pequenas e médias empresas relacionadas com o mercado [14].



Vendedor de gengibre e alho no Paquistão. ©GAIN

DEFININDO UM MERCADO DE ALIMENTOS

Definir uma tipologia para mercados de alimentos é desafiador e pode não refletir sua diversidade e complexidade. **Neste manual, os seguintes indicadores são utilizados para ajudar a fornecer uma visão geral dos mercados de alimentos, com base em várias lentes que podem ser usadas para observá-los:**



DIMENSÃO

Os mercados podem ser grandes ou pequenos dependendo de vários fatores – desde o cálculo do número de vendedores ou consumidores até o tamanho do seu espaço físico.



FREQUÊNCIA

Os mercados podem operar diariamente, semanalmente, várias vezes por semana ou sazonalmente.



LOCAL

A localização é importante não apenas para refletir as características de quem o mercado atende e a distância que os participantes percorrem para comparecer, mas também para moldar os mais amplos papéis sociais e econômicos que os mercados locais desempenham. Embora os mercados de bairro possam ter como alvo consumidores de um distrito específico da cidade, os mercados municipais geralmente atraem consumidores e vendedores de toda a região, servindo assim como carros-chefes econômicos. Ao mesmo tempo, esses mercados servem como centros de interação comunitária e intercâmbio cultural.



POSSE DE TERRA

Posse de terra destaca como a propriedade da terra ou os contratos de aluguel moldam a localização, a estrutura, as operações e o acesso ao mercado.



PROPRIEDADE DE MERCADO

Um mercado pode ser de propriedade de um município, de uma parte privada, de uma empresa com fins lucrativos, de uma entidade da sociedade civil, de uma empresa social ou de uma cooperativa de agricultores. A propriedade pode servir como um indicador do tipo de problemas que os mercados podem enfrentar, bem como de que tipo de investimentos podem ser necessários para impulsionar o mercado.



GOVERNANÇA

Embora não haja um método único para manter uma boa governança, um elemento importante é o alinhamento entre o que um mercado pretende fazer e a forma como ele avalia sua eficácia. Para avaliar a estrutura de governança do mercado, as principais questões incluem se o mercado tem procedimentos operacionais, diretrizes e/ou regras e regulamentos para garantir seu bom funcionamento, desde a segurança alimentar até a segurança das pessoas, e se estes são publicados. Outros elementos incluem o estabelecimento de um conselho de governança, bem como um comitê ou equipe de seleção para avaliar possíveis vendedores e mecanismos para contribuição do consumidor.



INFRAESTRUTURA

A infraestrutura física fornece informações sobre os recursos necessários para operar um mercado. Por exemplo, mercados fechados podem enfrentar desafios caros, desde eletricidade até manutenção de telhados ou presença de banheiros públicos. As categorias abrangem desde galpões ao ar livre e salões internos até distritos inteiros de edifícios de mercado e espaços ao ar livre que operam como um sistema de mercado singular e precisam incluir tudo para funcionar efetivamente, desde estradas para acessar o espaço até instalações de higiene, armazenamento, instalações de refrigeração e fontes de eletricidade.



TIPOS DE PRODUTO

Dependendo do tipo de mercado, os produtos à venda podem variar significativamente – desde sua origem (região e país versus cadeia de suprimentos local e global) até seu método de produção (de regenerativo a orgânico e convencional) e tipos de alimentos (frutas e vegetais, grãos, proteínas, alimentos processados, etc.).

Essa diversidade nos cenários do varejo de alimentos está bem representada nos 31 estudos de caso selecionados para este manual. Alguns exemplos são descritos abaixo:

Exemplos dos **Estados Unidos** incluem **Baltimore**, onde os mercados municipais funcionam há mais de 200 anos e oferecem diversos produtos, incluindo produtos de agricultores locais, ovos, produtos de carne e alimentos preparados. Em **Cleveland**, o papel crescente das feiras livres e barracas de produtos agrícolas reflete um desejo crescente dos consumidores e agricultores de unir forças, permitir vendas diretas e proporcionar maior transparência nos sistemas alimentares locais.

O **Governo Metropolitano de Seul (SMG), República da Coreia**, supervisiona 418 mercados tradicionais, incluindo 52 mercados de grande escala com mais de 1.000 lojas. A maioria, no entanto, são mercados de alimentos de bairro, inseridos na vida cotidiana dos moradores. O SMG prioriza o suporte por urgência em vez de tamanho, garantindo que pequenos mercados recebam o que precisam.

Em **Barcelona, Espanha**, 38 mercados municipais que operam diariamente são complementados por feiras livres semanais, fornecendo aos moradores produtos frescos da região.

A **Cidade Quezon (QC), Filipinas**, opera oito mercados públicos que funcionam diariamente das 5h às 21h, com pico de atividade ocorrendo nas primeiras horas devido às entregas de fornecedores de grandes pontos de abastecimento, como os mercados atacadistas de Balintawak e Q-Mart.

Em **Bogor, Indonésia**, os mercados também servem como centros culinários, onde vendedores ambulantes de comida deliciam moradores e turistas com guloseimas como *Toge Goreng* —um prato tradicional de brotos de feijão salteados — e mandioca doce assada.

Em **Curitiba, Brasil**, o panorama do mercado também é variado e inclui um grande mercado municipal, um mercado regional, 79 mercados orgânicos e cooperativos diferentes, bem como *Sacolões da Família*, que vendem frutas e vegetais, que a cidade aproveita explicitamente para inclusão social e o direito à alimentação adequada.

Em toda a África Meridional, os mercados de alimentos, como os mercados ao ar livre, os quiosques e os vendedores ambulantes, continuam a ser vitais para a segurança alimentar [15]. Tanto em **Lilongwe, Malawi**, quanto em **Lusaka, Zâmbia**, os mercados de alimentos ao ar livre (que incluem os mercados municipais, que são a maioria, mas também os mercados cooperativos e privados) desempenham um papel essencial no fornecimento de uma grande variedade de produtos nutritivos, acessíveis e cultivados localmente, atendendo às comunidades mais vulneráveis e com insegurança alimentar.



Libertando todo o potencial dos mercados de alimentos: Lições de cidades ao redor do mundo

DESCOBRINDO DESAFIOS

Os mercados de alimentos geralmente compartilham funções, atividades e relações comerciais semelhantes, desempenhando um papel fundamental na formação das economias locais e da dinâmica social. Essa semelhança leva a desafios compartilhados entre os países, como questões de sustentabilidade, perda e desperdício de alimentos ou acesso dos agricultores aos mercados. Os mercados de alimentos também enfrentam desafios únicos com base nos seus contextos específicos, incluindo questões relacionadas à governança, acesso desigual aos recursos e infraestruturas limitadas que muitas vezes dificultam o seu potencial para fornecer preços justos, alimentos seguros e meios de subsistência aos pequenos agricultores [16].

A disparidade de gênero também é um desafio há muito tempo nos mercados urbanos de alimentos, onde ela molda quem ganha renda,

quem assume o trabalho de preparação de alimentos e quem tem acesso aos recursos necessários para uma participação econômica significativa. Na maioria dos mercados, as mulheres vendedoras frequentemente não têm acesso à terra, à posse segura, ao reconhecimento legal, às infraestruturas adequadas ou aos espaços de tomada de decisão, e as barreiras de capital financeiro limitam a segurança alimentar das suas famílias e a sua capacidade de gerir negócios baseados no mercado [17].

- **Braşov, Romênia:** O tamanho das fazendas locais, que geralmente são pequenas ou médias, dificulta a manutenção do fornecimento de produtos durante todo o ano. Alimentos frescos se tornam menos disponíveis e mais caros durante o inverno, levando os consumidores a recorrer aos supermercados como alternativas.

- **Cleveland, Estados Unidos:** Problemas de infraestrutura prejudicam a capacidade dos mercados da cidade de obter produtos locais, impactando tanto a capacidade de processamento quanto a de distribuição.
- **Lusaka, Zâmbia e Lilongwe, Malawi:** A segurança alimentar e os padrões de manuseio são problemas importantes devido à falta de infraestrutura comercial básica e instalações de água, saneamento e saúde (WASH). O alto desperdício de alimentos também é um desafio devido à ausência de instalações de armazenamento e à infraestrutura limitada do mercado.
- **Peshawar, Paquistão:** A segurança alimentar é comprometida pelo uso de pesticidas, adulteração do leite, práticas inadequadas de manuseio de alimentos e aplicação inconsistente de regulamentações.
- **Rourkela, Índia:** Cerca de 34% das frutas e mais de 44% dos vegetais são desperdiçados anualmente devido a instalações de armazenamento inadequadas, resultando em menores receitas, contaminação de alimentos e aumento do consumo de água e energia.
- **Cidade Quezon, Filipinas:** A Presidente da Federação de Vendedores de Mercado, ela própria uma mulher e moradora idosa, destacou como as mulheres e os vendedores idosos continuam subrepresentados na tomada de decisões nos mercados e continuam enfrentando desafios no acesso a treinamento, capital e oportunidades formais de subsistência. Dinâmicas semelhantes foram observadas globalmente, onde as mulheres comerciantes, apesar de constituírem uma parte significativa dos vendedores informais de alimentos, muitas vezes permanecem excluídas das discussões sobre políticas urbanas [5].

ABRAÇANDO OPORTUNIDADES

Quando geridos de forma eficaz, os mercados de alimentos fornecem mais do que apenas alimentos: Eles oferecem uma plataforma para

aprendizado, para mudança de comportamentos de produtores, consumidores e qualquer pessoa que interaja com eles. Eles podem servir como locais para facilitar a incubação de negócios para vendedores, bem como locais seguros para mulheres vendedoras operarem e participarem da tomada de decisões e governança. Esses inúmeros benefícios não são automáticos; em vez disso, eles exigem investimento intencional em mercados e governos municipais, por meio de capacitação, investimento em infraestrutura e mecanismos de governança inclusivos. Embora o grau de autonomia possa variar dependendo da política, das estruturas de governança e do contexto regulatório, os governos locais têm a oportunidade e a responsabilidade de garantir o acesso a dietas suficientes, seguras e saudáveis que sejam sensíveis às preferências culturais e aos limites planetários, bem como ao gênero e às comunidades vulneráveis, como moradores urbanos de baixa renda.

- **Rourkela, Índia:** Em 2021, Rourkela, em colaboração com organizações parceiras, lançou o projeto "[E-cool Mandi](#)". A iniciativa realizou instalações de armazenamento refrigerado descentralizado movidas a energia solar em vários locais de mercado, beneficiando aproximadamente 1.650 vendedores e quase um milhão de moradores.
- **Recife, Brasil:** A cidade fez investimentos significativos em melhorias estruturais em suas instalações de mercado nos últimos anos, incluindo a construção de novos espaços para vendedores e visitantes e amplas reformas na infraestrutura existente. Essas melhorias aumentaram o apelo dos mercados para moradores, turistas e colaboradores.
- **Bogor, Indonésia:** A cidade designou 14 zonas de operação para vendedores ambulantes, cada uma ligada a um centro culinário. Essas zonas fornecem aos vendedores infraestrutura essencial, como água encanada, e permitem que eles se registrem como vendedores ambulantes legais de comida. Os vendedores registrados têm direito a treinamento em manuseio de

alimentos, enquanto suas operações são monitoradas com mais facilidade para garantir a qualidade e a segurança dos alimentos.

- **Pittsburgh, EUA:** O [Programa Adote um Lote \[Adopt-A-Lot\]](#) permitiu que fazendas comunitárias como [Shiloh Farms](#) não apenas cultivem produtos frescos, mas também forneçam programas educacionais que fortaleçam as conexões comunitárias. Também permitiu ao [Mwanakuche Farm](#) expandir a variedade de produtos disponíveis aos moradores, introduzindo variedades normalmente não encontradas nos mercados de Pittsburgh e, assim, enriquecendo a cultura alimentar da cidade.

Os governos locais podem criar condições favoráveis para a transformação de sistemas alimentares em inclusivos, equitativos e justos, fornecendo uma estrutura definida por ferramentas como regulamentações, impostos, investimentos em infraestrutura, taxas favoráveis a fornecedores e outros subsídios. No entanto, eles também precisam que outros agentes no continuum rural, periurbano e urbano e em territórios mais vastos — desde produtores, caçadores-coletores e pescadores até mercados, vendedores de última milha e consumidores nos sistemas alimentares formais e informais.— façam parte desta transformação [18]. Isso inclui suas práticas relacionadas à alimentação e apoio aos mercados locais de alimentos e preços justos. Nesse contexto, uma governança inclusiva que gerencie os mercados por meio de colaboração entre departamentos e níveis, garantindo que todos os stakeholders estejam envolvidos nos processos de tomada de decisão, é essencial para garantir a acessibilidade aos alimentos.

- **Lusaka e Lilongwe:** Ambas as cidades estabeleceram redes de múltiplos stakeholders para abordar os desafios enfrentados pelos ambientes do mercado de alimentos. As consultas identificaram áreas críticas para intervenção, incluindo investimentos na atualização da infraestrutura do mercado, melhoria da gestão de resíduos, implementação de

instalações de armazenamento refrigerado e integração da conscientização nutricional para consumidores nos espaços do mercado.

- **Turim, Itália:** O município colabora ativamente com associações locais, incluindo organizações de agricultores e comércio, para melhorar a gestão geral dos mercados. Cada mercado é supervisionado por um “Comitê de Mercado” eleito, composto por representantes de diferentes setores de produtos (como alimentos, não alimentos e produtores). Esses comitês trabalham com o município para dar suporte ao funcionamento de suas áreas de mercado específicas, fornecendo informações consultivas sobre regulamentações, prestação de serviços, alocação de barracas e questões organizacionais.

Enfrentar o desafio de gênero nos mercados de alimentos requer sistemas que respondam às realidades de gênero. Mecanismos de governança inclusivos, como plataformas com múltiplos agentes e planejamento urbano que integrem gênero e inclusão social, regulamentações que protejam e empoderem mulheres e investimentos direcionados em infraestrutura e serviços básicos são essenciais. Medidas práticas como fornecer instalações sanitárias seguras e limpas, espaços designados para mulheres e permitir o comércio noturno com iluminação adequada — para que as mulheres possam estender suas horas de trabalho com segurança — podem tornar os mercados mais acessíveis e equitativos.

- Em **Daca**, um local para amamentação foi criado para as mães nos mercados, facilitando o equilíbrio entre o cuidado e o trabalho. A **Cidade de Bogor** integrou a igualdade de gênero e a inclusão social aos programas de segurança alimentar, garantindo acesso igualitário ao treinamento para vendedores ambulantes de comida. A cidade de **São Luís Potosí** desenvolveu programas de segurança alimentar voltados para famílias de baixa renda, principalmente mulheres, enquanto iniciativas adicionais combinavam apoio alimentar com uma perspectiva de gênero, oferecendo assistência personalizada, educação nutricional e workshops sobre

economia doméstica. Essas medidas não só apoiaram as mulheres nas suas vidas diárias, como também fortaleceram os laços comunitários e promoveram economias locais mais justas [19].

Intervenções direcionadas precisam ser embasadas por avaliações iniciais do ambiente alimentar no qual os mercados estão inseridos, bem como dos próprios mercados como ambientes alimentares urbanos. As cidades, em colaboração com os principais stakeholders, devem realizar avaliações preliminares como um primeiro passo crítico antes do planejamento de intervenções, pois isso permite que as cidades obtenham uma compreensão abrangente das necessidades da comunidade, da dinâmica do mercado e das estruturas e funções de governança. Essas avaliações devem incluir, entre outras coisas, a coleta de dados básicos sobre o estado atual dos mercados, a identificação de potenciais organizações parceiras, o esclarecimento de áreas que precisam de intervenção e a abordagem de quaisquer problemas de saúde e segurança que afetem a população local. As avaliações devem considerar as necessidades específicas da comunidade do mercado, incluindo agricultores, vendedores e consumidores, além de considerações transversais como gênero, juventude, comunidades urbanas de baixa renda e o setor informal de alimentos, com foco especial na segurança alimentar e nos resultados nutricionais.



Mercado Kilombero, Dar es Salaam, Tanzânia. ©GAIN



Como avaliar mercados de alimentos e identificar oportunidades de transformação

Várias metodologias de avaliação do mercado de alimentos já foram desenvolvidas para entender melhor o funcionamento o seu funcionamento nas cidades. Tais metodologias incluem o [Mapeamento de Mercados Territoriais: Metodologia e Diretrizes para Coleta Participativa de Dados](#) [20] da FAO, que inclui conjuntos de questionários modelo projetados para facilitar a análise preliminar de mercado e coletar insights de vendedores e consumidores. Outro recurso fundamental é o [Manual de Instruções das Diretrizes para Avaliações do Ambiente Alimentar Baseadas no Mercado](#) da USAID Advancing Nutrition [21], que inclui uma instrução abrangente, juntamente com fichas de coleta e análise de dados para a realização de avaliações do ambiente alimentar baseadas no mercado, que são modificadas para serem aplicáveis em países de baixa e média renda.

Além disso, as [ferramentas de governança e avaliação de mercado](#) da GAIN, que foram desenvolvidas durante e após a COVID-19, foram dimensionadas e transferidas entre contextos, trabalhando com

stakeholders e parceiros locais, para diversas cidades na África Subsaariana e no Sul e Sudeste Asiático. Essas ferramentas foram concebidas para serem utilizadas isoladamente, como parte de abordagens de métodos mistos e para investigação de ação participativa, de acordo com o interesse na governança de sistemas alimentares de “toda a sociedade” e na avaliação de mercado [22].

Essas avaliações práticas e de melhores práticas fornecem provas muito necessárias para que governos locais tomem decisões criticamente informadas, incluindo como otimizar a alocação dos seus recursos, muitas vezes limitados, para iniciativas com maior impacto e potencial de replicação [23]. Devido à sua natureza participativa, as avaliações de mercado podem promover novas colaborações entre os agentes do mercado de alimentos e os stakeholders governamentais, abrindo caminho para uma formulação de políticas mais inclusiva, a cocriação de plataformas e iniciativas e o desenvolvimento de novas infraestruturas.



©ICLEI Africa

Da avaliação à ação: Um guia passo a passo inspirado em Lusaka e Lilongwe

Em ambas as cidades, as avaliações do mercado de alimentos tiveram como objetivo principal entender o cenário do mercado de alimentos e envolver os agentes relevantes na seleção de mercados e no planejamento de intervenções direcionadas. O documento **Metodologia e Diretrizes para Coleta Participativa de Dados** foi utilizado como base e adaptado para avaliar os mercados de alimentos em **Lusaka e Lilongwe**.

Essas avaliações abrangeram o mapeamento dos stakeholders, a articulação dos desafios e a compilação de iniciativas e projetos existentes destinados a melhorar os mercados de alimentos.

Além disso, esse processo identificou iniciativas transformadoras vinculadas a mercados de alimentos, ambientes alimentares e redes de múltiplos agentes existentes, e identificou potenciais necessidades de suporte. Foi dada

grande ênfase à prontidão para investimentos no mercado, avaliando a capacidade dos mercados de alimentos selecionados de atrair e utilizar efetivamente os investimentos que possam receber. Esse foco visa garantir a sustentabilidade financeira do investimento planejado e maximizar seu impacto a longo prazo. Uma explicação detalhada sobre como foi conduzida a preparação para o investimento pode ser encontrada no documento explicativo [aqui](#).

Uma avaliação bem-sucedida do mercado de alimentos é aquela feita de maneira participativa, envolvendo e capacitando ativamente tanto os agentes do mercado de alimentos quanto a comunidade que eles atendem. Alinhar as intervenções com as necessidades e objetivos específicos dos stakeholders diretamente envolvidos nas operações diárias dos mercados de alimentos promove o desenvolvimento de um ecossistema de mercado sustentável e resiliente. Os seguintes componentes são essenciais para serem considerados e incorporados ao projetar uma intervenção sociotécnica para ambientes de mercado de alimentos.



1. ANÁLISE DE DESKTOP

Realizar uma análise de desktop é um primeiro passo útil no processo de avaliação do mercado de alimentos. Nesta análise on-line, pode-se procurar estudos importantes sobre o mercado de alimentos que foram produzidos na cidade, mapear organizações locais e internacionais (ONGs, organizações da sociedade civil, organizações filantrópicas, agentes do setor público em nível local e nacional, agentes do setor privado) que estão realizando trabalhos relacionados ao mercado de alimentos, quaisquer projetos anteriores que tenham ocorrido, bem como propostas de projetos que ainda não tenham sido financiadas. Pode-se descobrir que algumas cidades não têm informações publicadas sobre seus mercados de alimentos, enquanto outras já foram bem estudadas. Só isso já pode ser considerado uma constatação.

2. CONSULTAS INDIVIDUAIS

Por meio da análise de desktop, será possível ter uma visão geral inicial dos participantes do mercado de alimentos na cidade. Como próximo passo nesta avaliação, pode ser valioso reunir-se com esses stakeholders individualmente, de preferência pessoalmente. Ao fazer isso, agentes do governo local devem ser incluídos como, por exemplo, de secretarias da Saúde, do Meio Ambiente, do Desenvolvimento Social e do Planejamento, bem como agentes do governo nacional, como o Ministério da

Agricultura. Durante essas consultas, é possível descobrir mais sobre capacidades, desafios, oportunidades e intervenções anteriores relacionadas aos mercados de alimentos na cidade, bem como obter informações práticas sobre outros participantes do ecossistema do mercado.

3. PESQUISA

Para uma compreensão mais aprofundada do ecossistema do mercado de alimentos na cidade, pode-se considerar a contratação de um projeto de pesquisa local. Os principais itens de pesquisa incluem: 1) mapear a totalidade dos mercados de alimentos públicos, privados e cooperativos da cidade, 2) conduzir uma avaliação de prontidão para investimento em uma seleção de mercados de alimentos, 3) trabalhar com a secretaria relevante para avaliar a capacidade geral do mercado e o modelo de negócios associado, e 4) analisar os investimentos históricos na cidade para descobrir as principais lições aprendidas.

Nos casos de **Lusaka** e **Lilongwe**, o Índice de Prontidão para Investimento em Mercados¹ foi aplicado para avaliar a capacidade dos mercados de alimentos de atrair e utilizar investimentos de forma eficiente. O Índice de Prontidão para Investimento em Mercados pode ser usado para orientar a avaliação da preparação do mercado. Os principais fatores a serem considerados são o estado atual da infraestrutura e dos serviços, o modelo de governança e gestão do mercado de

¹ O Índice de Prontidão para Investimento em Mercados é uma ferramenta desenvolvida pelo Secretariado do ICLEI África e seus parceiros para avaliar o potencial dos mercados de alimentos de atrair e utilizar eficazmente investimentos. Ao testar e refinar sistematicamente esse índice, o projeto teve como objetivo criar uma estrutura robusta que possa orientar futuros investimentos em mercados urbanos de alimentos, garantindo que eles estejam mais bem equipados para atender às necessidades da população urbana e contribuir para ambientes alimentares mais saudáveis. A ferramenta refinada será publicada após a conclusão. Para mais informações, contate iclei-africa@iclei.org.

alimentos, sua importância socioeconômica e resiliência aos choques climáticos, e a disposição e capacidade dos mercados de receber e gerenciar financiamento. Cada uma dessas áreas de foco pode ter uma matriz de pontuação, que pode então ser combinada para chegar a uma classificação final de prontidão para investimento. Talvez seja desejável considerar adaptar essas categorias e ponderá-las de acordo com as prioridades de investimento da cidade.

4. CONSULTAS COM MÚLTIPLOS STAKEHOLDERS

Embora a pesquisa possa revelar muitos insights importantes, é importante validar as descobertas emergentes em relação ao conhecimento institucional incorporado a uma cidade. Esse conhecimento está disponível para conselheiros locais, acadêmicos, agentes do setor privado, ONGs, consumidores e outros stakeholders importantes. A realização de consultas com múltiplos stakeholders na forma de workshops, que envolvam os participantes consultados e identificados durante as consultas individuais, proporcionaria uma plataforma valiosa para integrar diversas perspectivas. Os conselhos municipais servem como bons pontos de partida para essas conversas.

Como muitas cidades não têm um departamento dedicado aos sistemas alimentares, é importante criar um senso de adesão em todas as secretarias envolvidas com os mercados de alimentos.

Para fazer isso, seria desejável facilitar um envolvimento das secretarias com autoridades do governo local para obter uma perspectiva mais detalhada dos projetos, metas, sinergias potenciais ou políticas sutis a respeito de um mercado de alimentos em particular, sejam existentes ou futuros, em nível de cidade ou distrito.

Disseminar a pesquisa e analisar os resultados entre as secretarias do governo local é uma parte importante da construção de capacidade e do engajamento das pessoas para trabalharem em conjunto. Talvez seja desejável, também, disseminar as informações para um grupo maior de múltiplos stakeholders, composto por todas as pessoas entrevistadas durante as consultas individuais. Essas sessões de feedback criam uma sensação de impulso entre os agentes envolvidos. Eles podem ser usados como um ponto de contato crítico para validar informações e obter informações adicionais sobre riscos, oportunidades e sinergias imprevistos. Esses grupos podem até ser formalizados em uma Força-Tarefa (composta por membros do conselho municipal de várias secretarias) que pode dar suporte a intervenções de mercado e um Comitê Diretor (composto por agentes mais amplos do sistema alimentar) que pode fornecer suporte consultivo para garantir a sustentabilidade da ação.

5. VISITAS LOCAIS

É recomendável que todos os agentes envolvidos na avaliação do mercado de alimentos reservem um tempo para visitar diversos mercados na cidade.

A maneira mais rápida de contextualizar as intervenções de mercado é visitar os próprios mercados de alimentos e conversar com líderes de mercado, vendedores e consumidores.

Certifique-se de observar os protocolos corretos ao visitar um mercado de alimentos, o que, dependendo do contexto, pode envolver procurar o presidente do mercado ou o líder de seção para se anunciar. Se estiverem disponíveis, você pode solicitar que eles visitem o mercado com você e ajudem a facilitar a discussão com outros agentes do mercado. Reserve um tempo para ouvir as perspectivas dos vendedores sobre o mercado e deixe que eles o orientem sobre áreas que eles acham que podem ser melhoradas.



6. WORKSHOPS DE COCRIAÇÃO

A penúltima etapa no processo de avaliação do mercado de alimentos é sediar um workshop de cocriação no mercado de alimentos, envolvendo os líderes de mercado, vendedores e consumidores. Se você busca promover mudanças em um mercado de alimentos, é importante criar um senso de propriedade entre os agentes do mercado e aproveitar o conhecimento especializado deles.

Comece perguntando aos vários agentes sobre os pontos problemáticos e destaques da experiência de mercado deles.

Juntos, vocês podem escrever algumas soluções potenciais em post-its. Em seguida, crie uma linha do tempo de prioridades de investimento em uma única linha, mostrando as necessidades atuais de um lado e as necessidades futuras do outro. Coloque cada Post-it na linha do tempo, sempre perguntando aos agentes do mercado onde eles acham que ele deve ser colocado em ordem de prioridade. A linha do tempo de investimento resultante

fornece os próximos passos claros em relação às intervenções no mercado de alimentos. Observe que as intervenções desejadas podem incluir investimentos em infraestrutura física e capacitação ou suporte à governança.



7. SÍNTESE E DOCUMENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Reunindo todas as 6 etapas, a etapa final é consolidar os insights gerados ao longo da avaliação e documentá-los de maneira estruturada. Essa síntese garante que as provas, perspectivas e aprendizados coletados sejam traduzidos em relatos abrangentes que possam dar suporte à tomada de decisões e ações futuras. Nos casos de Lusaka e Lilongwe, as conclusões da avaliação de mercado foram desenvolvidas em relatórios detalhados para cada cidade.

Os relatórios completos estão disponíveis aqui: [Avaliação do Mercado Alimentar de Lusaka](#) e [Avaliação do Mercado Alimentar de Lilongwe](#).



Grupo de foco de vendedores participando do workshop de cocriação em Lilongwe, Malawi. ©ICLEI África.



Transformando os mercados de alimentos: Quadro de Ação CityFood para Mercados

Os governos locais têm a oportunidade de transformar insights — sejam de avaliações do mercado de alimentos ou de outros estudos relevantes — em ações eficazes. Nesta seção, exploramos como cidades no mundo todo adotaram políticas e estratégias inovadoras para apoiar seus mercados de alimentos. Esses exemplos oferecem lições valiosas e abordagens práticas que podem ser adaptadas a diversos contextos locais.

Com base em estudos de caso de todo o mundo, vários pontos abrangentes de partida foram identificados como essenciais para as cidades considerarem ao estabelecer e gerenciar mercados de alimentos. Isso inclui política e governança, infraestrutura de mercado, financiamento e incentivos, além de capacitação e conscientização.



Quando reunidos, os pilares do *Quadro de Ação dos Mercados CityFood* pode transformar o modo como os mercados de alimentos operam, levando alimentos frescos e saudáveis para mais perto das comunidades locais.

Esta seção abordará cada um dos quatro pilares, destacando práticas inspiradoras e replicáveis das cidades apresentadas nos estudos de caso.



I. POLÍTICA E GOVERNANÇA

Para garantir a existência, a segurança e o funcionamento eficiente dos mercados de alimentos, é essencial implementar uma legislação de mercado sólida, políticas alimentares locais e estruturas de governança inovadoras. Além de melhorar as operações de mercado, isto implica estabelecer uma estrutura fundamental e garantir políticas e governança que permitam que todos os tipos de mercados de alimentos existam e prosperem [24]. As principais ações incluem:

- **Facilitar o acesso aos mercados de alimentos por meio do planejamento urbano**
- **Promover a integração de políticas e a colaboração entre secretarias e níveis governamentais**
- **Estabelecer mecanismos de tomada de decisão participativa**
- **Construindo parcerias com organizações externas**

II. INFRAESTRUTURA DE MERCADO

Investimentos em infraestrutura são essenciais para operar mercados de alimentos de forma eficaz e sustentável. Isso inclui recursos físicos e digitais, que também estão intimamente interligados à disponibilidade de infraestruturas leves, como mecanismos de governança, políticas e treinamento. Este pilar se concentra na necessidade de os governos locais garantirem que os mercados de alimentos estejam bem equipados e que os vendedores tenham acesso a instalações essenciais. As principais ações incluem:

- **Modernização e manutenção da infraestrutura do mercado físico**
- **Uso de ferramentas digitais para otimizar as operações de mercado**



QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS ALAVANCAS DE AÇÃO

III. FINANCIAMENTO E INCENTIVOS

Mobilizar recursos financeiros dos setores público e privado, fornecer aos vendedores o financiamento e os incentivos necessários para o crescimento e colaborar com os gestores de mercado para desenvolver modelos de negócios inovadores para mercados de alimentos que permitam que a receita de componentes de mercado geradores de renda (por exemplo, unidades de armazenamento refrigerado com pagamento conforme o uso) seja reservada para reinvestimento em infraestrutura de mercado, sejam mercados autofinanciados ou de propriedade parcial ou total de uma instituição pública. As principais ações incluem:

- **Garantir fundos para o desenvolvimento do mercado de alimentos**
- **Conectar agricultores aos mercados**
- **Melhorar o acesso aos alimentos para comunidades vulneráveis**



IV. CAPACITAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO

Isso inclui aprimorar o conhecimento e as habilidades entre vendedores, funcionários e consumidores do mercado, garantindo práticas seguras e higiênicas, ao mesmo tempo em que promove a conscientização nutricional e o consumo sustentável. As principais ações incluem:

- **Fortalecimento das capacidades dos vendedores e das estruturas de incentivos**
- **Normalizar práticas alimentares sustentáveis no ambiente do mercado**
- **Engajar os consumidores por meio da educação e conscientização**
- **Libertar o potencial social dos mercados de alimentos**





O QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS NA PRÁTICA

I. Política e Governança

Os governos locais têm várias ferramentas de política e governança para apoiar efetivamente os mercados de alimentos. No entanto, alcançar sucesso nessa área exige uma colaboração estreita com uma ampla gama de agentes. Isso inclui outros departamentos da cidade, o setor privado alimentício e não alimentício, juntamente com coordenação e coerência com outros níveis de governo e estratégias nacionais de políticas e desenvolvimento, incluindo sistemas alimentares e compromissos nutricionais.

FACILITAR O ACESSO AOS MERCADOS DE ALIMENTOS POR MEIO DO PLANEJAMENTO URBANO

A localização física dos mercados de alimentos é crucial para garantir o acesso a alimentos saudáveis, uma vez que os consumidores muitas vezes escolhem locais de compra de alimentos com base na proximidade e na conveniência de se chegar neles [25].

A localização física também é importante para os vendedores do mercado que precisam garantir que possam entrar e sair do mercado de forma fácil e acessível, além de vender facilmente para consumidores, outros varejistas e restaurantes. Isto é particularmente importante para moradores de baixa renda, que muitas vezes têm opções de mobilidade limitadas e precisam caminhar, andar de bicicleta ou de transportes públicos, e cuja dieta sofre ainda mais por não conseguirem acesso aos mercados [26]. As cidades são responsáveis por determinar onde os mercados devem ser localizados, quais edifícios ou espaços públicos os receberão e as licenças ou regulamentações que se aplicam a eles. Ao fazer isso de maneira inclusiva e equitativa, as cidades podem melhorar o acesso aos mercados de alimentos para todos os moradores. Para conseguir isso, os governos locais devem integrar os mercados de alimentos em esforços mais amplos de planejamento urbano, considerando também a conectividade com as redes de transporte e distribuição de alimentos.

A cidade de **Cleveland**, por exemplo, apoia feiras livres, barracas de agricultores e mercados privados por meio de seus códigos de zoneamento, que exigem um processo de aprovação para garantir a conformidade com os padrões estabelecidos. Além disso, a cidade implementa uma "[Estrutura de planejamento urbano de 15 minutos](#)," que visa garantir que os residentes possam acessar serviços essenciais, incluindo alimentação, num período de 15 minutos de deslocamento em transportes públicos, a pé ou de bicicleta [27]. Além disso, como parte do código de zoneamento, a Iniciativa do Distrito de Horta Urbana da cidade garante que as áreas de hortas urbanas sejam adequadamente localizadas e protegidas para atender às necessidades de produção local de alimentos, permitindo acesso equitativo ao suprimento de alimentos de hortas em toda a cidade.

Da mesma forma, em **Pittsburgh**, um dos esforços mais significativos para vincular o planejamento do uso de terras com a segurança alimentar tem sido o [Programa Adote um Lote](#). Desenvolvido como parte do [Vacant Lot Toolkit](#) da cidade, o programa visa dar aos moradores um caminho simples e acessível para usar terras desocupadas de propriedade da cidade para produção de alimentos. Aqui, moradores e organizações de base conseguem transformar espaços negligenciados em hortas comunitárias, muitas das quais cultivam frutas e vegetais que abastecem famílias e redes locais de alimentos, incluindo mercados.

Em **Lilongwe**, o governo local zoneou formalmente cinco áreas à beira da estrada como "mercados fora da rua" para permitir que vendedores de alimentos, vitais para o sistema de abastecimento de alimentos da cidade, construam barracas de comércio de forma organizada e segura, por meio de especificações de projeto predefinidas para garantir que suas barracas sejam bem conservadas e não obstruam o tráfego. Além disso, esses vendedores agora estão registrados na prefeitura e contribuem por meio de taxas mensais regulares, formalizando seus negócios na economia urbana. Da mesma forma, em **Bogor**, o município operacionaliza

14 zonas culinárias oficiais da cidade, onde vendedores ambulantes vendem comida. Em cada zona, um centro culinário estabelecido pela cidade fornece aos vendedores locais fixos de operação e lugares onde eles podem receber treinamento sobre nutrição, higiene, segurança alimentar e desperdício de alimentos, com o apoio da Secretaria da Saúde.

Da mesma maneira, a **Cidade Quezon** está implementando um modelo de "balcão único" para agilizar os processos de licenças e conformidade municipais, onde os mercados são regulamentados por meio de portarias locais, planos de zoneamento e circulares administrativas, garantindo a conformidade dos vendedores com os padrões de segurança e saneamento.

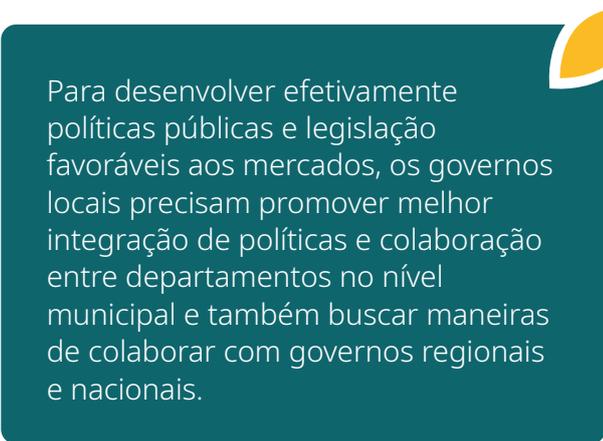


Os centros gastronômicos de Bogor oferecem locais permanentes e infraestrutura essencial para vendedores ambulantes. ©GAIN

Em **Hawassa**, a adoção da Política de Alimentação e Nutrição, juntamente com a Estratégia Nacional de Segurança e Qualidade Alimentar da Etiópia, melhorou os sistemas de vigilância de qualidade nos mercados de alimentos também por meio da adoção de abordagens baseadas em risco em toda a cadeia de valor alimentar e estabeleceu a capacitação das autoridades de inspeção, visando ambientes mais seguros nos mercados nacionais.

PROMOVER A INTEGRAÇÃO DE POLÍTICAS E A COLABORAÇÃO ENTRE SECRETARIAS E NÍVEIS GOVERNAMENTAIS

A gestão dos mercados de alimentos abrange vários mandatos além da política alimentar, incluindo planejamento urbano, habitação e serviços sociais, clima e economia circular e, como tal, muitos departamentos diferentes dentro do município têm influência sobre como os mercados de alimentos são administrados. Outros níveis de governo também costumam estar envolvidos em aspectos do mercado, como é o caso das regulamentações de produtos agrícolas e do monitoramento da segurança alimentar em alguns países.



Para desenvolver efetivamente políticas públicas e legislação favoráveis aos mercados, os governos locais precisam promover melhor integração de políticas e colaboração entre departamentos no nível municipal e também buscar maneiras de colaborar com governos regionais e nacionais.

Este processo requer, primeiro, o mapeamento das políticas, competências e responsabilidades existentes dentro da administração da cidade com o objetivo de avaliar onde estão as sinergias e identificar as barreiras que os mercados de alimentos podem enfrentar ao operar ou interagir com os municípios. Esta

abordagem proporciona uma base sólida para que os mercados de alimentos operem de forma segura, forneçam serviços essenciais e promovam práticas sustentáveis, garantindo ao mesmo tempo que as políticas de mercado estejam alinhadas com estratégias mais amplas de desenvolvimento urbano [24].

Para melhorar a disponibilidade, acessibilidade, higiene e segurança alimentar nos mercados, as Secretarias de Saúde, Agricultura, Saneamento, Meio Ambiente, Transporte e Planejamento Urbano do Conselho Municipal de **Beira, Moçambique**, trabalham em estreita colaboração. Essas secretarias, juntamente com representantes de uma associação de mulheres e um grupo de consumidores, formaram o comitê de gestão de mercado de múltiplos stakeholders que foi coprojetado e estabelecido logo após a pandemia do COVID-19. Este comitê tem operado com sucesso nos últimos anos e oferece um modelo escalável de cidade-mercado de governança inclusiva.

Em **Machakos, Quênia**, onde a gestão do mercado é uma competência do governo do Condado, a colaboração entre secretarias e níveis tem se mostrado fundamental na gestão eficaz dos mercados de alimentos, reunindo várias secretarias do condado (Comércio, Indústria, Turismo e Inovação; Água, Irrigação, Meio Ambiente, Saneamento e Mudanças Climáticas; Agricultura, Segurança Alimentar e Desenvolvimento Cooperativo; e Saúde) para trabalhar em conjunto com comitês de mercado, que são capacitados para dar suporte a essas metas e atividades diariamente.

Outro exemplo é **Peshawar**, onde diversas políticas e parcerias visam apoiar os objetivos do Governo Metropolitano de encurtar as cadeias de fornecimento de alimentos, melhorar a segurança alimentar e nutricional e zonestar os mercados. Alcançar essas metas exige coordenação entre diferentes setores relacionados à alimentação e entidades governamentais, abrangendo esferas locais, provinciais e nacionais: Comitês de mercado e corporações municipais de Peshawar, a Autoridade de Segurança Alimentar e Alimentos



A imagem mostra a colaboração entre as principais partes interessadas para a gestão eficaz do mercado de alimentos no Mercado Municipal de Machakos. ©GAIN

Halal de Khyber Pakhtunkhwa e a Autoridade de Normas e Controle de Qualidade do Paquistão, para citar alguns. Esforços colaborativos para estabilizar os preços do mercado de alimentos, especialmente de alimentos culturalmente preferidos, definindo preços mínimos garantidos e legislação e monitoramento de segurança alimentar ajudam a tornar os alimentos nos mercados mais seguros e acessíveis.

Da mesma forma, o **Cidade de Ciências de Muñoz** demonstra a importância de políticas estruturadas e ações coordenadas na gestão de mercado. A cidade desenvolveu e está implementando ativamente uma política dedicada à gestão de resíduos, que fornece uma estrutura coerente e institucionaliza a segregação obrigatória de resíduos nos mercados públicos locais. O envolvimento da comunidade tem sido um fator crítico para seu sucesso, com esforços coordenados entre vários escritórios da cidade, incluindo a Administração do Mercado e o Escritório de Meio Ambiente e Recursos Naturais da Cidade (*City Environment and Natural Resources Office* - CENRO). Para que isso funcionasse, responsabilidades claras foram

estabelecidas para a gestão de resíduos, com funções que incluem a aplicação de políticas de segregação de resíduos, a coordenação de cronogramas diários de coleta e a implantação de limpadores ecológicos dedicados em áreas de mercado.

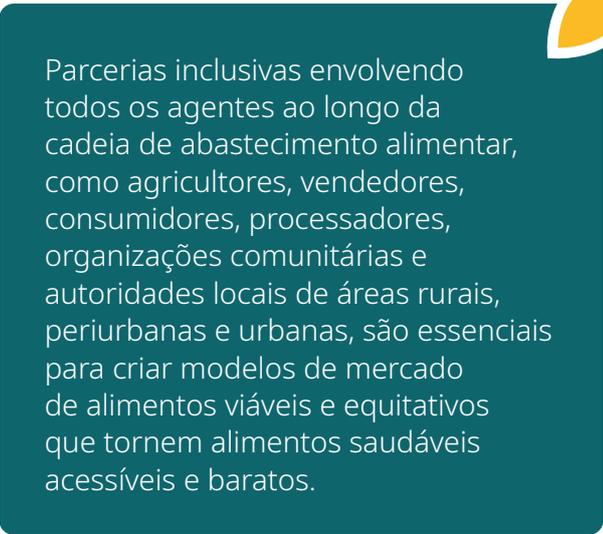
Em **Daca Norte**, a gestão do mercado é normalmente supervisionada por comitês compostos por vendedores, autoridades municipais e, em alguns casos, representantes da sociedade civil que lidam com operações diárias, higiene e mediação de conflitos. A Dhaka North City Cooperation aplica regulamentações municipais e nacionais sobre segurança alimentar, gestão de resíduos e conduta de vendedores.

Em **Porto Alegre**, os mercados de produtores convencionais e orgânicos foram regulamentados como uma atividade econômica e reconhecidos como patrimônio cultural imaterial. A união dessas competências fortaleceu o valor cultural e econômico dos mercados. O turismo também foi incorporado através do fortalecimento da iniciativa "Caminhos Rurais", que combina agricultura e turismo para promover o valor local e o pertencimento à comunidade. O mesmo está acontecendo em **Turim**, onde a iniciativa "Torino Riflessa" promove os mercados locais por meio de itinerários propostos e apresentados no guia turístico da cidade.

Por outro lado, a **Cidade de Osasco** fortaleceu o acesso a alimentos frescos por meio de iniciativas coordenadas entre vários departamentos. Os mercados de rua, o mercado municipal, as hortas urbanas e o Banco Alimentar trabalham em conjunto para servir as populações vulneráveis, enquanto programas como o [Our Future Food Assistance Card](#) (Nosso Futuro Cartão de Assistência Alimentar) integra objetivos de proteção social, educação e nutrição. A integração entre mercados tradicionais e políticas sociais tem se mostrado uma estratégia eficaz para ampliar o acesso à alimentação saudável, promovendo justiça social e sustentabilidade.

ESTABELECEMOS MECANISMOS DE TOMADA DE DECISÃO PARTICIPATIVA

Embora os governos locais possam impulsionar mudanças por meio de regulamentações, impostos, subsídios e incentivos, outros agentes, como agricultores, consumidores, varejistas de alimentos, compradores institucionais e empresas de alimentos, têm influência significativa no cenário do varejo de alimentos. Em muitos contextos, as principais decisões podem incluir o estabelecimento de sistemas de preços transparentes, a melhoria do acesso a serviços financeiros, o investimento em infraestruturas de mercado e o incentivo à produção e promoção de uma gama diversificada de alimentos nutritivos, por exemplo, através do apoio a práticas agrícolas biológicas ou agroecológicas [28].



Parcerias inclusivas envolvendo todos os agentes ao longo da cadeia de abastecimento alimentar, como agricultores, vendedores, consumidores, processadores, organizações comunitárias e autoridades locais de áreas rurais, periurbanas e urbanas, são essenciais para criar modelos de mercado de alimentos viáveis e equitativos que tornem alimentos saudáveis acessíveis e baratos.

Parcerias inclusivas podem assumir a forma de plataformas de múltiplos stakeholders, órgãos de gestão ou conselhos consultivos, permitindo que os agentes participem ativamente, especialmente durante os principais processos de tomada de decisão (por exemplo, reformas de mercado, novas infraestruturas, horários de funcionamento, localizações de mercado). Ao estabelecer mecanismos de participação inclusivos, cada grupo pode defender seus interesses específicos: Vendedores em suporte aos meios de subsistência, consumidores ao acesso a alimentos, acessibilidade e saúde pública, e comunidade ao espaço público e engajamento cívico.

Um exemplo de sucesso é o [Good Food Council and Good Food Parliament](#) (Conselho da Boa Alimentação e Parlamento da Boa Alimentação) em **Mbale, Uganda**, que foi criado como uma plataforma multisetorial para diálogo, responsabilização e tomada de decisão coletiva, com o objetivo de melhorar a segurança alimentar na cidade. Um dos principais resultados disso foi o desenvolvimento de uma Portaria Alimentar, que promove práticas alimentares seguras nos mercados. Por meio dessa estrutura de governança, os agricultores locais podem expressar suas necessidades, enquanto outros agentes, incluindo o município, obtêm uma compreensão mais clara de como melhor apoiar os agricultores no enfrentamento dos desafios relacionados ao acesso aos mercados de alimentos.

Da mesma forma, em **Lusaka**, O Conselho de Política Alimentar de Lusaka (LFPC), criado em 2020, tem a missão de incentivar e facilitar o diálogo e a colaboração entre organizações, agências, serviços, agricultores e distribuidores de alimentos, consumidores, empresas e governo relacionados à alimentação para desenvolver estratégias para a promoção e facilitação de um sistema alimentar funcional e sustentável para a cidade. O conselho municipal aprovou recentemente o escritório de sistemas alimentares cidade-região, que dará suporte ao LFPC nessa função.

Na Indonésia, o governo de **Bogor** está trabalhando em conjunto com os líderes de associações de vendedores ambulantes de comida para estabelecer um grupo de trabalho intersectorial, desenvolver diretrizes operacionais multisetoriais como parte do plano de desenvolvimento regional e capacitar líderes locais em nutrição, segurança alimentar e redução do desperdício de alimentos. Essa melhoria estrutural não apenas promove a inclusão de pequenos agentes da cadeia de abastecimento alimentar e pequenas e médias empresas, mas, por sua vez, aumenta a disponibilidade de alimentos diversos, frescos e sazonais.

A Portaria de Segurança Alimentar de **Fort Portal** foi desenvolvida por meio de uma abordagem participativa, na qual líderes de mercado e autoridades municipais contribuíram

para moldar regulamentações práticas e específicas ao contexto sobre segurança alimentar, manuseio, uso de pesticidas e práticas de abate. Esse processo inclusivo criou gera pertencimento entre os stakeholders, garantindo que a portaria — embora ainda aguardando publicação formal no diário — já esteja sendo aplicada informalmente, melhorando a conformidade e estabelecendo as bases para melhorias de segurança alimentar de longo prazo.

A iniciativa [GAIN-EatSafe](#), em **Hawassa**, promove uma governança de mercado mais forte por meio do engajamento coletivo. Ela promoveu a colaboração de stakeholders locais, proporcionando, também, o desenvolvimento de Planos de Melhoria de Mercado (MIPs) para abordar lacunas de infraestrutura e regulamentação. Ao envolver diversos stakeholders e conscientizar toda a comunidade, esta iniciativa lançou as bases para uma mudança a longo prazo.

Entender as principais relações entre governo e mercados, bem como o sistema alimentar mais amplo, é essencial para identificar pontos de partida estratégicos para intervenção. Quando selecionados cuidadosamente, esses pontos de partida podem ajudar a superar restrições, abordar fraquezas estruturais e fortalecer conexões entre componentes e subsistemas, gerando, em última análise, benefícios mais amplos e duradouros [29].

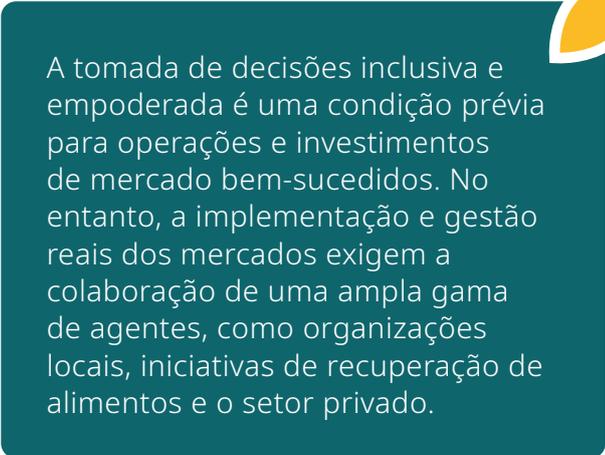
Isto é verdade, especialmente para **Cidade Quezon** que institucionalizou a colaboração com associações de fornecedores para garantir que as decisões de gestão de mercado sejam inclusivas e responsivas. Um parceiro central nesse esforço é a Federação de Vendedores de Mercado [*Federation of Market Vendors*], que representa mais de 300 membros em oito mercados públicos. Em vez de conceber os vendedores como receptores passivos da política, a cidade os reconhece como stakeholders importantes, cujas experiências diárias fornecem insights essenciais sobre as operações do mercado. Por meio da Federação, os vendedores participam

ativamente na resolução de questões urgentes, como contratos de aluguel, práticas de saneamento e melhorias de infraestrutura. Reuniões mensais de coordenação entre representantes da associação e escritórios do governo local são realizadas para fornecer uma plataforma de feedback contínuo, negociação e resolução conjunta de problemas, permitindo que as políticas se adaptem em tempo real às necessidades da comunidade do mercado.



Rua com barracas de mercado em Peshawar, Paquistão. ©GAIN

CONSTRUINDO PARCERIAS COM ORGANIZAÇÕES EXTERNAS



A tomada de decisões inclusiva e empoderada é uma condição prévia para operações e investimentos de mercado bem-sucedidos. No entanto, a implementação e gestão reais dos mercados exigem a colaboração de uma ampla gama de agentes, como organizações locais, iniciativas de recuperação de alimentos e o setor privado.

Parcerias podem melhorar a eficácia de um programa, aumentar o impacto das intervenções de mercado, garantir transparência, promover maiores adesões e expandir seu alcance. Ao adotar uma abordagem sistêmica que reconheça as dimensões sociais, econômicas e ambientais interligadas dos alimentos, os governos locais podem alinhar melhor os investimentos e as políticas para aumentar a eficiência em múltiplos objetivos e produzir resultados mais equitativos, sustentáveis e resilientes para todos [29].

Várias cidades fizeram parcerias com o setor privado para apoiar a gestão do mercado de alimentos, especialmente na separação, coleta e processamento de resíduos alimentares. Por exemplo, **Lusaka** colabora estreitamente com entidades privadas para implementar a separação de resíduos nos seus mercados, tal como **Cleveland**. Em janeiro de 2023, a cidade de Cleveland lançou um projeto piloto para reduzir o desperdício de alimentos e resgatar alimentos que seriam desperdiçados em seu histórico [West Side Market](#). Os parceiros incluíram o [Hunger Network](#), uma organização comunitária de resgate de alimentos, bem como parceiros locais de compostagem [Rid-All Green Partnership](#) e [Rust Belt Riders](#). O projeto realizou uma auditoria de resíduos e descobriu que a maior parte dos resíduos alimentares

era compostável. Ao longo de sua duração, o West Side Market resgatou 2.269 libras (1,13 toneladas) de alimentos para distribuição a 12 organizações e compostou quase 40.000 libras (18,14 toneladas) de alimentos. Depois disso, a cidade elaborou recomendações para desperdício de alimentos e recuperação de alimentos, incluindo a instalação de refrigeradores no local e carrinhos de compras para segurança e flexibilidade dos alimentos.

Essas parcerias não se limitam à perda e ao desperdício de alimentos, mas também podem ser aproveitadas para advocacy e coleta de conhecimento. **Curitiba**, por exemplo, construiu parcerias com o setor privado para desenvolver ferramentas de monitoramento e aumentar a conscientização pública sobre o consumo de alimentos saudáveis. De forma similar, **Dar es Salaam**, junto com o consórcio [Transforming Urban-Rural Food Systems \(TURFS\)](#), conduziu um estudo exploratório para a elaboração de um quadro de referências da cidade para um sistema alimentar circular, regenerativo e inteligente em termos climáticos, que também seja inclusivo, equitativo e justo. Este estudo se concentra em entender melhor as relações do sistema alimentar nas principais áreas, como agricultura local, periurbana e urbana, supermercados e mercados públicos de alimentos e governança multinível, com o objetivo de desenvolver um quadro de referências de modo a reduzir barreiras e aproveitar oportunidades para transformação sistêmica.

Para os planejadores urbanos de **Pittsburgh**, a discussão em torno dos mercados de alimentos é sobre reimaginar o acesso aos alimentos de maneiras sustentáveis e equitativas a longo prazo. Por esta razão, o Condado de Allegheny da cidade colabora com [Just Harvest](#), uma organização sem fins lucrativos local para implementar a iniciativa Fresh Corners. Ela ajuda lojas de bairro em áreas carentes de serviços a estocar produtos saudáveis e acessíveis, garantindo acesso a pé, especialmente em bairros identificados como desertos alimentares.



O QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS NA PRÁTICA

II. Infraestrutura de Mercado

A infraestrutura de um mercado de alimentos abrange elementos físicos e digitais, incluindo as instalações onde os mercados são realizados, espaços de armazenamento, logística que dá suporte às operações do mercado e plataformas digitais que melhoram a conectividade e a eficiência.

Mas a infraestrutura também inclui e requer componentes flexíveis para funcionar de forma eficaz. Isso inclui plataformas de governança, regulamentações, treinamento para pessoas que trabalham dentro e ao redor do mercado, etc., que pontos estes que são analisados mais detalhadamente nos outros três pilares do Quadro de Ação CityFood para Mercados.

A infraestrutura Física e digital desempenha um papel vital na resiliência e na melhoria dos meios de subsistência dos vendedores, nas práticas de higiene alimentar, na segurança alimentar, na redução do desperdício de alimentos, na qualidade nutricional dos alimentos e no aumento da conectividade e eficiência do mercado. Não importa se os mercados são ao ar livre ou se estão localizados em estruturas fechadas, os municípios podem desempenhar um papel fundamental no apoio aos vendedores e às instalações necessárias para montar as barracas e armazenar produtos, gerenciar resíduos e garantir que os consumidores possam acessar e utilizar o espaço de forma eficaz.

O nível de envolvimento municipal nesses aspectos pode variar significativamente. Em algumas cidades, os mercados de alimentos são administrados privadamente e realizados em propriedades privadas, com o papel do

município limitado a aplicar medidas de segurança. Em outras, o município assume total responsabilidade por organizar e regulamentar o mercado de alimentos, administrar edifícios, emitir licenças e muito mais.

No entanto, no que respeita à garantia de infraestruturas de mercado adequadas, mesmo os mercados administrados por entidades privadas ou sem fins lucrativos precisam de apoio municipal, seja por meio de investimentos público-privados, processos de alvará ou acesso a serviços municipais, como acesso à internet em todo o distrito, acesso rodoviário, iluminação pública e serviços de coleta de lixo. A infraestrutura digital, como plataformas online, pode melhorar ainda mais as operações dos mercados ao conectar produtores e consumidores, facilitar as vendas e fornecer insights em tempo real sobre o desempenho dos mercados.

MODERNIZAÇÃO E MANUTENÇÃO DA INFRAESTRUTURA

A rápida urbanização está aumentando a demanda por produtos frescos em áreas urbanas, colocando pressão significativa sobre a infraestrutura de mercado existente. Agricultores e vendedores frequentemente enfrentam desafios no transporte, armazenamento, manuseio higiênico e venda de seus produtos. Isso se deve a instalações comerciais inadequadas, falta de telhados e instalações de água, saneamento e saúde insuficientes, resultando em altos níveis de perda e desperdício de alimentos, redução da qualidade nutricional dos alimentos e perda de renda potencial.

Para enfrentar esses desafios, os governos locais podem desempenhar um papel importante fornecendo ou facilitando diretamente investimentos em melhorias de infraestrutura, como armazenamento refrigerado, sistemas de drenagem, estandes movidos a energia solar, sistemas de gestão de resíduos e compostagem e instalações com eficiência energética. Essas

melhorias ajudarão a atender à crescente demanda por alimentos frescos e saudáveis nas áreas urbanas.

O **Governo Metropolitano de Seul** concentrou suas políticas relacionadas o mercado na modernização da infraestrutura obsoleta dos mercados de alimentos. Em 2025, uma parcela significativa do orçamento de KRW 29,3 bilhões (aproximadamente US\$ 22,5 milhões) da cidade para mercados foi direcionada para melhorias de infraestrutura, visando preservar a competitividade e o valor único desses espaços. As principais medidas incluíram a expansão da infraestrutura de conveniência, como centros de atendimento ao cliente, banheiros e galerias, bem como o aumento da segurança por meio de CFTV atualizado e sistemas aprimorados de incêndio, eletricidade, gás e drenagem. Os mercados são obrigados a se inscreverem uma vez por ano para acessar esse orçamento, e a cidade prioriza as melhorias com base na urgência, e não no tamanho do mercado, para garantir que os fundos públicos sejam direcionados para onde são mais necessários.

De forma similar, o programa de Promoção da Produção e Processamento de Alimentos Locais de **San Luis Potosí** visa revitalizar os mercados municipais como espaços seguros, funcionais e inclusivos por meio de várias medidas, incluindo melhorias físicas, como manutenção do sistema, rampas e rotas seguras para pedestres.

Outro caso pode ser visto em **Rourkela**, onde 83% dos agricultores e vendedores citaram a falta de opções de armazenamento como o principal motivo para dificuldade de vendas. Com base nessa observação, investimentos em armazenamento refrigerado e infraestrutura de mercado aprimorada se tornaram medidas prioritárias para evitar dificuldade de vendas por parte dos agricultores e criar oportunidades econômicas mais sustentáveis para eles. Através do projeto "[E-cool Mandi](#)", o município demonstrou benefícios significativos na redução do desperdício de vegetais e na melhoria dos meios de subsistência das mulheres vendedoras.



Instalações frigoríficas de Rourkela. ©Pratham Parida, Koel Fresh Private Limited

Outro esforço importante foi a Atualização do Mercado Modelo em **Daca** pela DNCC, que introduziu melhorias práticas, incluindo melhores instalações sanitárias, sistemas de drenagem, lixeiras, estandes reorganizados e iluminação aprimorada. Essas mudanças foram testadas primeiro nos mercados de Mohakhali e Mohammadpur Town Hall, na cidade. Os resultados incluíram espaços de mercado mais limpos, seguros e fáceis de usar. Agricultores e consumidores se beneficiaram de conexões mais diretas, o que diminuiu a dependência de intermediários. Os mercados modernizados também proporcionaram segurança alimentar e nutrição, tornando os produtos frescos mais saudáveis e acessíveis.

Várias cidades implementaram programas para separar resíduos orgânicos em mercados de alimentos e realizar a compostagem, cujo produto mais tarde pode ser usado como fertilizante para agricultura urbana e hortas. Por exemplo, **Lusaka** introduziu biodigestores nos mercados e transformou um antigo lixão em uma instalação bem administrada, onde os resíduos são processados e reaproveitados. Outras cidades

como **Barcelona** implementaram programas de reciclagem para garantir a coleta de resíduos orgânicos nos mercados municipais.

Algumas cidades exploraram e implementaram estratégias inovadoras e infra-estruturas temporárias para garantir um fornecimento consistente de alimentos frescos às comunidades locais, como exemplificado por **Braşov**. Com apenas um mercado de alimentos atendendo uma população de 47.500 habitantes, Braşov enfrentou desafios para fornecer alimentos saudáveis e acessíveis aos seus moradores mais vulneráveis. Para resolver isso, o município investiu em mercados pop-up ("mercados temporários"), que acontecem semanalmente nos arredores da cidade, inclusive nos bairros economicamente mais desfavorecidos, oferecendo um fornecimento regular de alimentos frescos para famílias de baixa renda.

USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA OTIMIZAR AS OPERAÇÕES DE MERCADO

Além da infraestrutura física, os governos locais também podem aproveitar a tecnologia para melhorar a gestão dos mercados físicos e virtuais. Isso inclui otimizar as operações para agentes do mercado de alimentos em todo o espectro, fortalecer a acessibilidade ao mercado, melhorar a conexão entre agricultores e consumidores e obter insights valiosos sobre o desempenho do mercado por meio de abordagens baseadas em dados.

Uma dessas abordagens envolve a criação de plataformas digitais para conectar diretamente produtores e consumidores e facilitar as vendas nos mercados. **Braşov** está para lançar uma plataforma online que permitirá aos consumidores encomendar previamente os produtos dos agricultores e recebê-los diretamente no mercado.

Em **Curitiba**, a Secretaria Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (SMSAN) colabora com a Fundação de Ação Social de Curitiba para disponibilizar vouchers eletrônicos às famílias em situação de vulnerabilidade na compra de alimentos em [Armazéns da Família](#), que são

centros de varejo de alimentos subsidiados que atendem 388.000 famílias. Como parte de esforços mais amplos para modernizar os mercados e melhorar sua eficiência e acessibilidade, **Baltimore** ajudou a otimizar as operações e facilitar os métodos de pagamento para vendedores e agricultores ao implementar um sistema unificado de ponto de venda (POS) em todos os mercados da cidade, com os dados de vendas gerados também sendo usados para dar suporte a lances para novos investimentos.

A prefeitura de **Turim** lançou dois aplicativos, um para consumidores e outro para vendedores. O primeiro, [TorinoMercati](#), fornece informações atualizadas sobre os mercados da cidade, incluindo informações históricas, curiosidades e geolocalização para ajudar os usuários a encontrar o mais próximo. O aplicativo também oferece acesso direto à plataforma de entrega em domicílio de cada mercado, atualmente em fase piloto, com uma vitrine em tempo real dos produtos e preços disponíveis. O aplicativo TorinoMercati foi amplamente adotado em toda a cidade, com suporte de uma ampla campanha promocional que incluiu publicidade em larga escala e materiais promocionais. O segundo aplicativo, [Merc@to](#), é para os vendedores pagarem suas barracas diariamente e somente quando realmente as utilizarem, diferente do sistema anterior, em que eles tinham que pagar uma assinatura anual, independentemente do horário em que realmente utilizassem a barraca.

Além de fornecer essas infraestruturas, os governos locais também desempenham um papel importante na viabilização de ambientes favoráveis e no estabelecimento de regulamentações para espaços digitais, principalmente para segurança alimentar. Em **Bogor**, o surgimento de mercados digitais de alimentos como [Go-Jek](#) e [GrabFood](#) facilitou a expansão de oportunidades para vendedores ambulantes de comida ao fornecer plataformas físicas e virtuais, aumentando o acesso às suas ofertas e conscientizando sobre os alimentos culinários locais. No entanto, a segurança alimentar continua sendo um desafio, principalmente em mercados digitais, onde os

consumidores não têm total transparência sobre as operações dos vendedores. Para resolver isso, a cidade está desenvolvendo uma plataforma multisetorial para melhorar a segurança alimentar, a nutrição, a higiene e a redução de desperdício entre vendedores ambulantes de comida.

A **Cidade Quezon** introduziu opções de pagamento digital, como o PalengQR, para ajudar a modernizar as operações dos vendedores e incentivar uma participação mais ampla, especialmente entre empreendedores mais jovens. A cidade também introduziu o Quiosque de Serviços Eletrônicos QC, onde os moradores de Quezon podem acessar serviços como o [Business One-Stop Shop](#) (uma iniciativa projetada para agilizar e simplificar transações comerciais, permitindo que os proprietários de empresas solicitem, renovem e alterem convenientemente suas licenças e autorizações por meio de um sistema digitalizado), [QCitizen ID](#), QC Vax Easy, autorizações ocupacionais e de saúde.



Comerciante de alimentos frescos. Mercado de horticultura de Lizulu, Lilongwe, Malawi. ©ICLEI África



O QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS NA PRÁTICA

III. Financiamento e Incentivos

O suporte financeiro aos agentes do mercado de alimentos é fundamental para facilitar a venda de produtos acessíveis, frescos e de origem local. Os mecanismos de financiamento público (que podem ser complementados por investimentos do setor privado) podem assumir várias formas, desde investimentos em melhorias de infraestrutura até o fornecimento de conhecimento técnico e suporte, oferecendo estandes de mercado sem custo ou com custo mínimo e proporcionando o acesso a alimentos saudáveis por meio de programas de assistência à compra de alimentos.

GARANTIR FUNDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO DE ALIMENTOS

A fim de proporcionar acesso (físico e econômico) aos mercados, tanto para produtores como para consumidores, e para melhorar a infra-

estrutura do mercado, os municípios podem fazer parcerias com investidores privados ou aproveitar oportunidades de financiamento público.

Nos últimos dois anos, **Baltimore** conseguiu arrecadar com sucesso mais de USD 2 milhões para projetos de reforma por meio de uma combinação de subsídios federais e estaduais, bem como subsídios não governamentais. Esses fundos permitiram à cidade reduzir as barreiras para novos negócios, reduzindo os custos de inicialização, além de facilitar autorização para o [Programa de Assistência Nutricional Suplementar \(SNAP\)](#). Os sistemas de POS unificados também ajudaram a dar suporte aos esforços de arrecadação de fundos, oferecendo dados de vendas precisos sobre o mercado em sua totalidade para fornecer insights sobre seu desempenho.

De forma similar, a política do governo municipal de **Pemba** enfatiza parcerias por meio do trabalho em conjunto com organizações sem fins lucrativos locais e internacionais. Com o apoio de fundos do governo norueguês e da GAIN para a implementação efetiva, a cidade construiu um mercado público híbrido de alimentos no atacado e no varejo em 2023-2024. A estrutura do mercado físico e a infraestrutura resiliente ao clima, incluindo câmaras frigoríficas, foram complementadas por investimentos em capacidade e soluções de co-design em condições favoráveis, como treinamento de gestão, mecanismos de pagamento financeiro e práticas de segurança alimentar. Juntas, essas medidas visam melhorar o acesso a alimentos seguros, diversos e nutritivos, ao mesmo tempo em que proporcionam meios de subsistência aos vendedores e saúde a vendedores e consumidores.

Turim atualizou com sucesso a infraestrutura de mercado e financiou iniciativas promocionais alavancando diversas fontes de financiamento para complementar seu próprio orçamento. Uma contribuição significativa foi dada pelo “fundo dedicado do município para o apoio, promoção e revitalização da economia local”, financiado por grandes distribuidores varejistas. Desde 2010, as redes de varejo que desejam abrir novas lojas na cidade são obrigadas a contribuir com uma porcentagem de seu investimento para compensar o potencial impacto negativo sobre os negócios locais.

CONECTAR AGRICULTORES AOS MERCADOS



Fornecer suporte personalizado aos agricultores locais e pequenos produtores é essencial para ajudá-los a superar barreiras comuns, como infraestrutura inadequada, acesso a financiamento ou alcance limitado de mercado.

O apoio a agricultores locais e pequenos produtores pode assumir a forma de assistência financeira (por exemplo, microcréditos ou subsídios para a instalação de estandes de mercado), mas também de apoio em espécie (por exemplo, designando uma parte das barracas para seu uso, oferecendo programas de mentoria ou fornecendo suporte logístico). A promoção de produtos locais nos mercados e em toda a cidade também pode aumentar a visibilidade e as vendas [24, 25, 28, 30].

O [Círculo 47](#) de **Mérida** apoia produtores locais e promove cadeias de suprimentos curtas conectando-os a mercados justos, agregando valor aos seus produtos, aumentando a produção e destacando sua herança biocultural. Após um censo agrícola em junho de 2023, o programa estabeleceu uma linha de base e identificou 17 categorias de produção, que vão desde pecuária e cultivo até mel, tortilhas e produtos de valor agregado. Até o momento, o Círculo 47 facilitou 250 conexões entre 76 produtores e mercados.

Abordagens semelhantes podem ser vistas em **Braşov**, onde a cidade apoia os agricultores locais priorizando seu acesso às barracas, aplicando uma taxa de desconto e permitindo que eles paguem aluguel apenas pelos dias em que usam ativamente o espaço. Da mesma forma, **Cleveland** implementou o Programa [Gardening for Greenbacks](#), que apoia o desenvolvimento econômico de agricultores urbanos e empresas alimentícias, oferecendo até US\$ 5.000 em subsídios e apoiando os agricultores na forma de infraestrutura, ferramentas de jardinagem ou suprimentos necessários para expandir e vender para mercados locais.

Nos mercados da **Cidade de Ciências de Muñoz**, a maioria dos vegetais vem de distritos próximos (*barangays*), enquanto o gado, especialmente porcos, geralmente chega de outras províncias. Para fortalecer a agricultura local, o Departamento de Agricultura da Cidade apoia os agricultores fornecendo sementes e outros insumos, oferecendo programas de

treinamento, monitorando preços e promovendo práticas sustentáveis, como transformar cascas de arroz em biomassa.

Da mesma forma, no **Município de Sandhikharka**, o Grupo de Produção e Comercialização de Vegetais (*Vegetables Production and Marketing Group* - VPMG) reúne cerca de 400 a 500 mulheres produtoras de vegetais da cidade e de áreas rurais próximas, ajudando-as a chegar aos mercados e a se envolver com as autoridades municipais de forma mais eficaz do que fariam sozinhas.

MELHORAR O ACESSO AOS ALIMENTOS PARA COMUNIDADES VULNERÁVEIS

Oferecer incentivos financeiros aos consumidores — como vouchers — também pode ser particularmente eficaz para propiciar acesso de famílias de baixa renda a alimentos locais frescos e saudáveis. Com base nessa observação, muitos países e cidades implementaram programas e políticas de assistência alimentar. **Baltimore**, por exemplo, trabalha com o Departamento de Agricultura dos EUA no [Programa de Assistência Nutricional Suplementar \(SNAP\)](#), um programa nacional que visa fornecer assistência na compra de alimentos para famílias de baixa renda. A cidade facilitou as autorizações do SNAP para que quase todos os mercados aceitem pagamentos do SNAP para expandir o acesso a alimentos frescos. Outros municípios nos EUA também promoveram o SNAP por meio de legislação que exige que todos os mercados em sua jurisdição participem financiando a infraestrutura e a tecnologia necessárias para que os mercados aceitem e processem esses benefícios ou por meio de programas de contrapartida para complementar o financiamento federal.

Em **Pittsburgh**, o [Programa de Incentivos Nutricionais do Food Trust](#), ao oferecer *Food Bucks*, ajuda a tornar produtos frescos e outros alimentos saudáveis acessíveis e baratos. Os *Food Bucks* são basicamente incentivos do SNAP recebidos em forma de pontos de compra

por compradores que pagam com SNAP, e as receitas de produtos FBRx são distribuídas aos pacientes por seus provedores de saúde.

Em **Curitiba**, que colocou o direito humano à alimentação adequada no centro de sua política alimentar, os Mercados da Família oferecem frutas e vegetais de alta qualidade a preços acessíveis em áreas identificadas como desertos alimentares, estrategicamente localizados perto de terminais de ônibus e Armazéns da Família, tornando-os facilmente acessíveis aos moradores da cidade. A iniciativa do [Banco de Alimentos e Mesa Solidária](#) também redireciona alimentos comestíveis resgatados de instalações públicas para fornecer alimentos gratuitos, dignos e seguros para pessoas socialmente vulneráveis. Os beneficiários do Banco de Alimentos e da Mesa Solidária são apoiados pelo [Projeto Escolas de Segurança Alimentar e Nutricional](#), que lançou uma incubadora social na qual os moradores podem acessar cursos de formação profissional e oportunidades de emprego em colaboração com instituições de ensino, comércio e indústria para alcançar níveis mais elevados de emancipação social.

A **Cidade Quezon** está comprometida em melhorar o acesso aos mercados para comunidades vulneráveis, integrando sistematicamente considerações de Igualdade de Gênero e Inclusão Social (GESI) em todas as etapas do planejamento e implementação do programa. Isso envolve o desenvolvimento de iniciativas de apoio à subsistência que atendam ao conceito de GESI, o estabelecimento de indicadores claros de desempenho, juntamente com avaliações regulares de resultados, e investimentos estratégicos em ferramentas digitais e programas de capacitação voltados para o empoderamento de mulheres, jovens e idosos. Além disso, a institucionalização da coleta de dados desagregados, juntamente com a designação de pontos focais de GESI dentro de organizações locais, servirá para garantir que os programas não apenas alcancem, mas também abordem adequadamente as

necessidades específicas dos grupos mais vulneráveis e subrepresentados nos sistemas alimentares e de mercado de Quezon.

No **Município de Sandhikharka**, o Instituto de Estudos Avançados da Ásia do Sul (*Southeast Asia Institute of Advanced Studies* - SIAS) realizou um projeto de 2,5 anos chamado "Coprodução de um Ecosistema Empresarial Resiliente a Choques para Empresas Lideradas por Mulheres" (*Co-producing a Shock Resilient Business Ecosystem for Women-led Enterprises* - CREW). O projeto trabalhou com mulheres empreendedoras para fortalecer sua resiliência nas áreas social, política, ambiental, econômica e tecnológica. O suporte principal incluiu acesso a informações comerciais, ferramentas

digitais, treinamento em educação financeira, branding e plataformas de comércio eletrônico para ajudar empresas lideradas por mulheres a resistir a choques. A CREW foi ainda apoiada pelo [Programa Igualdade de Gênero em um Mundo de Baixo Carbono \(GLOW\)](#), que se concentrou em soluções inclusivas de gênero, de baixo carbono e baseadas em tecnologia para mulheres agricultoras. Por meio de sistemas de informação baseados em dispositivos móveis, treinamento digital e vínculos de comércio eletrônico, o GLOW ajudou mulheres agricultoras a terem melhor acesso ao mercado, fortalecer habilidades financeiras, expandir seus negócios e adotar práticas agrícolas mais sustentáveis do ponto de vista ambiental.



O QUADRO DE AÇÃO CITYFOOD PARA MERCADOS NA PRÁTICA

IV. Capacitação e Conscientização

Embora a adaptação da estrutura política e o investimento em infraestrutura física sejam pilares essenciais para apoiar os mercados de alimentos, eles, por si só, não são suficientes para aumentar a venda e o consumo de alimentos saudáveis e de boa qualidade. A esse respeito, **os governos locais são fundamentais para influenciar tanto o que os vendedores promovem e vendem quanto o que os consumidores escolhem comprar.**

FORTALECIMENTO DAS CAPACIDADES DOS VENDEDORES E DAS ESTRUTURAS DE INCENTIVOS

Os vendedores de alimentos são vitais para as economias urbanas na maioria das economias emergentes, proporcionando trabalho autônomo a milhões de pessoas. No entanto, muitos enfrentam desafios como competências limitadas em matéria de negócios e nutrição,

juntamente com restrições no acesso ao crédito formal, que restringem a sua capacidade de aproveitar novas oportunidades de mercado e os deixam vulneráveis a choques econômicos [31]. Além disso, ao contrário dos países de alta renda, que normalmente têm sistemas bem estabelecidos para regular e aplicar a higiene e a segurança alimentar, muitos países de baixa e média renda (PBMR), especialmente em nível local e municipal, não têm os recursos (financiamento, conhecimento, ferramentas), as competências e/ou as infra-estruturas necessárias para cuidar adequadamente da higiene e da segurança alimentar [32]. Essa área conecta questões centrais como custos e benefícios dos negócios dos vendedores às competências de higiene alimentar, nutrição, objetivos de redução de desperdício alimentar, investimento em infraestruturas de mercado, prestação de serviços básicos como água e governança dos sistemas alimentares [22,33].

Para facilitar a conformidade e implementar a aplicação das regulamentações relacionadas à segurança alimentar, é necessário fornecer as condições — a infraestrutura, o acesso a elas e o treinamento para usá-las — para que vendedores, comitês de mercado, funcionários do governo municipal e outros alcancem com sucesso esses requisitos. No entanto, a higiene e a segurança alimentar muitas vezes dependem das ações dos agentes da cadeia de abastecimento, da rastreabilidade relacionada e do comportamento dos consumidores. Essa responsabilidade recai particularmente sobre os vendedores dos mercados, que constituem agentes-chave na cadeia de abastecimento alimentar, estando em contato direto com os consumidores e, portanto, sendo questionados sobre higiene e segurança alimentar. Por outro lado, na cadeia de abastecimento, aumentar a conscientização do consumidor por meio de campanhas e educação oferece uma dimensão adicional às intervenções de higiene e segurança alimentar.

Cada vez mais, cidades em países de baixa e média renda estão implementando uma variedade de iniciativas de higiene e segurança alimentar para dar suporte aos vendedores e atingir os padrões exigidos.

Em **Mbale**, o conselho municipal fornece serviços de treinamento e extensão aos agricultores com o objetivo de melhorar as práticas agrícolas, o conhecimento sobre colheita oportuna, práticas seguras de manuseio de alimentos e métodos de armazenamento adequados. Para melhorar ainda mais as práticas de segurança alimentar, o [Programa Boa Alimentação para as Cidades \(GF4C\)](#) facilitou um programa de treinamento em segurança alimentar e convidou os vendedores a colocarem em prática o que aprenderam participando de uma competição. Esses programas, que adotam uma abordagem holística para lidar com a segurança alimentar por meio da implementação de atualizações de mercado e treinamento, têm se mostrado eficazes

para mudar as perspectivas de consumidores e vendedores em direção a melhores práticas de segurança alimentar e higiene.

Em **Beira**, iniciativas de liderança, como a Campanha Bons Alimentos, promovem práticas de higiene e segurança alimentar entre vendedores de mercado que são membros voluntários da campanha. Uma combinação de investimentos em infraestrutura nos mercados nos últimos anos, incluindo estruturas de água, saneamento e saúde, treinamento em segurança alimentar e o projeto e implementação do comitê de gestão de mercado multissetorial liderado pelo conselho municipal, apoia ainda mais mercados resilientes ao fornecer um espaço de alimentos seguro e limpo com práticas higiênicas para o benefício de vendedores e consumidores, inclusive em algumas das áreas comunitárias mais vulneráveis de Beira.

Hawassa introduziu um programa abrangente de segurança alimentar no mercado de Aroge Gebeya por meio da iniciativa GAIN-EatSafe, combinando estratégias de mudança de comportamento com treinamento de vendedores realizado no mercado. Por meio de mensagens culturalmente ressonantes transmitidas por rádios da comunidade, cartazes e eventos públicos, o programa aumentou com sucesso a conscientização sobre higiene e segurança alimentar, principalmente entre as mulheres, que constituem a maioria dos vendedores e consumidores. Ao mesmo tempo, sessões de treinamento curtas e flexíveis nos mercados forneceram orientações práticas sobre manuseio de alimentos, práticas de higiene e métodos de armazenamento, com base na distribuição de materiais de baixo custo, como sabão, desinfetantes, ferramentas de purificação de água e caixas codificadas por cores. Essa abordagem integrada ajudou os vendedores a fortalecerem sua capacidade de cumprir as normas de segurança alimentar, ao mesmo tempo em que promovia ambientes de mercado mais seguros para os consumidores.

Para melhorar a segurança dos alimentos vendidos, **Fort Portal** reconheceu oficialmente os vendedores como contribuintes vitais para o sistema alimentar. O município registrou e mapeou os vendedores por nome e localização da rua e, em seguida, os agrupou perto de instalações de água e saneamento. Um plano de compartilhamento de custos permitiu que os vendedores obtivessem equipamentos de manuseio de alimentos, como aventais, melhorando os padrões de higiene e fortalecendo a confiança do consumidor. Ao mesmo tempo, os vínculos com agricultores agroecológicos melhoraram a qualidade dos alimentos vendidos nos mercados.

Para melhorar as competências dos fornecedores locais, a **Cidade Quezon** lançou a primeira [Escola de Negócios de Vendedores](#) (*Vendor Business School - VBS*), um projeto conjunto da Iniciativa Cidades Resilientes do CGIAR e do Governo da Cidade Quezon. O programa foi criado para equipar os vendedores com habilidades empresariais essenciais para melhorar seus meios de subsistência. Ao longo de 10 semanas, os alunos-vendedores participaram de sessões em grupo que abordaram tópicos importantes como manutenção de registros comerciais, estratégias de crescimento de vendas, segurança alimentar, relações com clientes, liderança, adaptação às mudanças climáticas e sazonalidade das colheitas. Para complementar essas aulas, o programa também ofereceu três meses de treinamento individual, dando aos vendedores orientação personalizada para fortalecer e aplicar o que aprenderam.

NORMALIZAR PRÁTICAS ALIMENTARES SUSTENTÁVEIS NO AMBIENTE DO MERCADO

Os municípios têm um papel fundamental em incentivar gestores de mercado, líderes de comitês, líderes de grupos alimentícios e vendedores a vender alimentos nutritivos e produzidos de forma sustentável. Eles também devem promover esses produtos no mercado e incentivar práticas sustentáveis, como reduzir

e gerenciar efetivamente o desperdício de alimentos. Reconhecendo isso, **Barcelona** lançou seu [Comércio Verde](#), iniciativa que treina e incentiva vendedores a vender produtos locais e orgânicos provenientes diretamente de agricultores e mercados de peixes locais. Esse programa, que agora foi estendido a todos os mercados municipais da cidade, também incentiva os vendedores a colaborar com bancos de alimentos para combater o desperdício de alimentos.

Esta questão também foi abordada de forma semelhante pela SMSAN em **Curitiba** através de iniciativas como o [Projeto de Redução de Desperdício de Alimentos](#). A partir de um diagnóstico que identificou resíduos orgânicos aproveitáveis gerados em mercados e feiras públicas, foram mapeadas e cadastradas instituições sociais para as quais os alimentos comestíveis poderiam ser redirecionados. Para apoiar esses esforços, a cidade oferece aos vendedores treinamento sobre separação de alimentos para incentivar o aumento nas doações de alimentos, como no Mercado Municipal de Curitiba, que pretende se tornar o primeiro mercado com desperdício zero do país. Além disso, o Programa de Desenvolvimento Produtivo Integrado da Região Metropolitana oferece apoio técnico e institucional aos agricultores familiares locais, facilitando assim seu acesso aos mercados.

De forma similar, **Zapopan** está estudando o desenvolvimento de espaços em mercados municipais para a venda de produtos que não atendem aos padrões estéticos dos supermercados. Esta iniciativa surge a partir do mais recente diagnóstico de desperdício da cidade, que revelou que uma parcela significativa dos alimentos descartados ainda estava em boas condições para consumo.

Em **Turim**, o projeto RePoPP oferece outra resposta inovadora ao desperdício de alimentos, ao mesmo tempo que promove a inclusão social e a solidariedade. A iniciativa, liderada por uma associação local sem fins lucrativos, envolve

jovens migrantes em situações precárias na coleta de alimentos excedentes no final do dia de mercado. Essa comida é então distribuída gratuitamente em uma barraca dedicada a famílias de baixa renda. Todos os itens restantes são reaproveitados, cozidos e disponibilizados na tarde seguinte para os necessitados.

Além dos programas de treinamento, ferramentas adicionais podem ser exploradas, como em **Lusaka**, que lançou uma campanha para obrigar os vendedores a limpar os mercados no último sábado de cada mês. O **Cidade de Ciências de Muñoz** gerencia resíduos em seus mercados públicos mediante fiscalização do CENRO da separação obrigatória de resíduos na fonte, realizada por pessoal de coleta dedicado e limpadores ecológicos. Os resíduos são coletados duas vezes ao dia, e os limpadores ecológicos mantêm a limpeza durante todo o horário de funcionamento do mercado. Os vendedores dos mercados são obrigados a separarem seus resíduos em lixeiras e composteiras designadas, e o não cumprimento está sujeito a uma multa de PHP 500 (USD 8.73) na primeira infração. Os resíduos coletados são transportados para a Unidade de Recuperação de Materiais (URM) para processamento e destinação.

ENGAJAR OS CONSUMIDORES POR MEIO DA EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO

A colaboração com líderes de mercado e vendedores é fundamental para ajudar a moldar os mercados como ambientes alimentares que oferecem aos consumidores muitas opções de alimentos saudáveis, seguros e acessíveis. No entanto, também é importante complementar isso com conscientização e educação do consumidor para facilitar escolhas alimentares mais informadas. É por isso que várias cidades decidiram organizar passeios ou visitas escolares em mercados para aproveitar o potencial dos mercados como espaços de aprendizagem e conscientização.

Braşov organiza passeios por mercados de alimentos — entre adultos e crianças— para conscientizar sobre os benefícios de se consumir produtos frescos, locais e sazonais. Em **Barcelona**, passeios semelhantes são organizados para que alunos aprendam sobre consumo sustentável de alimentos e maneiras de evitar o desperdício de alimentos. Ambas as cidades também implementaram um sistema dedicado de rotulagem ou codificação por cores para facilitar a identificação das barracas dos agricultores pelos consumidores. Além disso, **Barcelona** complementou esses esforços lançando uma campanha publicitária mais ampla sobre a importância dos produtos locais para preparar pratos tradicionais e sazonais.

Em Pittsburgh, a Iniciativa [Healthy Corner Store \(HCSI\) do Food Trust](#) e o programa Heart Smarts colaboram para garantir que os moradores tenham acesso a alimentos nutritivos e informações para escolher opções mais saudáveis em sua mercearia local. Ao fornecer educação nutricional nos comércios, incentivos direcionados e assistência técnica, os programas ajudam os comerciantes a transformarem seus negócios em centros de saúde comunitários acessíveis.



Barracas azuis sinalizando revendedores no Mercado Astra. ©Andrei Paul, Município de Braşov

Algumas cidades optaram por concentrar seus esforços de conscientização em grupos específicos e áreas temáticas. Em **Bogor**, por exemplo, a maioria das crianças em idade escolar compra seus lanches e refeições diárias de vendedores ambulantes de comida. Para promover dietas mais saudáveis e incentivar escolhas alimentares informadas, a cidade lançou vários programas para melhorar a nutrição infantil em casa e nas escolas. Essas campanhas — por exemplo, [Coma Peixe às Sextas-feiras](#), [Semana Nacional do Café da Manhã](#), [Movimento de Alimentação Segura](#), e [Campanha Escolas Saudáveis](#)— ajudam a conectar iniciativas em nível municipal com esforços nacionais. Em colaboração com o Governo Municipal de Bogor, o Ministério das Cooperativas e Pequenas e Médias Empresas (MSMEs) promove ativamente sistemas alimentares locais e microempresas, incluindo aquelas dentro dos mercados de rua da cidade. Isso inclui iniciativas como festivais que destacam produtos locais, como o feijão Koro. Durante a pandemia da COVID-19, em um momento em que os mercados foram essenciais para garantir que os moradores das cidades tivessem acesso a alimentos, a **Dhaka North** City Cooperation também aproveitou os seus mercados como instituições para promover a saúde pública através de campanhas de segurança alimentar e formação sobre higiene e gestão de resíduos.

LIBERTAR O POTENCIAL SOCIAL DOS MERCADOS DE ALIMENTOS

Como espaços urbanos, os mercados de alimentos podem ser ainda mais aproveitados como um componente essencial do tecido social de uma cidade.

Os mercados de alimentos reúnem todos os tipos de populações de todos os gêneros, idades e classes socioeconômicas e representam espaços de coesão social, diálogo e celebração das culturas alimentares locais.

Para liberar o potencial muitas vezes inexplorado dos mercados de alimentos, os governos locais podem começar analisando os padrões de consumo e os perfis socioeconômicos em diferentes mercados para adaptar programas às diversas necessidades. Em **Braşov**, por exemplo, pesquisas revelaram que mercados permanentes são mais populares entre os idosos, enquanto mercados pop-up atraem famílias. Essa percepção permitiu que a cidade personalizasse atividades sociais — como degustações e eventos musicais — para melhor atender às preferências de diferentes perfis de consumidores.

Da mesma forma, em **Barcelona**, os mercados municipais sediaram mais de 500 eventos culturais e gastronômicos somente em 2023 e organizaram passeios em mercados para mais de 7.000 estudantes. Em **Recife**, os mercados públicos servem como centros vibrantes de tradição, cultura e culinária. Durante o Carnaval, os mercados ganham ainda mais destaque, sediando eventos descentralizados que atraem turistas e moradores locais. O mesmo ocorre durante o tradicional São João da região, em junho, quando a CONVIVA Mercados e Feiras, órgão municipal responsável pela gestão de mercados e feiras, integra seu espaço à programação artística com apresentações itinerantes.

Em **Rawalpindi**, as “Ruas de Comida” são uma forma inovadora pela qual a Autoridade de Desenvolvimento de Rawalpindi está tentando reinventar a comida de rua para vendedores e consumidores por meio de melhor planejamento, investimento e modernização. Uma abordagem cada vez mais adotada por outras cidades na província de Punjab, essas iniciativas visam estabelecer as Ruas de Comida como centros socioculturais e zonas econômicas, capturando o valor histórico da cidade e fornecendo locais desejáveis de comida, tradição, interação social e geração de meios de subsistência. Em Rawalpindi, foi inaugurada recentemente a Nova Rua de Comida Kartarpura, em Chandni Chowk, servindo como um mercado familiar cujo design foi inspirado nos festivais gastronômicos do Ramadã.



Estudos de caso: Cidades transformando seus mercados de alimentos ao redor do mundo

Os 31 estudos de caso globais a seguir fornecem exemplos concretos de como governos locais da África, Europa, América do Norte, América do Sul e Sul da Ásia desenvolveram estratégias e soluções inovadoras para enfrentar os desafios nos mercados de alimentos. Eles serviram de inspiração para os quatro pilares do Quadro de Ação CityFood para Mercados. Desenvolvidos em conjunto pelo ICLEI e GAIN, com contribuições valiosas de cidades e parceiros regionais, os estudos de caso refletem uma rica diversidade geográfica de todas as redes ICLEI e GAIN, oferecendo um conjunto de soluções que podem ser aplicadas a diferentes contextos. A seleção priorizou iniciativas lideradas por governos

locais, com o objetivo de identificar boas práticas em vários subtópicos que pudessem ser compartilhadas e replicadas.

Esses estudos de caso não apenas mostram soluções inovadoras, mas também destacam o poder da colaboração e da liderança local na transformação de mercados. As cidades podem moldar o futuro dos mercados de alimentos por meio de políticas, infraestrutura e inovação, influenciando o que é cultivado, comercializado e consumido. Ao aprender com essas experiências, os líderes urbanos podem adaptar e dimensionar estratégias impactantes que promovam sustentabilidade, resiliência e inclusão.



Baltimore, EUA

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Baltimore abriga um dos mais antigos sistemas de mercado público em operação contínua nos Estados Unidos, com seis mercados públicos históricos atendendo a cidade por mais de 200 anos. Inicialmente focados em produtos frescos, esses mercados se diversificaram ao longo do tempo para incluir uma mistura de produtos locais, agregadores de produtos e vendedores de alimentos preparados. Cada mercado é único, oferecendo uma grande variedade de alimentos frescos, com a maioria oferecendo acesso aos benefícios do [Programa de Assistência Nutricional Suplementar \(SNAP\)](#), o maior programa de assistência nutricional dos EUA. Além dos mercados públicos, Baltimore abriga uma rede robusta de feira livre, que desempenha um papel vital no sistema alimentar local da cidade. Entre elas, o Baltimore Farmers Market se destaca como o maior do estado de Maryland, representando um marco da comunidade há 47 anos.

Com base nesse legado, a cidade planeja lançar uma nova feira livre em um terreno municipal reaproveitado no próximo ano. Esta feira se concentrará na oferta de ovos, aves e carne bovina e ovina de origem local, aumentando ainda mais o acesso a alimentos frescos produzidos regionalmente.



 556.723 habitantes

 239 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Serviços financeiros e profissionais
- Tecnologia de saúde e biociências
- Cultura e turismo
- Serviços de informação e criativos
- Logística
- Manufatura avançada

VOCÊ SABIA?

Baltimore abriga o mais antigo mercado público em operação contínua nos EUA, com o Mercado Lexington fundado em 1782 —servindo sabores e história há mais de 240 anos.

*Foto: Mercado Lexington de Baltimore.
©Abigail Lammel*

Os mercados públicos de Baltimore são administrados por uma agência paraestatal que opera de forma independente, mas colabora com um conselho de diretores. Essa agência, com apoio de uma equipe administrativa de 12 pessoas, cuida de todos os aspectos das operações de mercado, incluindo manutenção, sistemas de ponto de venda (POS) e suporte a pequenas empresas. Além disso, Baltimore desempenha um papel fundamental na organização de uma convenção anual juntamente com um grupo dedicado de pessoas que gerenciam mercados locais e feiras livres. Esse evento atrai participantes de regiões vizinhas, oferecendo uma plataforma para aprendizado, networking e compartilhamento de soluções inovadoras que beneficiam a comunidade em geral.

DESAFIOS

Baltimore enfrenta um desafio significativo com desertos alimentares, com mercearias limitadas em toda a cidade. Embora os mercados públicos e feiras livres tentem resolver esse problema, o alto custo dos produtos locais continua sendo uma barreira, e as parcerias com organizações de desenvolvimento comunitário continuam sendo essenciais. Além disso, Baltimore pretende expandir o acesso a alimentos frescos aumentando o alcance da infraestrutura do SNAP e de alvará em nome de vários mercados.

Na última década, pequenos agricultores independentes vêm se aposentando e encerrando operações, e está se tornando difícil integrar novos agricultores aos mercados municipais. Agricultores em atividade descobriram que possuem capacidade limitada para operar barracas, o que faz com que os produtos locais sejam vendidos por vendedores. Para enfrentar esse desafio, há uma necessidade reconhecida de apoio mais abrangente a esses mercados municipais, e esforços de reconstrução estão em andamento para melhorar o acesso a alimentos saudáveis em áreas economicamente deprimidas. Estão sendo exploradas parcerias com fundações de caridade para garantir subsídios para esses projetos de desenvolvimento comunitário.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A Divisão de Política e Planejamento Alimentar de Baltimore, com apoio de especialistas em acesso a alimentos, resiliência e planejamento de sistemas, está na vanguarda da construção de um sistema alimentar urbano justo e sustentável. Através da [Iniciativa de Política Alimentar de Baltimore \(BFPI\)](#), a divisão concentra-se em três pilares principais: promover a colaboração interinstitucional, coordenar a [Coalizão de Ação em Política Alimentar \(Food PAC\)](#), e contratar [Consultores Residentes em Equidade Alimentar \(RFEA\)](#). Esses esforços trabalham juntos para abordar disparidades em saúde, economia e meio ambiente, especialmente em comunidades que enfrentam altos níveis de insegurança alimentar.

A abordagem da divisão prioriza quatro estratégias principais. Primeiro, ela usa políticas para criar um sistema alimentar mais equitativo, integrando considerações alimentares em iniciativas governamentais e colaborando com moradores em pesquisas, planejamento e formulação de políticas. Em segundo lugar, cria resiliência nos níveis individual, comunitário e sistêmico ao lidar com necessidades alimentares urgentes e, ao mesmo tempo, promover a sustentabilidade e a equidade a longo prazo. Em terceiro lugar, a divisão apoia e amplia a economia alimentar local através de iniciativas como normas e programas de ["Boa Aquisição de Alimentos"](#), que apoiam empresas alimentícias locais e esforços de recuperação. Por fim, promove a agricultura urbana ao identificar e disponibilizar terras de propriedade da cidade para a agricultura, criando caminhos para a propriedade da terra e apoiando os produtores na adoção de práticas sustentáveis, responsáveis e lucrativas. Esses esforços refletem o compromisso de Baltimore em garantir equidade alimentar e resiliência para todos os moradores.

Os mercados públicos e feiras livres de Baltimore operam sob rígidas estruturas regulatórias. Os comércios devem ser registrados em nível federal e estadual e obter um alvará municipal para operar nos mercados. Esses comércios também estão sujeitos a inspeções regulares para garantir a conformidade com as normas de segurança alimentar. Atualmente, os mercados estão implementando sistemas de POS unificados para otimizar as operações e ajudar a garantir dados de vendas precisos, facilitar diversos métodos de pagamento e permitir o rastreamento eficiente de métricas de retenção de consumidores. Esse avanço tecnológico faz parte de esforços mais amplos para modernizar os mercados e melhorar sua eficiência e acessibilidade, com os dados gerados também sendo usados para dar suporte a lances de investimento e à viabilidade dos mercados.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Nos últimos dois anos, Baltimore conseguiu arrecadar com sucesso mais de USD 2 milhões para projetos de reforma por meio de uma combinação de subsídios federais e estaduais, bem como subsídios não governamentais. Esses fundos permitiram à cidade reduzir as barreiras para novos negócios, ao diminuir os custos de inicialização, facilitar autorização para o SNAP e contratar um Gestor de Equidade Alimentar. Para garantir financiamento eficaz para iniciativas de mercado de alimentos

na cidade, Baltimore recomenda diversas estratégias, incluindo contratar uma pessoa dedicada ao desenvolvimento ou terceirizar a redação de propostas de financiamento, manter-se atualizado com mudanças de políticas e oportunidades de financiamento, e utilizar contratos de arrendamento e um sistema de POS unificado para informações agregadas sobre vendas no mercado, métodos de pagamento e métricas de retenção de consumidores.



Barcelona, Espanha

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Barcelona abriga 38 mercados públicos de alimentos frescos, distribuídos pelos dez distritos da cidade e todos localizados em prédios cobertos. 65% da população tem um mercado a 10 minutos de caminhada, e 85% dos consumidores vão até lá a pé. Legalmente, as regulamentações locais da Prefeitura de Barcelona regem as operações do mercado, enquanto as regulamentações sanitárias, agrícolas e comerciais são emitidas pelo Governo Regional da Catalunha.

A gestão dos mercados municipais é partilhada entre agentes públicos e privados:

- O Instituto de Mercados Municipais de Barcelona (IMMB), uma entidade autônoma no âmbito municipal, é responsável pela manutenção de edifícios, administração, gestão comercial e promoção de mercados, colaborando com vários departamentos da cidade em políticas alimentares, gestão de resíduos e mobilidade.
- A Federação de Mercados Municipais de Barcelona (FEMM) reúne diversas associações de vendedores e representa seus interesses no Conselho de Administração do IMMB. Cada mercado é coordenado por sua própria



 1.660.000 habitantes

 99 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Processamento e fabricação de alimentos
- Cultura e turismo
- Serviços

VOCÊ SABIA?

Os mercados de Barcelona abrigam diferentes tradições culturais. Durante a Festa de São João, em junho, que celebra o santo padroeiro da Catalunha e o solstício de verão, os mercados ficam cheios de bolos e cava. No Halloween, tudo gira em torno de castanhas e batatas-doces, mantendo viva a tradição secular para os frequentadores do mercado.

Foto: Mercado de Sant Antoni. ©Prefeitura de Barcelona

associação de vendedores (que inclui um Conselheiro do IMMB), que é responsável pela manutenção diária dos equipamentos do mercado, supervisão geral do mercado e esforços de revitalização.

Além dos 38 mercados municipais, há feiras livres semanais, administradas diretamente por cada distrito. O IMMB mantém um relacionamento próximo com os distritos e associações de bairro, que também desempenham um papel importante na gestão do mercado e estão envolvidos no processo de tomada de decisões da prefeitura.

DESAFIOS

A cidade de Barcelona enfrenta vários desafios para melhorar e alavancar mercados de alimentos frescos, incluindo a promoção de cadeias de abastecimento alimentar mais curtas e o envolvimento direto de agricultores da região. Além do espaço agrícola limitado ao redor da cidade, os agricultores enfrentam uma série de restrições regulatórias, burocráticas e de tempo que dificultam seu acesso direto aos mercados e podem desencorajar novas gerações de assumir empregos relacionados à agricultura. Esses desafios resultaram, especificamente, em tensões crescentes entre os mercados municipais e as feiras livres.

Os mercados de alimentos frescos também enfrentam uma concorrência cada vez maior com os supermercados, que têm horários de funcionamento mais longos e muitas vezes são mais baratos. Principalmente nos bairros mais pobres, muitas pessoas preferem supermercados a mercados (mais caros), um sintoma de desigualdade econômica e social no acesso dos consumidores aos mercados.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para enfrentar esses desafios, o IMMB lançou uma série de iniciativas, incluindo aquelas voltadas para estudantes, para promover produtos frescos e locais e educar os moradores sobre seus benefícios. O IMMB também aproveitou o poder dos mercados como espaços importantes para a inclusão social (especialmente para atender idosos e recém-chegados), organizando eventos nos próprios mercados², e como meio de enfrentar os desafios climáticos, reduzindo o desperdício de alimentos e aumentando a eficiência energética dos edifícios.

Barcelona tem trabalhado para promover produtos locais e regionais para aumentar a competitividade e a sustentabilidade dos mercados municipais. Através do programa [Comércio Verde](#), os vendedores são incentivados

a vender mais 'produtos alimentícios verdes' — ou seja, alimentos vindos diretamente dos agricultores ou do leilão do mercado de peixes. Os incentivos se concentram no marketing e na distribuição de produtos locais por meio do treinamento de vendedores (por exemplo, sobre como usar as mídias sociais como uma ferramenta de promoção) e um novo sistema de rotulagem que torna mais fácil para os consumidores identificarem barracas que vendem “produtos verdes”. O município também desenvolveu uma campanha comercial para anunciar essas vendas por meio de material informativo exposto no mercado e continua a promover pratos tradicionais e sazonais, vinculando-os à amplamente reconhecida dieta mediterrânea. Em abril de 2024, cerca de 500 vendedores faziam parte deste projeto.

Para combater a perda e o desperdício de alimentos, o IMMB estabeleceu iniciativas de conscientização (ou seja, incentivando vendedores a estabelecer parcerias com bancos de alimentos), programas de reciclagem para separar resíduos orgânicos nos mercados e melhorias de infraestrutura para adicionar novos espaços de armazenamento refrigerado. Através do projeto [Plástico Zero](#), parte do programa Comércio Verde, o IMMB visa combater o desperdício de plástico de uso único.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

As diversas iniciativas de Barcelona alcançaram resultados significativos nos últimos anos. Os últimos números mostram que 60,7% da população local compra em mercados de alimentos frescos. O município alavanca seus mercados de alimentos frescos como um componente essencial do tecido social, sediando diversas atividades culturais e gastronômicas (550 eventos somente em 2023) e organizando visitas ao mercado para crianças e jovens (7.000 estudantes em 2023). A cidade conseguiu reduzir o desperdício total dos mercados em 26,8% desde 2019 e aumentar a produção de energia

2 “Mercats per la Porta Gran” e “Menja’t el Món.”

renovável (por exemplo, por meio de painéis solares nos telhados dos mercados), fornecendo um fornecimento estável de água quente e reduzindo as emissões de GEE em 151 toneladas.

Essas intervenções, combinadas com diversas atividades educacionais, visam aumentar o número de pessoas que compram nos mercados municipais. O município também está tentando atenuar as tensões entre os mercados municipais e as feiras livres, facilitando o acesso dos agricultores aos mercados municipais e apoiando financeiramente as feiras livres existentes.

Olhando para o futuro, juntamente com investimentos contínuos em infraestrutura de economia de energia e energia renovável nos mercados, o IMMB está planejando melhorar a gestão do mercado municipal, aprimorando a coleta de dados sobre hábitos de consumo e compra para ajudar na tomada de decisões, fortalecendo o papel das associações de vendedores e da FEMM, e trabalhando em um modelo de suporte econômico para promover a autossuficiência econômica das associações de vendedores.



Beira, Moçambique

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Regulamentar, investir e supervisionar os mercados é uma responsabilidade municipal atribuída à Prefeitura da Beira e faz parte do mandato do Conselho Municipal de Promoção de Atividades Econômicas e Mercados. Para facilitar a disponibilidade, acessibilidade, higiene e segurança alimentar nos mercados, esse conselho conta com o apoio de várias outras secretarias do governo municipal, incluindo as Secretarias Saúde, Agricultura, Saneamento, Meio Ambiente, Transporte e Planejamento Urbano. A PROCONSUMERS, Associação para o Estudo e Defesa do Consumidor, é uma iniciativa nacional que também atua nos mercados públicos, solucionando conflitos entre vendedores e consumidores, garantindo que não sejam vendidos alimentos inseguros aos consumidores e que as balanças sejam calibradas corretamente [34].

Beira tem 14 mercados públicos (formais) de alimentos, categorizados como Mercados Atacadistas de Abastecimento, Distritais, Rurais e/ou Provisórios. Esses mercados vendem produtos alimentícios frescos, como frutas e vegetais, peixes e produtos de origem animal. Embora os mercados públicos sejam registrados no município e os vendedores paguem taxas para ocupar seus espaços, ainda há um alto grau de informalidade dentro e ao redor desses



 592.090 habitantes

 620 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura
- Pesca
- Serviços

VOCÊ SABIA?

Como uma grande cidade portuária com o Oceano Índico de um lado e países sem litoral como Zimbábue e Malawi do outro, Beira é um centro econômico estratégico e vital para a região.

Foto: Mercado de Munhava, renovado com o apoio do Projeto Mantendo os Mercados de Alimentos em Funcionamento da GAIN. ©GAIN

mercados. Aproximadamente 40 mercados informais surgiram espontaneamente, muitas vezes em resposta à demanda por alimentos frescos e outros bens, especialmente em áreas carentes. Eles também aparecem fora dos mercados públicos de alimentos, fornecendo produtos complementares importantes, como itens secos e enlatados, bem como serviços de processamento, incluindo moagem, prensagem ou fatiamento de produtos frescos, como folhas ou cocos. Esses produtos e serviços não são encontrados em mercados públicos formais, pois estes tendem a se concentrar na venda de alimentos frescos. Com a interligação dos mercados formais e informais, alguns vendedores optam por vender tanto em mercados de rua públicos quanto informais, mas em momentos diferentes [34].

DESAFIOS

As mudanças climáticas são evidentes no aumento do nível do mar, em eventos de inundações severas e na ocorrência crescente de ciclones de alto impacto e tempestades tropicais. A infraestrutura de Beira, incluindo estradas e mercados, bem como cadeias de abastecimento e operações de mercado, foram significativamente impactadas por tais perturbações climáticas. Além disso, a disponibilidade de alimentos em Beira depende em grande parte de longas cadeias de abastecimento transfronteiriças e do transporte rodoviário, mas alguns produtos vêm de perto, como os ovos. Dessa forma, a resiliência econômica dos pequenos agricultores locais e as longas cadeias de abastecimento, bem como as restrições do mercado interno, têm, cada uma delas, uma influência significativa na forma como os vendedores vendem e armazenam alimentos [34].

Os mercados de alimentos públicos e locais muitas vezes não recebem serviços públicos essenciais, como serviços básicos de água, saneamento e saúde e de gestão de resíduos [34]. Devido à capacidade municipal e às restrições orçamentárias, muitos mercados públicos carecem de suporte de serviços e infraestrutura, como barracas elevadas designadas, telhados, máquinas de gelo, câmaras frias e energia renovável. Isso, por sua vez, afeta a qualidade nutricional e a segurança alimentar, bem como a acessibilidade de alimentos frescos e o consequente desperdício de alimentos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A Prefeitura de Beira implementou diversas estratégias e planos para gerir os seus mercados de forma mais eficaz. O Plano Diretor da cidade para 2035 inclui regulamentações de zoneamento para organizar os locais de mercado e apoiar o crescimento urbano eficiente [35]. Para melhorar os serviços básicos, a Administração de Infraestruturas de Água e Saneamento trabalha para melhorar a gestão do abastecimento de água e os sistemas de drenagem, garantindo que os mercados tenham acesso a água limpa

e a saneamento adequado [36]. A gestão de resíduos é regida pela Lei do Meio Ambiente e pelos Regulamentos de Gestão de Resíduos Sólidos (2014, 2016), que estabelecem estruturas para a coleta e eliminação eficientes de resíduos e para a manutenção de ambientes de mercado limpos [37]. O Plano de Recuperação e Resiliência Municipal de Beira descreve estratégias para melhorar a infraestrutura urbana e a sustentabilidade ambiental, essenciais para a funcionalidade do mercado e as cadeias de abastecimento alimentar [35]. Iniciativas de liderança, como a Campanha Bons Alimentos, promovem práticas de higiene e segurança alimentar entre vendedores de mercado por meio de associação voluntária [35]

As colaborações com organizações e especialistas beneficiaram os mercados de Beira e o planejamento de resiliência urbana. Isso inclui a reabilitação e requalificação dos mercados públicos de alimentos após o [Ciclone Idai](#) em 2019, bem como treinamento em segurança alimentar e estabelecimento de mecanismos de governança inclusivos de mercado. Dessa forma, a Prefeitura de Beira apoiou substancialmente todos os oito mercados públicos de alimentos e melhorou a infraestrutura, a gestão e a governança inclusiva dos mercados de Munhava, Massamba e Gorjao, que estão localizados em três das áreas mais populosas e pobres de Beira.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Até hoje, o comitê de gestão de mercado multissetorial coprojetado pela Prefeitura de Beira, estabelecido após a COVID-19, continua operando com sucesso e oferece um modelo de cidade-mercado escalável de governança inclusiva. O comitê está subordinado à unidade governamental Mercados e Feiras e é estruturado por valores coprojetados, inclusive inclusão de gênero, cooperação aberta e comprometida, propriedade dos stakeholders e ação.

Os investimentos em infraestrutura de mercado estão remodelando a disponibilidade de alimentos suficientes, seguros e nutritivos, bem

como o manuseio e a segurança dos alimentos nos mercados de Beira, o que pode, em última análise, levar à melhoria da segurança alimentar e da qualidade da dieta dos consumidores e à prosperidade dos meios de subsistência dos vendedores. É necessário fornecer aos vendedores dos mercados instalações para lavar e cozinhar alimentos, bem como armazenamento em câmara fria. Além disso, o município está

explorando como integrar de forma inclusiva e equitativa os mercados informais às estruturas formais de governança e à economia formal — mantendo sua flexibilidade — dentro das restrições de recursos existentes. A prestação de serviços básicos e o desenvolvimento de melhores espaços comerciais para melhorar os ambientes de mercado são uma prioridade para os mercados informais [35].



Bogor, Indonésia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Agência de Desenvolvimento, Planejamento, Pesquisa e Inovação de Bogor supervisiona vários mandatos de departamentos relacionados a sistemas alimentares, servindo como a principal autoridade para vendedores de alimentos. A cidade tem 14 zonas de vendedores ambulantes de comida oficialmente reconhecidas, onde o governo municipal, apoiado por doações do setor privado, estabeleceu centros culinários — espaços permanentes equipados com serviços básicos para vendedores. Os vendedores que operam em centros culinários se beneficiam do registro automático como vendedores ambulantes *legalizados* de comida e são elegíveis para receber apoio do governo local. Atualmente, existem 5.000 vendedores ambulantes de comida e quiosques registrados [38], com cerca de 12.000 vendedores trabalhando na cidade³. Isso significa que aproximadamente 7.000 vendedores não são formalmente reconhecidos na estrutura de governança do ecossistema do mercado informal de alimentos de Bogor e, portanto, correm o risco de serem despejados diariamente.

3 Discussão informal com Ela Rosliana, S.Sos - chefe da Divisão de micro/pequenas/médias empresas. Esses dados foram obtidos a partir dos resultados da coordenação do setor de MSME com a unidade de polícia civil.



 1.114.018 habitantes

 111 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura e pesca
- Transporte e comunicação
- Comércio e hospitalidade

VOCÊ SABIA?

Bogor é um ponto gastronômico famoso por sua vibrante cena de comida de rua. Entre as delícias imperdíveis estão Toge Goreng, brotos fritos com noodles e tofu, e Ubi Bakar Cilembu, mandioca doce assada.

Foto: Grupo com Foco em Mulheres Vendedoras de Comida de Rua de uma Associação Informal como parte do Projeto De Sistemas Alimentares Urbanos Inclusivos da GAIN. ©GAIN

Vendedores dentro das mesmas zonas operacionais formam cooperativas registradas, com liderança eleita e órgãos governamentais para gerenciar as operações diárias. A associação concede aos vendedores status legal de funcionário dentro da cooperativa, permitindo que eles acessem benefícios de previdência social, como seguro saúde e previdência.

DESAFIOS

Considerando a popularidade, muitos vendedores ambulantes de comida operam em calçadas e estradas, contribuindo para o congestionamento do tráfego. Além disso, grande parte dos alimentos vendidos não é saudável e, com 99% das crianças em idade escolar na cidade comprando lanches e refeições diariamente de vendedores ambulantes de comida [39], existe a necessidade de um ambiente propício melhorado em Bogor que promova e aumente o acesso a opções de comida de rua mais seguras e saudáveis.

Os mercados móveis de comida e aplicativos de entrega são amplamente utilizados na Indonésia, com [Go-Jek](#) e [GrabFood](#) originários da Indonésia. O surgimento de mercados digitais de alimentos por meio desses aplicativos forneceu aos vendedores ambulantes de comida um mercado físico e virtual, expandindo o acesso às suas ofertas. No entanto, ao fazer pedidos on-line, os consumidores não conseguem avaliar as condições de higiene das barracas onde as refeições são preparadas. Além disso, a entrega de alimentos representa desafios para a saúde, uma vez que os agentes de entrega atendem a vários vendedores, o que muitas vezes causa atrasos na chegada dos alimentos [38]. Atualmente, apenas um centro culinário possui métodos para gerenciar e separar os resíduos sólidos entre as coletas semanais de lixo da cidade. A infraestrutura, incluindo instalações de água, saneamento e saúde, não é fornecida para quiosques individuais dentro de centros culinários, mas sim compartilhada entre dois ou três quiosques. Como resultado, menos de 50% dos quiosques dentro de centros culinários têm acesso direto às instalações de água, saneamento e saúde, preferindo evitar custos de instalação ao lavar em estações de água comunitárias⁴.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Os objetivos do governo para a melhoria dos mercados incluem a preservação da tradição e do patrimônio cultural, o apoio a cadeias curtas de abastecimento alimentar, o reforço da segurança alimentar e da nutrição, e a redução da perda e do desperdício de alimentos [40]. Vários programas visam a nutrição infantil tanto em casa quanto nas escolas, como a campanha de combate ao nanismo [Coma Peixe às Sextas-feiras](#), a [Semana Nacional do Café da Manhã](#), o [Movimento de Alimentação Segura](#) e a [Campanha Escolas Saudáveis](#). O Ministério das Cooperativas e o MSMEs, juntamente com o Governo Municipal de Bogor, também trabalha para promover os sistemas alimentares locais, por exemplo, através de festivais que apresentam produtos locais como o feijão *koro* [41].

O Ministério do Desenvolvimento Nacional e Agência de Planejamento, Diretório de Alimentação e Agricultura coordena os planos nacionais e o desenvolvimento de infraestruturas para a alimentação e agricultura através de legislação, incluindo o Plano de Ação Nacional para Alimentação e Nutrição, o Caminho Nacional para a Transformação dos Sistemas Alimentares e os Objetivos Nacionais de Desenvolvimento a Médio e Longo Prazo [42], enquanto o Presidente supervisiona a governança alimentar, as reservas e os sistemas comerciais [43], e o Governo Provincial de Java Ocidental administra a distribuição e o preço dos alimentos básicos, com foco nos mercados úmidos e nos principais produtos básicos [44].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A cidade está trabalhando em conjunto com a GAIN e com os líderes da associação de vendedores ambulantes de comida para estabelecer um grupo de trabalho multissetorial e uma plataforma com múltiplos stakeholders como parte da governança inclusiva dos sistemas alimentares locais e da localização dos caminhos nacionais da Cúpula dos Sistemas Alimentares

4 Conversa informal entre a GAIN Indonésia e a Secretaria da Saúde de Bogor.

das Nações Unidas (UNFSS). O objetivo é aumentar a comunicação e a colaboração entre vendedores e agentes governamentais, com foco em segurança alimentar e redução do desperdício de alimentos. Esse esforço também é promovido pelo recente desenvolvimento de uma ferramenta de capacitação adaptada para

vendedores ambulantes de comida, abrangendo nutrição, higiene alimentar, segurança e redução do desperdício de alimentos. Em 2023, o Governo Municipal de Bogor tornou-se oficialmente signatário do [Pacto de Política Alimentar Urbana de Milão](#), reforçando o seu compromisso com a transformação dos sistemas alimentares [45].



Braşov, Romênia

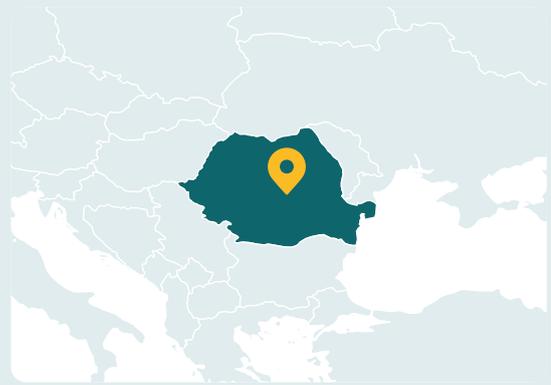
GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Os mercados públicos de alimentos frescos em Braşov são geridos pelo [Serviço de Administração de Mercados Públicos](#), uma instituição municipal sob a administração de Braşov. Esse serviço supervisiona atividades comerciais, controle de qualidade de produtos e gestão de mercado. Legalmente, os mercados de alimentos frescos são regulamentados tanto em nível local quanto nacional. Em nível local, os regulamentos abordam questões práticas como a atribuição de posições de barracas [46], ao passo que em nível nacional, regulamentos mais amplos definem quem tem permissão para o comércio nos mercados [47].

Existem seis mercados públicos permanentes —Dacia, Astra, Tractorul, Star, Bartolomeu e De Miercuri— espalhados pela cidade, mas não distribuídos igualmente. Durante os fins de semana de verão, mercados pop-up administrados publicamente (chamados de “mercados temporários”) também acontecem por toda a cidade.

DESAFIOS

O acesso limitado aos mercados é um dos desafios mais urgentes de Braşov. Embora exista uma loja para cada 1.700 habitantes, há apenas um



 480.000 habitantes

 1.640 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Cultura
- Turismo
- Serviços

VOCÊ SABIA?

No dia 9 de março, convidados e amigos são servidos com uma tigela de Mucenici — bolinhos cozidos em calda com nozes. Essa sobremesa tradicional marca a Festa dos 40 Mártires de Sebaste.

Foto: Mercado Astra. ©Andrei Paul, Município de Braşov

mercado para cada 47.500 habitantes. Essa é a realidade especialmente nos bairros Bartolomeu Nord e Noua, nos arredores da cidade, onde os moradores precisam usar vários meios de transporte público para chegar a um mercado. Isso cria barreiras significativas ao acesso a alimentos saudáveis, especialmente para grupos vulneráveis.

Além disso, a maioria dos agricultores da região de Braşov são pequenos ou médios, o que torna difícil para os mercados garantir um fluxo estável de mercadorias ao longo do ano. Isso causa diferenças significativas na disponibilidade e no preço de alimentos frescos no período de inverno (novembro a março) em comparação à estação mais produtiva (abril a outubro), o que, em último caso, acaba levando as pessoas a comprarem em supermercados. Por fim, outros desafios incluem a alta carga administrativa para pequenos agricultores

venderem em mercados públicos, bem como a prevenção e a gestão do desperdício de alimentos nos mercados.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para enfrentar os desafios e incentivar os moradores a comprar nos mercados locais, o município implementou uma série de iniciativas para informar as pessoas sobre a origem, a qualidade e os benefícios dos produtos do mercado. Elas são complementadas com medidas de apoio aos agricultores locais.

- **Promover a produção local e sustentável de alimentos:** O município implementou um sistema codificado por cores para distinguir entre os dois tipos de vendedores do mercado. Os produtores agrícolas, que vendem seus próprios produtos, têm barracas amarelas, enquanto os vendedores, que vendem produtos provenientes de mercados atacadistas ou agricultores, que não vendem diretamente, têm barracas azuis.
- **Apoiar vendas diretas de agricultores:** A legislação nacional e local [48, 49] fornece incentivos específicos para os agricultores locais. Os agricultores se beneficiam da alocação direta de posição de barracas por ordem de chegada e só pagam o aluguel quando realmente as usam. Os agricultores locais têm um desconto adicional de 3 RON.
- **Conscientizar os consumidores através de atividades educativas dedicadas:** Braşov, através do projeto [FoodCLIC](#), usa mercados para conscientizar adultos e crianças sobre os benefícios de comer produtos frescos, locais e sazonais, os tipos de alimentos e onde encontrar os melhores preços. As intervenções também ocorrem nas escolas (começando pelos bairros vulneráveis), onde os alunos podem experimentar produtos locais e aprender sobre os benefícios de comprar produtos locais e ter uma dieta saudável.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Braşov está comprometida em alavancar mercados de alimentos frescos para promover alimentos cultivados localmente, incentivar a população local a comprar produtos frescos e saudáveis e apoiar pequenos produtores. Em um futuro próximo, a cidade prevê adicionar barracas verdes aos mercados, para divulgar produtos típicos vindos das montanhas ao redor de Braşov. Com o mesmo objetivo de promover a tradição culinária local, Braşov também planeja aumentar o número de feiras locais que vendem esses produtos, pois considera particularmente importante que os jovens conheçam esses alimentos.

Para melhorar o acesso aos mercados, o município também quer aumentar o número de mercados pop-up, que acontecem semanalmente nos arredores da cidade e permitem que os bairros mais vulneráveis tenham acesso direto a alimentos saudáveis. Braşov reconhece e valoriza a função social dos mercados permanentes e temporários e quer alavancar ainda mais seu potencial de unir pessoas. Investir em ambos os tipos de mercado permite, de fato, atingir diferentes públicos-alvo —mercados de alimentos permanentes são preferidos pelos idosos, enquanto mercados pop-up atraem famílias e gerações mais jovens (por exemplo, organizando degustações e eventos musicais).

No que diz respeito aos agricultores, para facilitar a conexão com os consumidores, o município está planejando lançar uma plataforma on-line onde as pessoas poderão ver e encomendar produtos dos agricultores, que serão entregues diretamente no mercado. Quanto à perda e ao desperdício de alimentos, Braşov planeja dois tipos de ações: investir em espaços adicionais de armazenamento (frio) dentro dos mercados, a fim de conservar os alimentos e, por outro lado, estabelecer parcerias com bancos alimentares locais, como [Banca Regională Pentru Alimente Braşov](#), para garantir que o excedente de alimentos seja doado sistematicamente em vez de jogado fora.



Cleveland, EUA

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O cenário de varejo de alimentos de Cleveland é diversificado, abrangendo lojas físicas, mercearias, lojas de conveniência, feiras livres e barracas de produtos agrícolas. As feiras livres operam diretamente entre produtores e consumidores, funcionando durante todo o verão e, às vezes, o ano todo, enquanto as barracas agrícolas são administradas pelos agricultores em suas próprias terras de produção. Ambos encontram embasamento nos códigos de zoneamento da cidade e passam por um processo de aprovação para garantir a conformidade com as normas. Uma exceção notável é o [West Side Market](#) [50], um mercado historicamente detido e gerido pela cidade de Cleveland, que recentemente transferiu a gestão e a operação para a Cleveland Public Market Corporation (CPMC). A CPMC, com sua equipe independente e conselho de administração liderado pela comunidade, atenderá de forma eficaz e abrangente às necessidades em evolução dos comerciantes e consumidores no West Side Market. Embora a cidade de Cleveland mantenha a propriedade dos terrenos e instalações do mercado, a CPMC irá gerir de forma independente as operações do Mercado, supervisionar renovações e atualizações, desenvolver e promover novos programas públicos e liderar esforços para angariar fundos para projetos de capital, fomentando uma abordagem colaborativa



 361.607
habitantes

 213.6 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura e Silvicultura
- Processamento e Fabricação de Alimentos
- Cultura e Turismo

VOCÊ SABIA?

A localização privilegiada de Cleveland no Lago Erie, um dos maiores recursos de água doce do mundo, impulsionou o crescimento industrial e sustentou meios de subsistência. Sua rica história gastronômica — da próspera agricultura urbana à ascensão dos supermercados — reflete a herança diversificada e a vibrante comunidade da cidade.

Foto: Westside Market. ©Anna Zaremba, Cidade de Cleveland

com vários stakeholders para expandir as oportunidades para os produtores locais e vendedores de restaurantes [51].

A colaboração no ecossistema mais amplo de varejo de alimentos de Cleveland envolve operadores de mercado privados, organizações de desenvolvimento comunitário e secretarias municipais. A Secretaria do Desenvolvimento Econômico da cidade trabalha em estreita colaboração com entidades privadas para oferecer incentivos financeiros, incluindo isenções fiscais e oportunidades de financiamento para mercearias e lojas de conveniência. Cleveland implementou o Programa [Gardening for Greenbacks](#), que apoia o desenvolvimento econômico de agricultores urbanos e empresas alimentícias, e apoia os agricultores na forma

de infraestrutura, ferramentas de jardinagem ou suprimentos necessários para expandir e vender para mercados locais. Além disso, a cidade apoia os mercados através do [Programa de Assistência ao Varejo de Bairro \(NRAP\)](#) [52], que fornece empréstimos a empreendedores para promover restaurantes e lojas de varejo de propriedade local e não pertencentes a redes.

DESAFIOS

Infraestrutura inadequada prejudica a capacidade das feiras livres de Cleveland de fornecer produtos locais, impactando tanto a capacidade de processamento quanto a de distribuição. Além disso, os agricultores urbanos têm dificuldades para acessar oportunidades de financiamento, pois alguns processos de financiamento local são um tanto inconvenientes, enquanto as solicitações federais são extremamente rigorosas, criando barreiras substanciais. Apesar desses desafios, a administração atual continua comprometida com o acesso aos alimentos e a sustentabilidade, apoiada por uma comunidade que valoriza esses esforços.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Em Cleveland, uma série de políticas e iniciativas estratégicas foram introduzidas para combater a redução do desperdício de alimentos, fortalecer os sistemas alimentares locais e promover uma economia circular. A [Coalizão de Política Alimentar do Condado de Cleveland-Cuyahoga \(CCCFPC\)](#), fundada em 2007, concentra-se em melhorar o acesso a alimentos nutritivos e acessíveis e reduzir o desperdício de alimentos, a fim de melhorar a saúde pública, impulsionar a economia alimentar local e diminuir os impactos ambientais. Outros esforços importantes incluem o [Roadmap Circular de Cleveland](#) e o [Plano de Ação Climática](#), ambos priorizando minimizar a perda de alimentos, aumentar a resiliência das redes alimentares locais e promover práticas sustentáveis em toda a cidade.

Em janeiro de 2023, a cidade iniciou um projeto piloto para reduzir e resgatar o desperdício de alimentos no West Side Market, em colaboração com a [Hunger](#)

[Network](#); uma organização comunitária de resgate de alimentos e [Rid-All Green Partnership](#) e [Rust Belt Riders](#), parceiros locais de compostagem. O projeto realizou uma auditoria de resíduos e descobriu que a maior parte dos resíduos alimentares era compostável. Ao longo de sua duração, o West Side Market resgatou 1,13 toneladas de alimentos para distribuição a 12 organizações e compostou quase 18,14 toneladas de alimentos [53]. Depois disso, a cidade elaborou recomendações para desperdício de alimentos e recuperação de alimentos, incluindo a instalação de refrigeradores no local e carrinhos de compras para segurança e flexibilidade dos alimentos. Em janeiro de 2024, o Departamento de Agricultura dos EUA (USDA) destinou USD 11,5 milhões para iniciativas inovadoras e escaláveis de gerenciamento de resíduos, visando reduzir e reverter o desperdício de alimentos nos aterros sanitários em todo o país. Como parte dessa iniciativa, Cleveland recebeu USD 340,961 para melhorar seus esforços de gestão de resíduos. Esse financiamento permitirá que a cidade expanda os locais de descarte de compostagem residencial, aumente o desvio geral de resíduos e amplie o acesso aos serviços de compostagem. Além disso, fornecerá assinaturas mensais subsidiadas de serviços de compostagem para famílias elegíveis ao SNAP, garantindo que os residentes de baixa renda possam participar de práticas sustentáveis de gestão de resíduos [54].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A colaboração de Cleveland com parceiros locais ressalta a eficácia das iniciativas comunitárias. Adotar abordagens que envolvam diversos stakeholders, realizar auditorias de resíduos para entender necessidades específicas e implementar soluções direcionadas que envolvam organizações e moradores locais estão se mostrando importantes no combate ao desperdício de alimentos nos mercados. Além disso, a postura proativa de Cleveland em garantir financiamento do USDA para apoiar a compostagem residencial e expandir o acesso a famílias de baixa renda ressalta o valor das parcerias federais e do apoio financeiro na expansão dos esforços de gestão de resíduos.



Curitiba, Brasil

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O Município de Curitiba possui 30 anos de atuação em políticas alimentares e, desde 2019, fortalece estrategicamente sua atuação na esfera pública para a defesa da Segurança Alimentar e Nutricional e do Direito Humano à Alimentação Adequada. Esses esforços são liderados pela Secretaria Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (SMSAN), que coordena uma agenda alimentar urbana integrada, norteadora por três linhas estratégicas de ação: Acesso a Alimentos, Mercado Comum Metropolitano e Agricultura Urbana. Ela apoia o diversificado ecossistema de mercados da cidade, que inclui o Mercado Municipal de Curitiba, o Mercado Regional de Cajuru, 79 feiras⁵ de diferentes categorias (mercados orgânicos, mercados cooperativos) e 11 Sacolões da Família, mercados de alimentos que vendem frutas e vegetais.

O Mercado Municipal de Curitiba, com 16.800 m², abriga 359 unidades comerciais que comercializam mais de 72.000 produtos, incluindo uma seção exclusiva para produtos orgânicos. Pioneira no Brasil, a seção completou

⁵ As feiras são organizadas pelo Departamento Municipal, com cada vendedor responsável por montar sua barraca e gerenciar a venda de seus produtos. O papel do município fica limitado à gestão e organização do espaço, sem envolvimento direto em atividades comerciais.



1.773.000
habitantes



434.8 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Processamento e fabricação de alimentos
- Serviços

VOCÊ SABIA?

Nas feiras de Curitiba, você pode encontrar salgados em formato de capivara, os chamados "capistel", uma divertida homenagem às capivaras que vagam pelos parques da cidade e atraem visitantes do mundo todo.

Foto: Barraca de comida fresca dentro do Mercado Cajuru. ©Prefeitura Municipal de Curitiba

15 anos em 2024 e reúne 13 estabelecimentos que oferecem de tudo, de alimentos a cosméticos e roupas. Com o objetivo de se tornar o primeiro mercado zero desperdício do país, o Mercado Municipal de Curitiba também participa do programa Banco de Alimentos, arrecadando toneladas de alimentos de vendedores para complementar a dieta de pessoas carentes.

DESAFIOS

Os desafios locais que a SMSAN enfrenta incluem o combate à perda e ao desperdício de alimentos, a redução da taxa de sobrepeso na população, a diminuição do consumo de alimentos ultraprocessados, o empoderamento

de populações socialmente vulneráveis e a promoção da produção de alimentos com base em modelos agroalimentares sustentáveis.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A cidade de Curitiba utiliza uma abordagem integrada inovadora para melhorar a segurança alimentar e nutricional e, ao mesmo tempo, combater o desperdício de alimentos:

- O [Programa Armazém da Família](#) beneficia mais de 388.000 famílias ao fornecer acesso a alimentos a preços mais baixos do que os dos mercados convencionais. A gestão das 50 unidades do programa é de responsabilidade da SMSAN e, por meio de convênios com a Fundação de Ação Social de Curitiba, são distribuídos vouchers eletrônicos para famílias em situação de vulnerabilidade, para aquisição de alimentos nos Armazéns da Família.
- O [Programa Sacolão da Família](#) oferece diversas frutas e vegetais de alta qualidade em áreas identificadas como desertos alimentares, por meio de lojas fixas com preços mais baixos do que o varejo tradicional. O programa aborda a falta de fontes alternativas acessíveis em alguns bairros da cidade para grupos de baixa renda. Elas estão localizadas perto de terminais de ônibus e Armazéns da Família, o que as torna facilmente acessíveis aos moradores.
- As **feiras livres** são instaladas em locais determinados pela densidade demográfica, disponibilidade de alimentos, características socioeconômicas e interesse da população local. Há 79 locais de mercado na cidade, com 982 pontos comerciais e 378 detentores de licenças.

As questões do desperdício de alimentos e acesso a alimentos por parte de residentes vulneráveis foram abordadas nos mercados e instalações públicas acima mencionados, geridos pela SMSAN através do [Projeto de Redução de Desperdício de Alimentos](#). Após uma avaliação que identificou resíduos orgânicos aproveitáveis provenientes de mercados e feiras públicas, foram

mapeadas e cadastradas instituições sociais para a constituição de [iniciativas do Banco Alimentar e da Mesa Solidária](#), que visa direcionar alimentos comestíveis resgatados de instalações públicas para fornecer alimentos gratuitos e seguros para pessoas socialmente vulneráveis. Dessa forma, alimentos comestíveis do Mercado Municipal de Curitiba, do Mercado Regional de Cajuru e dos Armazéns da Família são doados para iniciativas do Banco de Alimentos e da Mesa Solidária, e os permissionários dos Mercados da Família são capacitados para separar alimentos que não são comercialmente viáveis, mas próprios para consumo humano. Por meio do Projeto Mercado Solidário, os vendedores das Feiras Livres também são capacitados pela SMSAN sobre a separação e doação de alimentos para instituições sociais que recolhem suprimentos ao final de cada feira.

Os beneficiários do Banco de Alimentos e da Mesa Solidária também são apoiados pelo [Projeto Escolas de Segurança Alimentar e Nutricional](#), que oferece treinamento profissional aos moradores mais vulneráveis e utiliza as instalações comerciais da SMSAN como uma incubadora social. Por meio da criação de cinco Escolas de Segurança Alimentar e Nutricional, os moradores podem ter acesso a treinamento profissional e oportunidades de emprego em colaboração com instituições educacionais, comércio e indústria para alcançar a emancipação social.

O Programa de Desenvolvimento Agroalimentar Metropolitano (PRODAM) oferece apoio técnico e institucional para potencializar a produção do cinturão verde formado por agricultores familiares da Região Metropolitana de Curitiba. Esta iniciativa visa facilitar o acesso às compras públicas e aos mercados convencionais.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Os principais aprendizados da experiência de Curitiba incluem a importância da colaboração entre vários setores, o que pode aumentar os recursos e a expertise, criando um ambiente mais propício para o desenvolvimento agrícola e a capacitação profissional. Com apoio financeiro

do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, o Fundo de Abastecimento Alimentar de Curitiba é administrado pela SMSAN para apoiar programas, projetos e ações de Segurança Alimentar e Nutricional de Curitiba. Isso permitiu a expansão dos Programas Armazém da Família e Mercados da Família para todas as regiões de Curitiba, impulsionando o empreendedorismo do setor

privado em áreas antes subdesenvolvidas, ao mesmo tempo em que regulava os preços ao consumidor e promovia o desenvolvimento econômico sustentável. Devido aos evidentes benefícios para os moradores e à aceitação popular, municípios da Região Metropolitana de Curitiba firmaram convênios com a Prefeitura para implantação de unidades do Armazém da Família em seus territórios.



Dar es Salaam, Tanzânia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Os alimentos são vendidos por meio de canais diretos do agricultor ao consumidor, aos supermercados e por meio de intermediários que facilitam as vendas nos mercados locais. Há 13 mercados públicos de alimentos locais sob mandato do governo municipal, espalhados pelos cinco municípios da cidade: Temeke, Ilala, Kinondoni, Ubungo e Kigamboni. Os municípios são supervisionados pela Prefeitura de Dar es Salaam e pelo Gabinete do Comissário Regional, e cada município é administrado por um conselho municipal.

A gestão do mercado pelos municípios é conduzida por pessoal designado ou contratados terceirizados que têm responsabilidades como arrecadação de receitas e gestão de resíduos. Os conselhos municipais são responsáveis por reinvestir as receitas do mercado em infraestrutura de água, saneamento e saúde, conformidade empresarial e treinamento para pequenos empreendedores. Entretanto, a implementação é inconsistente. Os vendedores do mercado pagam taxas diárias ou mensais [56]. A gestão diária interna do mercado é realizada por comitês de mercado, que normalmente são compostos por vendedores



~8.000.000
habitantes

1.393 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Turismo
- Pesca e recursos marinhos
- Comércio
- Transporte e logística

VOCÊ SABIA?

Dar es Salaam tem uma população jovem e prevê-se que seja uma das cinco megacidades africanas com mais de 10 milhões de habitantes até 2029 [55].

Foto: Mercado Buguruni. ©GAIN

eleitos e proprietários de empresas do respectivo mercado. Uma exceção é o maior mercado, o Kariakoo Market, no distrito de Ilala, que é administrado pela Kariakoo Market Corporation (KMC). A KMC se reporta diretamente ao governo central (nacional) através do Ministério de Estado para a Presidência - Administração Regional e Governo Local [57].

Os mercados informais, normalmente localizados ao longo das estradas e nos semáforos, são compostos por barracas móveis, permitindo que os vendedores operem sem regulamentação ou pagamento de taxas. Eles têm presença prevalente em áreas distantes dos mercados formais, como o bairro de Kunduchi, no município de Kinondoni. Pequenas barracas conhecidas como "genge" também operam nos bairros, vendendo alimentos frescos às famílias [57].

DESAFIOS

Dar es Salaam é vulnerável a inundações, à subida do nível do mar, à escassez de água e a surtos de doenças [58]. Existe uma coordenação limitada entre a cidade e os diferentes níveis de governo, bem como entre os stakeholders, como as universidades locais, que recolhem dados sobre os sistemas alimentares para abordar as alterações climáticas e o planeamento urbano, incluindo a agricultura urbana-periurbana (UPU) [56]. A necessidade de sistemas de drenagem adequados em mercados e outros lugares é urgente, pois os sistemas existentes não conseguem lidar com o volume de água da chuva, causando inundações. A vulnerabilidade é agravada pela localização das habitações e da agricultura urbana em áreas não planeadas e não zoneadas, perto dos rios [56]. A falta de infraestrutura adequada e serviços de gestão de resíduos afeta a disponibilidade e acessibilidade de alimentos baratos, seguros e nutritivos nos mercados. O acesso ao mercado é limitado por transportes públicos inadequados, o que dificulta ainda mais a distribuição eficiente de alimentos [56].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Em nível nacional, as políticas que regem os mercados geralmente ficam sob a responsabilidade do Ministério da Agricultura, com estipulações específicas para cultivo, acesso dos agricultores aos mercados, protocolos pós-colheita e requisitos de armazenamento. Os exemplos incluem o Plano Nacional de Agricultura do Ministério da Agricultura, Segurança Alimentar e Cooperativas (2013) [59], que visa apoiar o acesso dos agricultores aos mercados internacionais e locais, bem como o Ministério da Indústria, Comércio e Marketing, que também administra a Política de Marketing Agrícola (2008) [60], que tem uma disposição para gerir a qualidade dos produtos agrícolas que chegam aos mercados nacionais, regionais e internacionais. Curiosamente, os agentes de extensão agrícola têm um relacionamento consultivo próximo com os produtores formais e informais de alimentos da UPU.

A cidade está comprometida com metas de sistemas alimentares, incluindo o apoio a pequenos agricultores. A formalização de mercados informais localizados centralmente por meio da introdução de cartões de identidade de *Wamachinga* para vendedores informais está em andamento. Esses vendedores formalizados podem operar sem o risco de a polícia remover as suas barracas [61]. Através do Fundo de Ação Climática Inclusiva da rede municipal C40, a cidade está agindo para reduzir os resíduos orgânicos, especialmente em assentamentos informais, através do engajamento e formação de trabalhadores informais do setor de resíduos [62].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A redução da pobreza, o aumento da disponibilidade urbana e do acesso a alimentos seguros e nutritivos, a resiliência climática e a gestão de terras e dos assentamentos são considerados prioridades pela cidade [56]. Além disso, o consórcio [Transforming Urban-Rural Food Systems \(TURFS\)](#) está conduzindo um estudo exploratório com a cidade de Dar es Salaam para a elaboração de um quadro de referências escalável da cidade para um sistema alimentar circular, regenerativo e inteligente em termos climáticos, que também seja inclusivo, equitativo e justo [63]. Esse estudo se concentra em uma melhor compreensão da agricultura local e urbana, supermercados, mercados públicos e informais e governança, reduzindo barreiras e destacando oportunidades para a transformação sistêmica do ambiente alimentar da cidade.



Daca Norte, Bangladesh

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A administração da cidade de Daca é feita por 6 corporações que dividem a megacidade, sendo a Dhaka North City Corporation (DNCC) uma delas. O mandato administrativo da DNCC abrange 54 distritos na área norte de Daca, contando com 72 conselheiros eleitos e um prefeito. A DNCC aplica regulamentações municipais alinhadas às políticas nacionais sobre segurança alimentar, gestão de resíduos e conduta de fornecedores e administra mais de 130 mercados de alimentos frescos em toda a sua área administrativa, desde grandes estruturas de mercado de propriedade do governo até espaços menores administrados de forma privada.

A governança dos mercados de produtos frescos na DNCC envolve esforços coordenados do Ministério da Saúde e da Autoridade de Segurança Alimentar, que juntos formam um Grupo de Trabalho Técnico (TWG). Os mercados são normalmente administrados por comitês compostos por vendedores, autoridades municipais e, às vezes, representantes da sociedade civil, responsáveis por supervisionar as operações diárias, a higiene e a segurança dos alimentos e mediar conflitos. Na DNCC, o Karwan Bazar destaca-se como um importante centro de venda de alimentos por atacado que



5.990.723 (2022)
habitantes [64]



197 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES [64]

- Comércio varejista
- Setor de serviços
- Processamento de alimentos

VOCÊ SABIA?

O “Kacha Bazar” de Daca é um ponto de encontro diário onde quase 85% dos moradores compram alimentos frescos, produtos, carne e peixe. Mercados animados como este bazar ancoram o fornecimento e a distribuição de alimentos da cidade, ao mesmo tempo em que servem como centros sociais, promovendo os meios de subsistência da comunidade [65, 66].

Foto: Karwan Bazar. ©GAIN Bangladesh

opera num espaço aproximado de 8 hectares, compreendendo 1.789 lojas permanentes e 180 temporárias que geram receitas diárias substanciais [64].

DESAFIOS

O cenário dos mercados de alimentos frescos de Daca enfrenta desafios significativos, incluindo acesso desigual aos mercados, com vários mercados localizados relativamente longe de bairros de baixa renda, além de serem limitados nas comodidades básicas que oferecem. Cerca de 40% dos mercados não têm banheiros e, entre os que têm, apenas 7% oferecem instalações separadas para homens e mulheres. As lacunas em infraestruturas e

serviços, como estruturas obsoletas, resíduos não geridos e medidas de segurança contra incêndios inadequadas, prejudicam ainda mais a funcionalidade, a segurança e a confiabilidade desses espaços públicos essenciais. [67].

Especificamente, condições ambientais como a época das monções levam a alagamentos periódicos que ocorrem dentro e ao redor dos mercados que não têm drenagem, e congestionamentos nas estradas ligados à expansão das operações dos vendedores nas ruas agravam ainda mais os desafios. Em termos de inclusão social, as vozes dos consumidores, das mulheres vendedoras e dos grupos marginalizados são frequentemente excluídas dos processos de tomada de decisão e governança, o que leva à falta de responsabilização. Distorções de mercado também ocorrem por meio das operações de agentes que normalmente conectam agricultores a vendedores do mercado.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Parcerias entre o governo e organizações como a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) e GAIN, financiadas por doadores internacionais, possibilitaram investimentos em melhorias na infraestrutura do mercado e no estabelecimento de uma plataforma de governança participativa. Uma iniciativa emblemática é o Programa de Afiliação Vendedor-Consumidor, que facilita o feedback dos stakeholders por meio de diálogos, pesquisas e fóruns públicos. Melhorias na infraestrutura sob a iniciativa Atualizações do Modelo de Mercado introduziram novas instalações de saneamento, sistemas de drenagem, lixeiras, barracas reconfiguradas e iluminação, testadas nos mercados de Mohakhali e Mohammadpur Town Hall. Além disso, o Programa de Afiliação Vendedor-Consumidor criou fóruns regulares para comunicação transparente entre vendedores, consumidores e autoridades municipais para desenvolver soluções em conjunto. As campanhas de segurança alimentar proporcionaram capacitação em higiene, formação em gestão de

resíduos e sensibilização para a saúde pública durante a COVID-19, enquanto as políticas inclusivas de gênero promoveram a integração das mulheres nas estruturas de tomada de decisão e expandiram instalações mais seguras e segregadas por gênero [68, 69]. O planejamento estratégico para moldar intervenções para sistemas de mercado inclusivos, resilientes e seguros também se baseou em evidências da [Agenda Alimentar de Daca 2041](#), um documento de visão e recursos de longo prazo criado para formulação de políticas e planejamento. A FAO, em parceria com a DNCC, também liderou projetos de renovação e modernização de mercados, tendo lançado atualizações em 2023 para os mercados de Mohammadpur Town Hall e de Mohakhali, para melhorar a infraestrutura, o saneamento, o conforto dos utilizadores e a segurança alimentar [67]. No entanto, manter o sucesso depende do comprometimento político contínuo e da capacidade da DNCC de alocar o orçamento anual para manutenção de infraestrutura atualizada nos mercados de produtos frescos além da vida útil do projeto. Paralelamente, a iniciativa Feira Livre de Bairro [*Neighborhood Farmers' Markets*] foi testada no âmbito do projeto Sistema Alimentar de Daca (*Dhaka Food System - DFS*) da FAO, no Distrito 6 da DNCC, e está prevista sua expansão para cinco locais adicionais em Daca Norte, em colaboração com a Embaixada do Reino dos Países Baixos, Work for a Better Bangladesh Trust e o Ministério de Ampliação Agrícola. Essas feiras de bairro têm como objetivo empoderar os agricultores com acesso mais justo ao mercado, melhorar a segurança alimentar e entregar produtos seguros e nutritivos aos consumidores.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

O projeto de mercado piloto na DNCC demonstrou melhorias em infraestrutura, higiene, segurança, satisfação do consumidor e acesso a produtos frescos. A gestão de resíduos se tornou mais eficiente, enquanto as melhorias na infraestrutura reduziram os impactos das inundações sazonais. A avaliação piloto das melhorias no mercado de produtos

frescos da DNCC demonstrou que 34% dos mercados adotaram técnicas de redução de perdas e desperdícios alimentares [70]. Reformas políticas e de infraestrutura com foco em gênero impulsionaram ainda mais a participação das mulheres na governança e nas atividades econômicas, e agricultores e consumidores obtiveram acesso direto, reduzindo a dependência de intermediários. O Programa de Afiliação Vendedor-Consumidor aumentou a transparência e a confiança mútua entre os agentes do mercado, e o sucesso dessas iniciativas piloto agora está impulsionando

a expansão para outros mercados. Essas conquistas foram impulsionadas por uma forte liderança municipal, parcerias sustentadas e uma abordagem baseada em provas que integrou consistentemente as vozes da comunidade. No futuro, a DNCC prevê o desenvolvimento de mercados atacadistas modernos, um em Daca Norte e outro em Daca Sul, seguindo o modelo das instalações de grande escala de Pequim, na China, projetados com infraestrutura de energia integrada e medidas de alívio de tráfego para lidar com o congestionamento e aumentar a eficiência da distribuição. [71].



Fort Portal, Uganda

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Cidade de Fort Portal, localizada no distrito de Kabarole, possui e opera mais de sete mercados, que vão desde mercados estáticos diários até mercados móveis que circulam pelos centros comerciais rurais. Todos os mercados dentro da cidade de Fort Portal são administrados publicamente pelo Escritório Comercial, Escritório de Produção e Escritório de Saúde da cidade. A supervisão cabe tanto à ala política da cidade (prefeito e conselheiros) quanto à sua ala técnica, liderada pelo Secretário Municipal.

As parcerias desempenham um papel importante na melhoria dos mercados de alimentos. A cidade colabora com organizações como o Kabarole Research and Resource Centre (KRC) Uganda, CARE, Rikolto, YAWE e Hivos, entre outras. Com o apoio dessas organizações, formalizado pelo [Laboratório do Sistema Alimentar de Fort Portal](#) [Fort Portal Food System Lab] [72], a cidade lançou o grupo de defesa do consumidor [Coalizão dos Dispostos](#) [Coalition of the Willing] [73]. Suas principais atividades incluem sensibilização da comunidade sobre nutrição e segurança alimentar, demonstrações culinárias para promover receitas indígenas, reuniões trimestrais de estratégia de progresso e defesa e participação em Comitês Distritais



 137.549 habitantes

 128.27 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES [64]

- Agricultura
- Comércio
- Turismo

VOCÊ SABIA?

Fort Portal é oficialmente designada como “Cidade Turística”, conhecida por seus lagos pitorescos nas crateras e pela herança cultural do Reino de Toro. A cidade e seus parceiros promovem ativamente alimentos indígenas, como matooke, painço e milho, como parte de sua agenda de nutrição e patrimônio cultural.

Foto: Mercado de Mpanga. ©ICLEI África

de Coordenação de Nutrição (*District Nutrition Coordination Committees*). Parte do sucesso da Coalizão é sua forte rede de membros que promove dietas saudáveis, diversificadas e seguras. Os membros incluem líderes religiosos, líderes tradicionais do Reino de Toro, chefes do setor educacional, profissionais de saúde, mídia, artistas e grupos de mulheres Orugali que demonstram a preparação de alimentos indígenas ricos em nutrientes em sessões comunitárias.

DESAFIOS

Apesar de ser um centro agrícola que exporta para cidades e países vizinhos, a cidade de Fort Portal tem uma das maiores taxas de nanismo (40,6% de crianças menores de cinco anos) da região [74]. Isso é atribuído em grande parte ao consumo excessivo de pouca variedade de

alimentos básicos, em vez de uma diversidade de produtos. Uma pesquisa realizada com os comerciantes de Rwimi, conduzida pela KRC, revelou que, no caso do milho, apenas 4% permanecem dentro do distrito; 20% são enviados para distritos vizinhos; enquanto 50% são destinados a Ruanda e 25% são enviados para a Tanzânia. Apesar desse grande e crescente comércio de alimentos, a ironia é que a população do Distrito de Kabarole sofre de insegurança alimentar.

A segurança alimentar também é um desafio, pois é difícil regular o uso de produtos químicos nocivos na produção e venda de produtos frescos como tomates e cebolas. Embora alguns agricultores pratiquem métodos orgânicos ou agroecológicos, seus produtos tendem a ser um pouco mais caros, limitando a demanda entre consumidores sensíveis a preços.

Em relação à infraestrutura do mercado, apenas um mercado tem instalações permanentes, como banheiros, pontos de água e sistemas de gerenciamento de resíduos. O descarte de resíduos continua inadequado, com lixo frequentemente se acumulando perto das barracas. A fraca aplicação das políticas existentes e a infraestrutura limitada da cadeia frigorífica complicam ainda mais a segurança e o armazenamento de alimentos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A cidade de Fort Portal, juntamente com a KRC Uganda e outros parceiros, está enfrentando esses desafios por meio de diversas iniciativas. Um marco importante foi o co-desenvolvimento de uma **Portaria de Segurança Alimentar**, que estabelece diretrizes claras sobre segurança alimentar, manuseio, uso de pesticidas e práticas de abate, adaptadas ao contexto do mercado de Fort Portal. O seu sucesso reside na abordagem participativa utilizada durante o seu desenvolvimento: Líderes de mercado e autoridades municipais contribuíram para moldar regulamentações práticas e específicas ao contexto. Esse processo inclusivo criou gera

partencimento entre os agentes, garantindo que a portaria, embora ainda aguardando publicação formal no diário, já esteja sendo aplicada informalmente, melhorando a conformidade e estabelecendo as bases para melhorias de segurança alimentar de longo prazo.

Além disso, a cidade também integra sistemas alimentares em estruturas de desenvolvimento mais amplas. O [Plano de Ação Nutricional do Distrito de Kabarole \(Kabarole District Nutrition Action Plan - KDNAP\)](#) apoia explicitamente uma abordagem multissetorial à nutrição, reconhecendo o papel fundamental dos influenciadores da comunidade na disseminação de informações nutricionais, incentivando mudanças de comportamento e apoiando a implementação da política nacional de nutrição de Uganda em nível local.

Pequenos agricultores em Fort Portal também recebem apoio na transição para a agroecologia. Para melhorar o acesso ao mercado, a KRC introduziu a marca **Ruwenzori Fresh**, que comercializa vegetais cultivados com práticas agroecológicas. A marca tem como público-alvo principalmente jovens agricultores, equipando-os com habilidades digitais para comercializar produtos por meio de mídias sociais e outras ferramentas online.

Por fim, a cidade mudou sua abordagem sobre a venda de comida de rua, reconhecendo oficialmente os vendedores como colaboradores vitais para o sistema alimentar. Os vendedores foram registrados, mapeados por nome e localização da rua e agrupados perto de instalações de água e saneamento. Por meio de um plano de compartilhamento de custos, os vendedores adquiriram equipamentos de manuseio de alimentos, como aventais, o que melhorou a higiene e fortaleceu a confiança do consumidor. Os vendedores também foram conectados a agricultores agroecológicos, garantindo melhor qualidade dos alimentos.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Reunir vendedores, agricultores, sociedade civil e formuladores de políticas por meio de plataformas como a Coalizão dos Dispostos e de pesquisas produzidas localmente garantiu que políticas, como a Portaria de Segurança Alimentar, reflitam as realidades locais e obtenham forte apoio da comunidade. Centenas de vendedores ambulantes de comida agora são formalmente reconhecidos e conectados a cadeias de fornecimento de produtos mais seguros, além de poderem contribuir com uma receita tributária significativa quando as condições de trabalho são melhoradas. Muitos vendedores relatam aumento no número de clientes e na renda após a atualização dos padrões de higiene e da marca.

Embora convencer os consumidores a pagar um preço justo por produtos agroecológicos continue sendo um desafio, a criação de marcas e o marketing direcionado são estratégias promissoras para mudar percepções. Um aplicativo móvel dedicado está em desenvolvimento para conectar agricultores diretamente a clientes de alto valor, especialmente famílias preocupadas com a saúde e de renda mais alta. Fort Portal está comprometida em continuar os esforços em todas as frentes e em todos os setores e com agentes dos sistemas alimentares, fortalecendo seus mercados de alimentos como centros de alimentos seguros, nutritivos e sustentáveis.



Hawassa, Etiópiá

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Política Nacional de Alimentação e Nutrição da Etiópiá de 2018 prioriza a segurança e a qualidade dos alimentos em todas as cadeias de valor dos alimentos, e sua implementação nos mercados de alimentos oferece inúmeros benefícios potenciais para a segurança alimentar, a nutrição e a economia local. No entanto, garantir uma aplicação consistente e uma regulamentação coerente provou ser um processo gradual, já que as responsabilidades de supervisão da segurança alimentar são compartilhadas entre os Ministérios Nacionais da Saúde, Agricultura e Comércio, juntamente com 11 agências semiautônomas. Em Hawassa, o governo da cidade administra três mercados de alimentos locais e tradicionais, cada um atendendo bairros diferentes. Os residentes tendem a fazer compras uma ou mais vezes por semana, especialmente nos dias de mercado designados (segundas e quintas-feiras), quando os alimentos frescos estão mais disponíveis e os vendedores estão mais ativos [77]. Aroge Gebeya, o maior e mais antigo mercado tradicional de Hawassa, desempenha um papel vital no ambiente alimentar da cidade e na economia local. O mercado está oficialmente sob a supervisão da prefeitura da cidade de Hawassa, com responsabilidades operacionais



441.536 (2023)
habitantes [75]



50 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Indústria têxtil
- Pesca
- Turismo

VOCÊ SABIA?

Fundada em 1952, Hawassa fica às margens do Lago Hawassa, no Grande Vale do Rift. Anteriormente chamada de Adare, que significa «campo de gado» em Sidama, refletindo as ricas pastagens e a água abundante da região, que sustentavam a pecuária e a agricultura [76].

Foto: Mercado Aroge Gebeya. ©GAIN

atribuídas ao escritório municipal de comércio e desenvolvimento de mercados. Por sua vez, responsabilidades vinculadas ao mercado, como arrecadação de impostos, infraestrutura de mercado e fiscalização regulatória, são atribuídas a diversas autoridades locais, às vezes com coordenação limitada entre elas.

DESAFIOS

A governança e as operações do mercado Aroge Gebeya são desafiadas pela fragmentação da autoridade reguladora, restrições de infraestrutura e barreiras à higiene e segurança alimentar. As responsabilidades pela segurança alimentar são divididas entre vários ministérios federais e escritórios regionais/locais, resultando em mandatos sobrepostos, coordenação fraca e aplicação inconsistente. Isso abrange o risco à saúde humana representado pelo

armazenamento abaixo do padrão de alimentos secos e frescos e por animais vivos na área do mercado.

A infraestrutura precária do mercado afeta a qualidade do seu ambiente e limita o acesso a estruturas e serviços básicos essenciais para a qualidade, higiene e segurança dos alimentos. Isso inclui calçadas não pavimentadas e congestionadas, sistemas de drenagem danificados, descarte inadequado de resíduos e falta de serviços de água limpa e saneamento. Esses desafios são agravados pela confusão entre qualidade dos alimentos e segurança alimentar, partindo do pressuposto de que produtos com aparência limpa são seguros para consumo. Vendedores e consumidores têm consciência limitada dos riscos de contaminação cruzada, patógenos transmitidos por alimentos e/ou técnicas higiênicas de manuseio de alimentos. Embora os vendedores expressem vontade de aprender, suas práticas de rotina muitas vezes divergem desse interesse, em parte devido à falta de infraestrutura favorável e acesso a serviços básicos. Esse último caso é especialmente verdadeiro para vendedores não registrados — muitos dos quais são mulheres — que operam sem reconhecimento legal e acesso a barracas e comodidades permanentes que possam apoiar práticas de higiene e segurança alimentar.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A adoção da Política Alimentar e Nutricional [78], juntamente com a Estratégia Nacional de Segurança Alimentar e Qualidade para Produtos Agrícolas Primários da Etiópia (2024) [79] ilustra um compromisso político e uma ação mais fortes no sentido da higiene e segurança alimentar, incluindo no que diz respeito aos ambientes alimentares locais, como os mercados urbanos de alimentos frescos. Ela abrange regulamentação, sistemas de vigilância aprimorados, capacitação de autoridades de inspeção e adoção de abordagens baseadas em risco em toda a cadeia de valor alimentar.

A intervenção de GAIN-EatSafe (*Evidências e Ações para Alimentos Seguros e Nutritivos [Evidence and Action Towards Safe and Nutritious Foods]*) de 2022 no Mercado Aroge Gebeya complementou esses compromissos liderados pelo governo, com foco em capacitar vendedores e consumidores para a adoção de melhores práticas de higiene e segurança alimentar. Isso foi ainda mais reforçado pelos esforços para melhorar a governança do mercado por meio do engajamento coletivo. A abordagem EatSafe investiu em treinamento e comunicação baseada em mensagens culturalmente relevantes, como a proteção da saúde da família veiculando-as por meio de rádios comunitárias, cartazes e eventos públicos. Essas comunicações foram particularmente impactantes entre as mulheres, que representavam 80% dos vendedores e 60-70% dos clientes. Paralelamente, foram realizados no mercado treinamentos práticos, flexíveis e de curta duração sobre higiene, manuseio de alimentos e armazenamento, adaptados às limitações de tempo e recursos dos vendedores. Os vendedores também foram equipados com materiais de baixo custo, incluindo sabão, desinfetantes, ferramentas de purificação de água e caixas codificadas por cores para facilitar a conformidade com a segurança alimentar [80].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Iniciativas como EatSafe no mercado de alimentos de Aroge Gebeya fizeram com que os consumidores comesçassem a usar dicas de segurança alimentar para selecionar vendedores e produtos alimentícios. Eles também se envolveram mais em discussões sobre segurança alimentar com outras pessoas e tomaram medidas adicionais em casa para reduzir riscos. Os vendedores, por sua vez, adotaram melhores práticas de manuseio higiênico de alimentos, demonstraram maior conscientização sobre seu papel em garantir alimentos seguros e investiram em ferramentas e treinamento para atender às crescentes expectativas dos consumidores, desde o manuseio até o armazenamento e a exposição dos alimentos. Em última análise, a criação de

ambientes alimentares que ofereçam alimentos seguros e de qualidade está ligada à vontade política por meio de políticas e estratégias, bem como a iniciativas lideradas pela cidade e pelo mercado para capacitar governos, cadeias de valor e agentes do mercado.

Para abordar lacunas de infraestrutura e regulamentação, a iniciativa priorizou a colaboração entre os atores locais na governança do mercado e o desenvolvimento de Planos de Melhoria de Mercado (MIPs). O aumento da conscientização e do engajamento

entre consumidores, vendedores e autoridades locais preparou o terreno para uma mudança de longo prazo liderada localmente. Benefícios econômicos foram observados juntamente com melhorias dos vendedores nas práticas de higiene alimentar e ofertas de alimentos de qualidade e seguros, com níveis associados de aumento de confiança do consumidor e, em alguns casos, vendas melhores pelos vendedores. Por fim, as campanhas de comunicação mostraram-se mais impactantes quando localizadas, culturalmente sensíveis e apoiadas por defensores comunitários confiáveis.



Lilongwe, Malawi

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A cidade de Lilongwe tem 27 bairros, divididos em quatro setores (Old Town, Capital Hill, Kanengo e Lumbadzi). Em toda a cidade, há 43 mercados cujo município é proprietário e conduz a operação. Destes, cinco são fora da rua, com cada bairro tendo pelo menos um mercado local. Também existem vários mercados informais. Embora vários ministérios nacionais (Comércio, Saúde, Agricultura) participem da definição de regulamentações para governar diferentes aspectos do mercado, a gestão diária fica a cargo da Secretaria de Comércio, Negócios e Indústria do governo local. Cada mercado é supervisionado por um líder de mercado empregado pela referida secretaria, cooperando estreitamente com a Secretaria da Saúde, que é responsável pela limpeza do mercado, coleta de lixo, prevenção de doenças e gestão, bem como a Secretaria de Engenharia, que é responsável pela iluminação, controle de incêndios e construção e limpeza de sistemas de drenagem. Lilongwe tem dois regulamentos (o Estatuto do Mercados e Vendas de Lilongwe [*Lilongwe Market and Vending by-law*] e Alvarás Comerciais da Prefeitura de Lilongwe [*Lilongwe City Council Business Permits Licence*]) que permitem que cooperativas ou pessoas físicas operem mercados privados.



 989.318 habitantes

 393 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Administração pública
- Comércio varejista e atacadista
- Indústria leve
- Transporte
- Bancos e indústrias relacionadas ao turismo

VOCÊ SABIA?

Usando a técnica de cultivo intercalar, os alimentos são cultivados em pequena escala na maioria dos espaços abertos da cidade.

Foto: Mercado de Horticultura Lizulu, Lilongwe. ©Amy Murgatroyd, ICLEI África

DESAFIOS

Um dos principais desafios de governança que a Prefeitura de Lilongwe enfrenta é a gestão e regulamentação dos vendedores ambulantes na cidade. Houve um aumento nas vendas ambulantes na cidade, pois os mercados existentes estão superlotados, dificultando a prestação de serviços. Além disso, os vendedores atendem aos clientes, que buscam conveniência e compram produtos ao longo da estrada em vez de entrar em um mercado. Embora a venda ambulante ofereça importantes oportunidades de subsistência, ela é considerada ilegal pelo Estatuto de Mercados e Vendas. Isso é considerado problemático porque compromete a segurança alimentar, causa congestionamento nas estradas e impacta negativamente as receitas dos vendedores que pagam taxas nos mercados. Há também a percepção de que os

vendedores ambulantes não correspondem à imagem de uma cidade moderna. Isso contribui para a falta de interesse dos investidores por parte de varejistas comerciais, como a rede de supermercados Shoprite.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A Prefeitura adotou uma abordagem em dois níveis para eliminar a venda ambulante. Em primeiro lugar, a Secretaria de Comércio, Negócios e Indústria está trabalhando com a Secretaria de Planejamento para zonedar formalmente certas áreas à beira da estrada como "mercados fora da rua", dos quais cinco foram estabelecidos. Esses mercados são projetados para acomodar vendedores ambulantes que buscam melhor visibilidade e tráfego de pedestres. Os mercados fora da rua permitem que os vendedores construam barracas de comércio organizadas e com segurança, seguindo especificações de projeto predefinidas. Os pilotos de mercados fora de rua foram estabelecidos em áreas de baixa densidade e alta renda, próximas ao supermercado, o que os torna locais de comércio desejáveis.

Sempre que possível, a Prefeitura de Lilongwe usa mercados fora das ruas para atender vendedores ambulantes com segurança. No entanto, o grande número de vendedores ambulantes representa um problema. Para coibir o comércio ambulante, a Prefeitura criou uma força policial municipal cuja principal responsabilidade é gerenciar e controlar o comércio ambulante. Essa visão rígida nem sempre é politicamente favorável, mas é considerada uma ação necessária para garantir a segurança alimentar e gerenciar a venda de alimentos frescos na cidade.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Os mercados fora das ruas têm se mostrado bem-sucedidos até agora. Os vendedores atendidos estão satisfeitos em termos de visibilidade e acessibilidade dos consumidores. Eles respeitam, em grande parte, as diretrizes

de design, suas barracas são bem apresentadas e não bloqueiam o tráfego. Eles também foram registrados na Prefeitura e pagam taxas mensais.

No entanto, há desafios, como a falta de infraestrutura adequada para lidar com o armazenamento e a perecibilidade dos alimentos frescos. A atratividade das barracas também poderia ser melhorada se os vendedores tivessem acesso a mais fundos ou se a Prefeitura pudesse construí-las de modo padronizado. Além disso, a ausência de instalações sanitárias, como banheiros e água, é um inconveniente para os vendedores e representa um risco à saúde e à segurança.

Em relação aos demais vendedores ambulantes, o desafio continua sendo incluí-los com segurança no setor varejista. Todos os dias, vendedores são expulsos das ruas pela polícia e, todos os dias, eles retornam. Se os vendedores forem pegos, seus itens serão confiscados e, de acordo com o Estatuto de Mercados e Vendas, a polícia poderá descartar os itens confiscados. Às vezes, essas interações levam à violência, e os vendedores ambulantes têm poucos direitos nessa situação. Embora os mercados fora da rua tenham sido um sucesso, para que os impactos sejam visíveis, eles precisam de mais expansão.



Lusaka, Zâmbia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A cidade de Lusaka tem 32 mercados supervisionados pela Prefeitura de Lusaka (LCC), 60 mercados cooperativos independentes em sete zonas e 33 bairros, principalmente em áreas residenciais de baixa renda, densamente povoadas e não planejadas. Mais de 30% dos alimentos frescos são originários de distritos rurais e produtores de alimentos próximos, apoiando um setor alimentar informal que atende cerca de 80% da população através de barracas de mercado, vendedores ambulantes e de rua e quiosques [82].

A Lei de Mercados e Estações de Ônibus [*Markets and Bus Stations Act*] reconhece mercados estabelecidos pela prefeitura, administrados por gestores de mercado (para mercados grandes) ou líderes de mercado (para mercados pequenos) e Comitês Consultivos de Mercado, e mercados cooperativos independentes governados por comitês de mercado. Outras legislações relevantes incluem a Lei de Saúde Pública [*Public Health Act*], a Lei de Regulamentação e Gestão de Resíduos Sólidos [*Solid Waste Regulation and Management Act*], a Lei de Segurança Alimentar [*Food Safety Act*] e os Regulamentos do Governo Local (Venda Ambulante e Transtornos [*Local Government (Street Vending and Nuisances) Regulations*]) (SI nº 12 de 2018).



 3.079.964 habitantes

 360 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Fabricação comercial
- Serviços financeiros
- Transporte/armazenamento
- Hospitalidade
- Construção
- Comércio atacadista/varejista
- Processamento de alimentos

VOCÊ SABIA?

O Mercado de Alimentos Soweto, localizado perto do Distrito Central de Negócios de Lusaka, é o maior mercado urbano formal da Zâmbia. Ele desempenha um papel vital na distribuição de produtos frescos para mercados cooperativos e municipais por meio de canais de atacado e varejo [81].

Foto: Mercado Mtendere. ©Amy Murgatroyd, ICLEI África

A Secretaria de Moradia e Serviços Sociais da LCC trabalha com Saúde Pública, Planejamento, Finanças e a Lusaka Integrated Solid Waste Management Company (LISWMC) para supervisionar a gestão dos mercados. O Ministério do Governo Local e Desenvolvimento Rural fornece supervisão à Prefeitura. Os mercados operados pela prefeitura geralmente incluem associações de produtores independentes que oferecem direitos de comercialização e instalações de armazenamento ocasionais.

Para um fornecimento consistente de água, a LCC fornece serviços de mercado, como manutenção de infraestrutura, gestão de resíduos sólidos, iluminação, saneamento, limpeza e poços artesianos. Os vendedores pagam taxas de mercado à LCC que cobrem as contas de serviços públicos. A LCC fornece alvará a proprietários de lojas cooperativas, e os serviços são gerenciados por meio da cobrança de taxas pelas cooperativas. A Prefeitura está desenvolvendo um mecanismo de compartilhamento de taxas no âmbito da Lei de Mercados para coletar taxas de mercado, enquanto as taxas de gerenciamento de resíduos e blocos de ablução serão compartilhadas com cooperativas.

DESAFIOS

Os mercados de Lusaka carecem de infraestrutura e comodidades adequadas, como instalações de armazenamento. A Prefeitura está respondendo com a modernização dos mercados e construindo instalações de vários andares com financiamento do governo local e nacional. Com a assistência da Unidade de Gestão e Mitigação de Desastres (DMMU), um mercado de vários andares foi construído no Distrito Central de Negócios (CBD) para realocar vendedores ambulantes e expandir o espaço comercial. A LCC está utilizando Parcerias Público-Privadas (PPPs), incluindo acordos de construção-operação-transferência para desenvolver mercados e serviços de arrendamento, como instalações sanitárias e fornecimento de armazenamento, e recentemente aprovou uma empresa privada para oferecer armazenamento refrigerado movido a energia solar em um mercado do CBD.

A gestão de resíduos sólidos, especialmente o desperdício de alimentos, é um desafio significativo, com 38% dos produtos frescos do mercado desperdiçados. Em 2018, a LCC criou a LISWMC para gerenciar resíduos sólidos, aplicando o Princípio do Poluidor-Pagador para responsabilizar os vendedores por seus resíduos. A Prefeitura colabora com entidades privadas para implementar a separação de resíduos nos mercados. Com o apoio da Agência

Japonesa de Cooperação Internacional, o aterro de Chunga foi transformado em uma instalação bem administrada, onde os resíduos são processados e reaproveitados.

A competição entre comerciantes, estabelecimentos comerciais e lojas de artigos para o lar agrava a venda ambulante, uma questão política complexa. No entanto, os vendedores ambulantes, por meio da Associação de Vendedores, estão sendo motivados se mudarem para áreas designadas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A Lei de Mercados e a legislação correlata garantem mercados bem administrados ao regular o comportamento dos profissionais de mercados. A SI de 2018, que proibiu a venda ambulante e impôs penalidades, é fundamental para abordar essa questão, promovendo o comércio em mercados designados e a segurança alimentar. O diálogo da Prefeitura com o setor informal representa uma abordagem aprimorada. A criação da LISWMC em 2018 para supervisionar as funções de resíduos sólidos, incluindo a terceirização para o setor privado e a introdução de biodigestores em alguns mercados, está melhorando significativamente a gestão de resíduos. Além disso, a campanha do governo "Torne a Zâmbia Limpa, Verde e Saudável" ("*Make Zambia Clean, Green, and Healthy*") atribui aos vendedores a limpeza dos mercados no último sábado de cada mês. Iniciativas como a Iniciativa de Segurança Alimentar de Lusaka [*Lusaka Food Security Initiative*] de 2020 e o Conselho de Política Alimentar [*Lusaka Food Policy Council*] de Lusaka, liderados pela Prefeitura, promovem uma abordagem colaborativa para aprimorar um sistema alimentar integrado.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Regular os mercados e melhorar a infraestrutura, as condições sanitárias e a segurança alimentar são medidas cruciais que exigem a aplicação e a responsabilidade dos vendedores e consumidores. Redesenhar os sistemas alimentares com base nos princípios da economia circular é essencial para combater o desperdício de alimentos de forma eficaz. As parcerias público-privadas prometem melhorar significativamente os ambientes

de mercado. As melhorias na governança também envolverão a regulamentação dos intermediários do mercado que influenciam os preços dos alimentos. Os principais impulsionadores da mudança incluem o reforço do comprometimento político, a melhoria da capacidade da Prefeitura de regulamentação e gestão de mercado, a conscientização entre vendedores e consumidores e o fomento de parcerias.



Machakos, Quênia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Em Machakos, a gestão do mercado é responsabilidade da Secretaria de Comércio, Indústria, Turismo e Inovação do Condado. Isso inclui arrecadar receitas, garantir que as balanças sejam calibradas e supervisionar as eleições de comitês de mercado constituídos por vendedores. As taxas são coletadas diariamente pelo gestor de mercado e pelos agentes de receita da Secretaria de Comércio usando unidades manuais de tecnologia digital e códigos numéricos exclusivos do vendedor. Os mandatos de outras secretarias do condado se interconectam com as operações de mercado. A Unidade Descentralizada tem uma diretoria de gestão de resíduos encarregada da coleta de resíduos do mercado e serviços de inspeção para garantir a segurança. A Secretaria de Águas, Irrigação, Meio Ambiente, Saneamento e Mudanças Climáticas fornece infraestrutura e serviços de água, saneamento e saúde, enquanto a Secretaria de Agricultura, Segurança Alimentar e Desenvolvimento Cooperativo se concentra na formulação, implementação e monitoramento de legislação, regulamentações e políticas agrícolas que influenciam o fornecimento, a qualidade e a acessibilidade dos alimentos. Sob a Secretaria da Saúde, o mandato de saúde pública abrange a saúde e a segurança dos mercados e a conformidade



 250.000 [83, 84]
habitantes

 307 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura
- Atividades industriais e de manufatura
- Comércio
- Turismo
- Transporte
- Logística

VOCÊ SABIA?

Os mercados de alimentos tradicionais de Machakos prosperam com produtos frescos dos condados vizinhos, incluindo o Kiambu, rico em agricultura, e até mesmo através do comércio transfronteiriço com a Tanzânia [85].

Foto: Mercado Marikiti. ©GAIN

supervisionada por inspetores. A autoridade nutricional dessa secretaria envolve supervisão de mensagens e campanhas educacionais que visam influenciar os mercados e o ambiente alimentar mais amplo [83].

DESAFIOS

O clima quente e árido, a dependência de longas cadeias de abastecimento alimentar e a dupla tributação dos alimentos transportados através das fronteiras dos condados representam desafios para os mercados locais, por exemplo, na manutenção da disponibilidade de frutas e vegetais frescos e seguros durante todo o ano [86]. Isso tem um efeito cascata nos preços e no volume de alimentos perdidos no caminho para os mercados. Muitas vezes faltam

infraestruturas, como telhados, superfícies elevadas para barracas, câmaras frigoríficas e instalações sanitárias adequadas para homens e mulheres, e os serviços básicos prestados, como o esvaziamento das latas de lixo e água dos mercados, não são confiáveis [86]. Esses investimentos são desafiados pela falta de confiança dos investidores, que tende a ser informada por modelos clássicos de custo-benefício, lucro e risco, que não são adequados aos mercados de alimentos locais e tradicionais administrados publicamente.

A ausência de um mecanismo robusto de coordenação intergovernamental cria desafios para a transformação de sistemas alimentares liderados localmente. Isso afeta o papel dos mercados administrados publicamente como centros de transformação, limita o investimento em infraestrutura de mercado e dificulta a capacitação e o engajamento de vendedores e comitês de mercado como principais parceiros. De acordo com os stakeholders do mercado, a coordenação insuficiente entre os governos dos condados, os comitês de mercado e os vendedores, bem como a governança em nível nacional e local, resulta em ineficiências, incluindo projetos de concepção de mercado sobrepostos e responsabilidades pouco claras [86].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

O Guia de Desenvolvimento e Gestão de Mercados visa padronizar o desenvolvimento de mercados no Quênia com diretrizes para planejamento, concepção e gestão [87]. A responsabilidade pelos sistemas alimentares foi transferida para os governos dos condados por meio da Lei dos Governos dos Condados [*County Governments Act*] (2012). O Condado de Machakos promulgou várias leis, incluindo a Lei de Segurança Alimentar [*Food Safety Act*] (2022) e a Lei de Mercados Públicos e Barracas do Condado de Machakos [*Machakos County Public Market and Stalls Act*] (2016), que designam áreas de operação de vendedores e estruturas de governança de mercado [88].

O Condado de Machakos colabora com parceiros locais e globais do setor privado, não governamentais e de pesquisa para melhor apoiar a transformação de seus sistemas alimentares. Desde 2020, o condado tem trabalhado com a GAIN e o Mercado Marikiti na cidade de Machakos para coprojetar um plano de ação de mercado de governança inclusiva e melhorar as capacidades de gestão, nutrição e segurança alimentar do condado, dos comitês de mercado e dos vendedores. Essa colaboração investiu em melhorias incrementais de infraestrutura, começando com instalações de água, saneamento e saúde e, posteriormente, expandindo para coberturas e uma câmara frigorífica de alimentação dupla, principalmente para armazenar estoques de vegetais dos vendedores.

Graças à GAIN, os stakeholders do condado e do mercado agora se beneficiam de investimentos em infraestrutura com redução gradual de riscos, são capacitados em pensamento sistêmico, nutrição, segurança alimentar e redução de desperdício, e estão efetivamente alavancando sua liderança e relacionamentos no sistema alimentar. Em 2024, a GAIN conectou ainda mais os stakeholders com outros quatro governos de condados e mercados por meio do workshop Kongamano da África Subsaariana, coorganizado pelo governo queniano, para facilitar o compartilhamento de conhecimento, networking e inspiração entre representantes de condados, além de parceiros e doadores.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Reconhecendo a higiene e a segurança alimentar como um desafio local e global, o governo nacional do Quênia, a Nigéria e a Bolívia têm liderado esforços para desenvolver o Codex Alimentarius "Diretrizes para Medidas de Controle de Higiene Alimentar em Mercados Tradicionais" [*Guidelines for Food Hygiene Control Measures in Traditional Markets*] desde 2022. Elas foram adotadas oficialmente em novembro de 2024. No futuro, os comitês de mercado e o Condado de Machakos se concentrarão na implementação e operacionalização dessas diretrizes.



Mbale, Uganda

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Em Mbale, cerca de 90% da população urbana compra produtos frescos em mercados de alimentos frescos. A cidade tem sete mercados de propriedade municipal. O Mercado Central de Mbale (MCM) é o principal centro onde os produtos são agregados e vendidos a pequenos vendedores ou diretamente aos consumidores. Nos arredores, operam vários mercados menores e não registrados. Embora não tenham infraestrutura adequada nem serviços essenciais, eles desempenham um papel crucial em garantir o acesso dos moradores a alimentos frescos.

A governança geral dos mercados de alimentos fica a cargo da Prefeitura de Mbale (MCC). A Secretaria de Comércio é responsável pela operação diária do mercado no âmbito da MCC. Ao mesmo tempo, a Secretaria de Alimentos é responsável por garantir que os padrões de segurança alimentar sejam cumpridos no mercado. Cada mercado municipal é administrado por um líder de mercado, que é empregado pela MCC, e um executivo de mercado eleito pelos vendedores a cada dois anos. Especificamente, a MCC fez uma parceria com a Rikolto, o Global Consumer Centre (CONSENT) e a Food Rights Alliance (FRA) no programa Comida de Qualidade para Cidades



 ~650.000 habitantes

 518.6 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura
- Turismo
- Comércio

VOCÊ SABIA?

83,6% do território de Mbale é dedicado à agricultura de subsistência, levando produtos frescos da fazenda diretamente para o seu prato.

Foto: Mercado Central de Mbale. ©Peter Businda, Rikolto

(*Good Food for Cities - GF4C*), que visa melhorar a infraestrutura dos mercados e as práticas de segurança e higiene alimentar nos mercados.

DESAFIOS

Um dos maiores desafios na cidade de Mbale é a perda e o desperdício de alimentos pós-colheita. Os principais fatores que causam a perda de alimentos incluem a falta de conscientização sobre práticas seguras de manuseio de alimentos, redes rodoviárias precárias e soluções de transporte inadequadas, falta de pontos de comercialização adequados e ausência de infraestrutura de armazenamento refrigerado. A perda de alimentos em toda a cadeia de abastecimento está afetando a segurança alimentar na cidade, além de impactar diretamente os meios de subsistência de pequenos agricultores e vendedores de mercado.

A MCC está adotando uma abordagem de cadeia de valor para enfrentar esse desafio. No que diz respeito ao agricultor, eles fornecem serviços de treinamento e extensão para melhorar habilidades e conhecimento de práticas agrícolas modernas, colheita oportuna, práticas seguras de manuseio de alimentos e métodos de armazenamento adequados. Em relação aos mercados, o programa GF4C trabalhou para coprojetar e construir 70 novas barracas atrativas de comércio no Mercado Central de Mbale, promovendo a segurança e a preservação de alimentos.

Para melhorar ainda mais as práticas de segurança alimentar, o programa GF4C facilitou um programa de treinamento em segurança alimentar no MCM e convidou os vendedores a praticar o que aprenderam participando de uma competição. O concurso premiou os vendedores com base em higiene pessoal, limpeza da banca, segurança do produto, atendimento ao cliente, higiene do mercado e condições sanitárias. Mesmo aqueles que não ganharam relataram que gostaram de participar da competição, pois viram um aumento de clientes em resposta às mudanças positivas que fizeram em suas barracas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Uma das iniciativas mais bem-sucedidas do MCC, em colaboração com Rikolto, CONSENT e FRA, é o estabelecimento do [Conselho de Alimentação de Qualidade \(Good Food Council - GFC\)](#) e o [Parlamento da Alimentação de Qualidade \(Good Food Parliament - GFP\)](#). Esses conselhos servem como mecanismos de consulta, diálogo, coprodução e revisão entre os agentes do sistema alimentar. Originalmente criados para abordar a segurança alimentar nos mercados, eles expandiram seu escopo para enfrentar desafios mais amplos relacionados ao mercado.

O GFC é composto por 19 membros que representam um conjunto diversificado de agentes do sistema alimentar, como autoridades políticas e técnicas do MCC, vendedores, agricultores, representantes empresariais,

mídia, pesquisadores e instituições culturais. O Conselho toma decisões e desenvolve planos de ação para intervenções no sistema alimentar, que são apresentados para consideração pelo GFP. Uma vez implementadas, o Conselho revisa as intervenções mensalmente para avaliar seu sucesso e adaptar os planos conforme necessário. O progresso é compartilhado e discutido com o Parlamento para promover transparência, inclusão e responsabilidade.

O GFP é uma plataforma multissetorial mais ampla, composta por mais de 70 agentes do sistema alimentar, incluindo aqueles que fazem parte do Conselho. O Parlamento ajuda a fortalecer a coordenação e a implementação das intervenções compartilhando experiências e conhecimentos, explorando diferentes pontos de vista e criando impulso em direção a um objetivo comum. Todos os procedimentos são repassados ao público pela mídia, e o Parlamento publica suas resoluções nos escritórios relevantes do MCC para implementação.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Adotar uma abordagem holística para lidar com a segurança alimentar por meio da implementação de atualizações de mercado, programas de treinamento e ações inovadoras, como a competição realizada no MCM, tem se mostrado eficaz para mudar os mindsets de consumidores e vendedores em direção a melhores práticas de segurança alimentar e higiene. Os vendedores no mercado experimentaram um aumento nas vendas em resposta às mudanças positivas que fizeram. Com essa adesão, o comitê de gestão do mercado pode regular melhor a segurança alimentar. Esta intervenção provou ser realmente um sucesso, pois outros vendedores não beneficiários vêm improvisando suas próprias melhorias em linha com as barracas dos beneficiários, pois perceberam os benefícios para seus negócios.

O GFC e o GFP levaram com sucesso as questões alimentares urbanas à agenda da cidade, permitindo discussões e tomadas de decisões mais coordenadas. Um resultado importante foi o

desenvolvimento de uma Portaria Alimentar que abordou problemas de segurança alimentar nos mercados. Além disso, mecanismos de diálogo e responsabilização foram estabelecidos por meio

dessas plataformas, e as interações regulares entre os agentes do sistema alimentar criaram o espaço para uma resposta mais unificada aos desafios do sistema alimentar na cidade.



Mérida, México

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Mérida conta com 14 mercados municipais geridos pela Subdireção de Mercados Públicos, além de *tianguis*⁶ e mercados temporários supervisionados pela Subdireção de Mercados Especializados em Comércio Ambulante. As concessões são outorgadas aos locatários de acordo com o Regulamento Municipal de Mercados de Mérida [92], o principal instrumento do município que regula a prestação de serviços nos mercados públicos e nas barracas fixas, semifixas ou móveis que operam nas vias públicas e nos edifícios públicos. Embora o município tenha autoridade formal sobre a gestão e operação dos mercados, na prática, muitos vendedores administram seus próprios espaços, limitando o controle regulatório. Em alinhamento com os processos descritos no Plano Integral de Regulamentação do Comércio de Mérida, o município atualiza regularmente um registro oficial de vendedores do mercado e define espaços para novos mercados, ao mesmo tempo em que visa melhorar a eficiência dos mercados públicos municipais existentes e fornecer novas opções para realocar vendedores que vendem em vias públicas.

6 Espaços designados nas ruas onde comércios que vendem alimentos, roupas e outros produtos estão localizados de forma semipermanente em certos dias designados pelos costumes e tradições de cada cidade.



995.129 [89]
habitantes



874.4 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Comércio
- Construção
- Setores alimentar e imobiliário [90]

VOCÊ SABIA?

Mérida preserva a rica herança da civilização maia, enraizada em avanços pioneiros em astronomia, matemática e física. Em 2019, a UNESCO a nomeou como Cidade Criativa da Gastronomia pelo seu compromisso em preservar e promover as suas ricas tradições culturais e culinárias [91].

Foto: Mercado Lucas de Gálvez. ©Município de Mérida

DESAFIOS

Os principais desafios incluem a deterioração da infraestrutura, a falta de recursos e a resistência de alguns locatários aos processos regulatórios. Como a maioria dos mercados está localizada em edifícios antigos, pisos e paredes apresentam desgaste significativo e a adaptação de novos serviços se torna difícil, o que representa desafios aos esforços de modernização. A limpeza é outra questão prioritária devido ao seu impacto direto na saúde pública e, embora existam regulamentações sobre higiene, elas exigem revisão e capacidades dedicadas para uma implementação mais eficiente. Embora não sejam frequentes, desastres relacionados

ao clima, como tempestades tropicais, também causam danos ocasionais aos mercados, o que afeta o tecido social da cidade, pois são espaços importantes de encontro e troca de pessoas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para enfrentar esses desafios, a cidade está implementando duas iniciativas que buscam fortalecer a resiliência do sistema alimentar de Mérida, promovendo práticas ambientalmente responsáveis e conscientização do consumidor para garantir acesso equitativo a alimentos nutritivos.

O programa Círculo 47 [93] trabalha para melhorar a sustentabilidade da agricultura nos distritos de Mérida, conectando os produtores com mercados justos, acrescentando visibilidade e valor aos seus produtos, expandindo a produção e promovendo seu patrimônio biocultural. Tendo previamente identificado 17 categorias de produção que vão desde gado e cultivos até mel, tortilhas e produtos de valor agregado, as principais iniciativas do projeto incluem a modernização das instalações municipais para transformá-las em centros de alimentação completos. Melhorar a infraestrutura traz benefícios para vários agentes do mercado. Produtores vêm rendimentos mais elevados à medida que os produtos se tornam mais atraentes para os consumidores e devido à melhor distribuição em toda a península e à expansão das oportunidades de exportação. A iniciativa também abrange programas de capacitação e suporte logístico para produtores nos 47 distritos do município, análises de mercado aprofundadas e o estabelecimento de uma estrutura legal para a conservação do solo, garantindo que os produtores tenham os recursos e sistemas necessários para prosperar em um clima de mudanças e em um mercado competitivo.

Simultaneamente, o município fomenta a demanda pública por alimentos frescos de produtores locais, em vez de grandes redes varejistas, por meio de educação alimentar, consultas sobre nutrição e prevenção de

diabetes, além de campanhas de nutrição materno-infantil. Estas são realizadas pelo Centro Municipal de Nutrição e Cuidados com a Diabetes [*Municipal Center for Nutrition and Diabetes Care*]. Cada programa é voltado para um público específico, como pessoas que possam ter familiares em risco, e os formatos variam, desde workshops presenciais e virtuais acessíveis até consultas individuais e palestras na comunidade [94].

LIÇÕES E OLHAR PARA O FUTURO

As iniciativas do sistema alimentar estão alinhadas com o Plano de Desenvolvimento Municipal de Mérida (2024-2027) e o Plano de Desenvolvimento Estadual (2024-2030). O trabalho do município no Círculo 47 já demonstrou sucesso no apoio aos produtores locais e na promoção de cadeias de abastecimento curtas. Até o momento, o Círculo 47 facilitou 250 conexões entre 76 produtores e mercados justos, como Slow Food Mérida Norte, Yaaxtal Eco Stores e o Club Sibarita Food Festival, e organizou 47 eventos, celebrações do Dia da Abelha e feiras agroecológicas envolvendo 242 participantes. Ele também impulsionou a criação do Comitê Técnico de Comércio Justo de Mérida, alinhado à Latin American and Caribbean Network of Fair Trade Small Producers and Workers (CLAC).

As prioridades da cidade são melhorar a limpeza, a organização e a conformidade regulamentar do mercado. Por meio de iniciativas como o Muro Verde do Mercado Lucas de Gálvez, o mais antigo e visitado de Mérida, o município também pretende melhorar o ambiente e a imagem pública dos mercados como centros de cultura, vida social e bem-estar.



Osasco, Brasil

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O município de Osasco implementa políticas públicas que facilitam o acesso à alimentação adequada por meio de diversas instalações e iniciativas, como feiras, mercado municipal, hortas urbanas e banco de alimentos local. As feiras — mercados ao ar livre instalados temporariamente ao longo das ruas públicas — são um dos principais mecanismos da cidade para fornecer alimentos frescos à população urbana.

Atualmente, Osasco abriga 54 feiras distribuídas em seu território (35 na Zona Sul, 19 na Zona Norte). Essas feiras ocorrem de terça a domingo, e dois deles funcionam à noite. Participam cerca de 800 vendedores, dos quais 200 se dedicam exclusivamente à venda de frutas, legumes e verduras. Os mercados geram cerca de 1.100 empregos diretos e 500 indiretos, entre vendedores, trabalhadores de transporte, coletores de lixo e assistentes informais. Estima-se que cerca de 500.000 pessoas sejam atendidas semanalmente, o que demonstra o papel vital que esses mercados desempenham no cenário gastronômico da cidade. A gestão, a manutenção e a operação desses espaços são supervisionadas pela Secretaria de Fiscalização e Controle Urbano, que faz parte da Secretaria de Segurança Pública e Controle Urbano.



 728.615 [95]
habitantes

 64.954 km² [96]
superfície

SECTORES ECONÓMICOS MÁS IMPORTANTES

- Indústria
- Servicios

¿SABÍAS QUE?

Osasco es conocida como la “capital de los perros calientes”, un título ganado gracias a sus fuertes raíces industriales y su cultura de clase trabajadora, que fomentó el surgimiento de bares de estos populares bocadillos, muchos de ellos con recetas creativas y generosas que se han convertido en tradiciones locales.

Foto: Barrio Jardim Veloso. ©Fernanda Cazarini

Além das feiras, Osasco também conta com a *Mercadão* (Mercado Municipal), localizado no centro da cidade. Instalado em um prédio de aproximadamente 2.200 m², o mercado funciona de segunda a sábado, além de domingos e feriados com horário reduzido. O Mercadão é um importante centro de abastecimento de alimentos na cidade, oferecendo uma grande variedade de itens como carne, peixe, grãos, sementes, laticínios, temperos e produtos frescos. Ele abriga 25 barracas e emprega 88 funcionários, atendendo cerca de 2.800 pessoas por semana.

DESAFIOS

Apesar da ampla disponibilidade de alimentos em toda a cidade, as desigualdades territoriais e socioeconômicas representam desafios para garantir o direito humano à alimentação adequada. Em áreas de alta vulnerabilidade social, a presença de feiras pode não ser suficiente para garantir o acesso a uma alimentação balanceada, principalmente para famílias de baixa renda que muitas vezes não têm condições de comprar produtos frescos. Dessa forma, o governo municipal reconhece que o abastecimento de alimentos por meio de feiras deve ser complementado por políticas públicas voltadas às populações em situação de vulnerabilidade.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Lançado em 2021, o [Programa Nosso Futuro](#) é uma iniciativa inovadora que integra diversas políticas públicas por meio da colaboração intersetorial, oferecendo suporte integral e centrado no ser humano às famílias em situações de vulnerabilidade. Por meio de um cartão de assistência alimentar com crédito mensal, a iniciativa proporciona autonomia a 32 mil famílias, possibilitando que elas comprem alimentos frescos e nutritivos em estabelecimentos locais e, assim, estimulando a economia local. Além disso, o programa visa criar outros benefícios conjuntos, vinculando a participação à frequência escolar regular e à carteira de vacinação atualizada de crianças e adolescentes. Apoio adicional também está disponível por meio do Banco de Alimentos de Osasco, criado para combater a fome e evitar o desperdício de alimentos. O banco de alimentos recebe, de distribuidores de produtos, supermercados e empresas privadas, doações de alimentos que não atendem aos padrões comerciais, mas que são seguros para consumo. Os itens coletados são redistribuídos para famílias em situações de vulnerabilidade por meio de mais de 100 organizações da sociedade civil.

O município também promove a autossuficiência de seus moradores. A política de agricultura urbana transforma áreas urbanas subutilizadas em espaços produtivos por meio de práticas agroecológicas, incentivando o cultivo de frutas, legumes e verduras. O programa promove atividades de capacitação e educação para consumidores, fornecimento de insumos e assistênciatécnica,contribuindoparaasegurança alimentar, educação ambiental e fortalecimento de redes comunitárias. Atualmente, 21 hortas urbanas estão em funcionamento em todo o município, abrangendo uma área de 26.848 m² com 1.387 canteiros, envolvendo 70 agricultores e 280 pessoas indiretamente. Na zona norte da cidade, encontra-se o Eixo Verde, um corredor produtivo que se estende por mais de 8 km.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A integração entre as tradicionais instalações públicas de distribuição de alimentos (feiras e mercado municipal) e as políticas sociais implementadas pela Secretaria da Família, Cidadania e Segurança Alimentar tem se mostrado uma estratégia eficaz para ampliar o acesso à alimentação saudável, promovendo a justiça social e a sustentabilidade.

As feiras continuam sendo a base do sistema alimentar da cidade, mas seu impacto social é amplificado quando coordenados com programas que garantem acesso para aqueles que mais precisam. A experiência do Cartão de Assistência Alimentar Nosso Futuro, por exemplo, demonstra como transferências de renda direcionadas e focadas em alimentos podem ser uma ferramenta de empoderamento e desenvolvimento local. Enquanto isso, o Banco de Alimentos de Osasco destaca a importância de políticas públicas que combatam o desperdício de alimentos e garantam uma distribuição equitativa. O Programa de Agricultura Urbana não apenas incentiva o cultivo local de alimentos saudáveis, mas também cria oportunidades de geração de renda ao permitir que os agricultores vendam seus produtos diretamente nos espaços produtivos. A prefeitura de Osasco também ressalta a importância da

participação social, ouvindo ativamente seus moradores por meio de conferências e workshops, além dos conselhos municipais. Esse engajamento qualificado tem sido essencial para a construção de políticas públicas mais justas e atentas às reais necessidades da cidade. Como próximo

passo, Osasco busca aprimorar ainda mais a coordenação intersetorial de suas políticas e fortalecer o monitoramento e a avaliação de seus programas, visando garantir transparência, eficiência e resultados mensuráveis no combate à insegurança alimentar.



Pemba, Moçambique

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Em nível nacional, o Ministério da Agricultura supervisiona o fornecimento e os preços dos alimentos, enquanto o Ministério da Indústria e Comércio desenvolve políticas para apoiar a produção industrial, o comércio e a comercialização agrícola. A Secretaria de Segurança Alimentar administra a cadeia de abastecimento alimentar [98]. Embora esses órgãos nacionais regulem a disponibilidade e a acessibilidade dos alimentos, a gestão dos mercados de Pemba está sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Atividades Econômicas. As responsabilidades obrigatórias incluem o registo de mercados públicos, a prestação de serviços básicos como água, saneamento e saúde e gestão de resíduos, a manutenção de infra-estruturas, a conformidade com a saúde e a segurança alimentar e a regulamentação de fornecedores [98]. Isto é feito mediante colaboração com outras secretarias, como as de Planejamento e Finanças, Urbanização, Saúde, Transporte e Saneamento.

Os mercados locais de alimentos em Pemba são a principal fonte de alimentos para os residentes urbanos e importantes centros socioeconômicos [98]. Pemba tem 12 mercados públicos (formais) e pelo menos 16 mercados informais [98]. Os mercados informais geralmente estão localizados



 243.295 [97]
habitantes

 100 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura e silvicultura
- Pesca
- Transporte e comunicações
- Serviços financeiros
- Turismo

VOCÊ SABIA?

Em Pemba, 100 vendedores ambulantes, especialmente os que vendem peixe, receberam [NutriBikes](#), equipados com caixas térmicas para manter os alimentos frescos por mais tempo e, ao mesmo tempo, atingir mais clientes com mais rapidez.

Foto: Vendedora de vegetais no Mercado Alto Gingone. ©GAIN

em estradas e terrenos baldios, especialmente nos bairros de Alto Gingone, Josina Machel, Chuiba, Maranganhe, Eduardo Mondlane e Machara. Vários mercados públicos e informais estão interligados, com alguns vendedores vendendo seus produtos em espaços formais e informais, dependendo da hora do dia, da demanda ou das necessidades dos vendedores [98]. Normalmente, as mulheres vendem frutas e vegetais, enquanto os homens vendem ovos, laticínios e alimentos embalados [98].

DESAFIOS

Pemba enfrenta desafios significativos no que diz respeito à disponibilidade e ao acesso a alimentos baratos, seguros e nutritivos para os

moradores, bem como à perda e ao desperdício de alimentos [98, 99, 100]. O solo e outras condições em Pemba não são adequados para a agricultura urbana. As cadeias de valor alimentar se estendem desde produtos frescos pescados no mar até alguns vegetais frescos urbanos e locais cultivados hidroponicamente, adquiridos a 1 a 2 horas de carro da cidade, até cadeias de valor mais longas que abrangem diversas províncias e atravessam a fronteira com o Zimbábue e a África do Sul. Dois supermercados principais e vários mercados de alimentos locais são essenciais para o acesso a alimentos e meios de subsistência em Pemba. No entanto, a gestão do mercado municipal (público) é complicada por restrições orçamentais, atividades e responsabilidades administrativas fragmentadas, lacunas nas competências dos vendedores e práticas desfavoráveis enraizadas [98]. Nos mercados, as instalações de água, saneamento e saúde, os serviços de gestão de resíduos e o armazenamento refrigerado não estão disponíveis ou são deficientes [98].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Uma iniciativa importante é um mercado híbrido, um mercado público de alimentos no atacado e varejo construído em Pemba entre 2023 e 2024, com financiamento do governo norueguês e implementação técnica da GAIN. Este é um projeto inovador baseado nas melhores práticas, na orientação dos membros da União Mundial de Mercados Atacadistas, como a SIMAB, em requisitos técnicos, em contribuições de coprojeto do Município de Pemba, vendedores e outros líderes de mercado dos mercados da cidade [101]. O mercado foi criado para promover um senso de comunidade e de lugar para alimentação, como é evidente em mercados espalhados pela cidade e pelo país. O objetivo também era fornecer condições, incluindo habilidades e mecanismos de pagamento financeiro, para tornar acessíveis alimentos seguros, diversos e nutritivos, para dar suporte à manutenção contínua de infraestrutura resiliente ao clima (incluindo câmaras frigoríficas), garantir

uma gestão robusta e facilitar a eficiência nos relacionamentos dos sistemas alimentares para um mercado resiliente e adequado no futuro.

O terreno onde o mercado foi construído é de propriedade do município, e o local foi selecionado com base no plano de desenvolvimento da cidade, visando o crescimento da comunidade, o transporte público e a infraestrutura rodoviária, bem como as relações de distribuição com outros mercados locais e vendedores *last mile*. Inaugurado recentemente em meados de 2024 e respaldado por contratos, o mercado promete ilustrar como esse projeto de mercado, com e para comunidades de baixa renda, pode ser financeiramente viável e robusto, mesmo que não gere grandes lucros. Ele também serve para promover a apropriação local de atividades, como a redução do desperdício de alimentos, a higiene alimentar e o progresso em direção a objetivos sociais, de saúde, de igualdade de gênero, de meios de subsistência, de segurança alimentar e de bem-estar nutricional, além de ser também ambientalmente sensível.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

O governo municipal de Pemba identificou vários objetivos para melhorar os sistemas alimentares, incluindo o apoio a cadeias curtas de abastecimento alimentar, a criação de resiliência e a redução do desperdício alimentar nos mercados [98]. O município está comprometido com a segurança alimentar e nutricional, por exemplo, elaborando regulamentos de zoneamento que visam distribuir os mercados de forma mais uniforme por toda a cidade [98]. Há também políticas ambientais locais, que se concentram em promover a reciclagem e o uso de materiais ecológicos, enquanto o apoio financeiro e de capacitação para Pequenas e Médias Empresas nos mercados visa ajudar os vendedores a manter e expandir seus negócios. Programas de liderança administrados pela cidade ajudam a treinar gestores de mercado e vendedores sobre as melhores práticas de gestão de mercado e financeira, controle de qualidade e atendimento

ao cliente. Os vendedores também devem ser licenciados e estão sujeitos a regulamentos de saúde e segurança alimentar [98].

Parcerias público-privadas, inclusive com organizações sem fins lucrativos locais e internacionais, são incentivadas por meio de políticas do governo municipal. As parcerias são um acordo programático voluntário e baseado

em incentivos, com benefícios que incluem fornecimento de assistência técnica, treinamento e recursos. Além disso, sob a liderança do novo Prefeito recentemente eleito, Pemba pretende revigorar a sua rede de aprendizagem e de melhores práticas de cidade para cidade, bem como os benefícios do acesso a recursos através do Pacto de Política Alimentar Urbana de Milão, do qual é signatária [45].



Peshawar, Paquistão

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O Governo Metropolitano da Capital Peshawar governa a cidade. Como parte desse órgão regulador, as Corporações Municipais, que supervisionam áreas menores da cidade, são responsáveis pela regulamentação dos mercados "formais" (públicos). Isso inclui zonas de localização de mercado, licenças de operação de vendedores, infraestrutura e serviços de água, saneamento e saúde e gestão de resíduos sólidos [102]. A governança diária do mercado é liderada por comitês de mercado que se reportam ao Governo Metropolitano da Capital. Assim como em outros lugares do Paquistão, os mercados de Peshawar tendem a ser específicos para cada produto. Atualmente, existem sete mercados públicos principais em Peshawar: mercados de frutas e vegetais (Kala Mandi, Chamkani Subzi Mandi e Dalazak Road), mercados de carne e peixe (Hashtnagri, Ghanta Ghar e Chargano Chowk, respectivamente) e um mercado de ovos (Firdus) [103]. Cerca de um terço da cidade está sob a jurisdição da base militar próxima e, portanto, é administrada como acantonamentos. Essas áreas têm estruturas de governança separadas, incluindo conselhos de acantonamentos compostos por membros nomeados e eleitos. Alguns mercados estão dentro dos limites do acantonamento [102, 103].



4,758,763
habitantes



1,275 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura
- Indústria
- Processamento de alimentos
- Serviços
- Produtos farmacêuticos

VOCÊ SABIA?

Peshawar ostenta uma população dinâmica e jovem, com 30% com menos de 15 anos. Sua rica diversidade cultural continua a crescer, alimentada por pessoas de áreas vizinhas e do Afeganistão.

Foto: Vendedor de alimentos no mercado de alimentos de Peshawar. ©GAIN

Típico do Paquistão, o setor de venda de alimentos de Peshawar é diversificado, refletindo fortes preferências culturais por tipos de alimentos e formas de venda, bem como rotinas de compra de pequenas quantidades diárias e de quantidades maiores nos fins de semana [104]. Dietas à base de carne, incluindo principalmente cordeiro e carne bovina, são preferidas pelos moradores de Peshawar. A comida é vendida no *spazi mandis*, mercados especializados, como açougues e pequenos comércios. As "barracas" de mercado são geralmente geridas pelos proprietários, que são majoritariamente homens devido a práticas de herança [104, 105]. Os vendedores *last mile* (setor informal) distribuem alimentos de mercados urbanos e periurbanos para as

famílias, muitas vezes vendendo diretamente para mulheres e famílias vulneráveis nessa interface.

DESAFIOS

A segurança alimentar é um desafio, incluindo o uso de pesticidas pelos fornecedores, a adulteração do leite, as práticas de manuseio e a aplicação consistente do cumprimento de normas [104]. A perda de alimentos afeta significativamente a disponibilidade de frutas e vegetais em longas cadeias de abastecimento alimentar. O desperdício de alimentos nos mercados é resultado, em grande parte, de infraestrutura inadequada e água, saneamento e saúde, ausência de instalações de armazenamento refrigerado e higiene e manuseio inadequados dos alimentos. As inconsistências no descarte de resíduos sólidos nos mercados agravam ainda mais as preocupações com a segurança alimentar [104].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Abordar a conscientização sobre água, saneamento e saúde e a implementação de práticas rotineiras correlatas é fundamental para obter o senso de propriedade local da higiene e da segurança alimentar em relação aos alimentos nos mercados. Da mesma forma, é importante criar uma cultura de conscientização entre os vendedores do mercado e fazer perguntas sobre fornecedores e transportadores, mesmo que haja desafios na aplicação de regulamentações relacionadas ao uso tardio de pesticidas e à adulteração do leite. Juntos, esses fatores podem ter um efeito benéfico na redução do desperdício de alimentos nos mercados e facilitar o acesso a alimentos de qualidade, seguros e nutritivos.

A Corporação Municipal colabora com vários agentes em nível nacional e distrital, incluindo a Autoridade de Controle de Qualidade e Padrões do Paquistão – Autoridade de Segurança Alimentar e Alimentos Halal de Peshawar e Khyber Pakhtunkhwa, que operacionaliza tanto a Lei da Autoridade de Segurança Alimentar e Alimentos

Halal de Khyber Pakhtunkhwa (2014) como a Lei do Governo Local de Khyber Pakhtunkhwa (2019) [106, 107]. Esta última visa melhorar as capacidades locais para a prestação de serviços e infra-estruturas, incluindo as relacionadas com mercados como água, saneamento e saúde [103]. O conjunto de ferramentas de opções políticas de Peshawar, coprojetado durante a COVID-19, também ilustra como os mercados e o governo de Peshawar podem enfrentar os desafios de água, saneamento e saúde, de higiene e segurança alimentar e de desperdício de alimentos [108].

Várias políticas e parcerias visam tratar dos objetivos do Governo de Peshawar de encurtar as cadeias de fornecimento de alimentos, focando na melhoria da segurança alimentar e nutricional e zoneamento para mercados. Os setores se coordenam entre os grupos de alimentos para estabilizar os preços do mercado, definir preços mínimos garantidos e facilitar a acessibilidade. O governo federal subsidia produtos básicos, que a Utility Stores Corporation fornece ao público a preços inferiores aos do mercado [103].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Em Peshawar, a implementação da Lei dos Governos Locais (Lei n.º XXV, 2019) [108] foi bem-sucedida ao incentivar a gestão inclusiva de sistemas alimentares envolvendo uma diversidade de agentes locais, como autoridades representativas, reguladores e empresas privadas [108]. A coordenação entre esses agentes é vista como crucial. O governo reconhece que todos os agentes precisam de mais capacitação em segurança alimentar, nutrição e gestão de mercado, e soluções de gestão coprojetadas são necessárias para mercados informais de alimentos. Em Peshawar, redes de distribuição de alimentos de caridade, como a Saylani Welfare International Trust, incentivam ainda mais a segurança alimentar e a nutrição de comunidades vulneráveis.



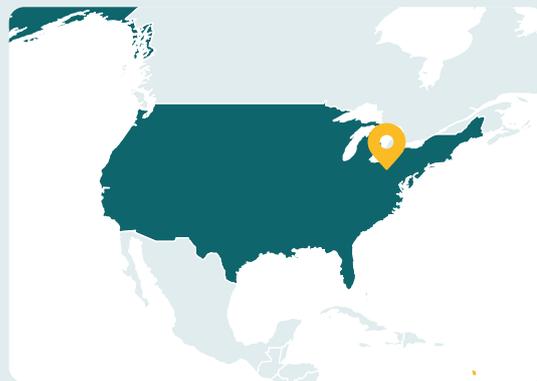
Pittsburgh, EUA

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A cidade de Pittsburgh é o centro da área metropolitana da Grande Pittsburgh, que se estende pelo oeste da Pensilvânia com quase 2,5 milhões de pessoas. Com a jurisdição do governo da cidade estendendo-se apenas até os limites municipais de Pittsburgh, a cidade se concentra no que pode impactar diretamente, incluindo zoneamento, uso do solo, pessoal e programação direta, como as [Feiras Livres do CitiParks](#) sob o Departamento de Parques e Recreação da Cidade de Pittsburgh. A cidade coordena todas as operações em seus mercados: registro e [suporte](#) de vendedores, gerenciamento de eventos para impulsionar visitas, comunicações para mostrar todas as ofertas do mercado e serviços de mercado (como compostagem e troca do SNAP). Pittsburgh considera que a função dos mercados é “criar uma combinação de vendedores que sirva a comunidade, garanta a melhor oportunidade de sucesso financeiro para os vendedores e seja atraente para os clientes” [110].

DESAFIOS

A cidade tem uma jurisdição um tanto limitada sobre os mercados dentro de Pittsburgh. Dos muitos mercados atualmente em operação, apenas quatro são administrados pela cidade,



302.971 [109]
habitantes



151 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Educação
- Saúde
- Ciências biológicas
- Manufatura avançada
- Serviços financeiros
- Tecnologia

VOCÊ SABIA?

Pittsburgh sedia um festival anual de picles, o Picklesburgh, que celebra a história culinária da cidade que remonta ao século XIX, quando imigrantes alemães e do Leste Europeu popularizaram a conserva como método de preservação.

Foto: O jardim comunitário da rua Tustin funciona por meio do programa Adopt-A-Lot de Pittsburgh. ©Yasmine Baiod

enquanto os demais são administrados de forma privada ou por organizações sem fins lucrativos. Não há uma única organização ou fórum que reúna os principais secretarias da cidade, como Planejamento Urbano e Parques Municipais, mercados administrados pela cidade, mercados administrados de forma independente, organizações sem fins lucrativos, fornecedores e vendedores. Para preencher esta lacuna, a cidade contratou a Coalizão Mundial de Feiras Livres [*World Farmers Markets Coalition*] em 2019 para desenvolver um conjunto abrangente de recomendações intitulado [Fortalecendo as Feiras Livres de Pittsburgh \[Strengthening Pittsburgh's Farmers Markets\]](#) para melhorar

os seus mercados públicos. As recomendações incluíam a contratação de uma equipe dedicada à gestão dos mercados e a expansão do acesso para residentes de baixa renda (beneficiários do SNAP) por meio do programa de parceria [Food Bucks](#), que fornece USD 2 extras para gastar em produtos para cada USD 5 gastos em vales-alimentação [111].

Durante a pandemia, a cidade tomou medidas para reduzir a duplicação entre mercados municipais e privados, fechando três locais públicos. Hoje, Pittsburgh equilibra a manutenção dos mercados em bairros de baixa renda com a operação em áreas de renda mais alta, onde eles tendem a ser mais lucrativos para os vendedores. O ato de equilíbrio envolve investir em mercados que atraiam um grande número de residentes e que também sejam acessíveis por transporte público ou localizados perto de comunidades com poucas opções de varejo de alimentos. Para os planejadores urbanos de Pittsburgh, a discussão em torno dos mercados de alimentos vai além de simples transações: é sobre reimaginar o acesso aos alimentos de maneiras sustentáveis e equitativas a longo prazo. Dessa forma, a cidade pretende criar pontos de acesso a alimentos frescos, principalmente em bairros de baixa renda que muitas vezes são mal atendidos, uma vez que os alimentos mais saudáveis costumam ter um preço mais elevado, tornando mais difícil para os residentes de baixa renda ter acesso a opções nutritivas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

O Programa [Adote um Lote](#) de Pittsburgh lançado em 2015 é um exemplo importante de como a cidade está usando soluções criativas e impulsionadas pela comunidade para acesso a alimentos a preços acessíveis. O programa surgiu em resposta ao grande número de propriedades vazias e abandonadas em Pittsburgh — estimadas em cerca de 30.000 estruturas e lotes à época. Como reconheceu o antigo Prefeito, William Peduto, “Esse problema é simplesmente demasiado grande para a cidade resolver sozinha” [112]. O programa convida moradores e

grupos comunitários a assumir a administração desses espaços vazios, oferecendo aluguéis a USD \$0 para acesso temporário. Em resposta à procura de oportunidades a longo prazo, a cidade está desenvolvendo um novo programa de agricultura urbana para expandir as oportunidades de crescimento em parques e vias verdes, e a apoiar o *Land Bank* como um caminho para a propriedade acessível para comunidades dispostas a transformar terras não utilizadas em hortas urbanas produtivas [113]. Paralelamente, a Just Harvest está trabalhando com o governo do condado para investir em sua iniciativa Fresh Corners, que trabalha para abastecer lojas de bairro com produtos saudáveis e acessíveis para combater os desertos alimentares de forma mais direta.

Pittsburgh reconheceu um crescente interesse coletivo dos seus residentes pela autossustentabilidade e procurou atendê-lo por meio de uma coordenação cuidadosa entre os departamentos da cidade e uma colaboração próxima com os membros da comunidade. O impacto do programa já é visível. Os primeiros participantes, como o [Black Urban Gardeners and Farmers \(BUGS\)](#) e [Shiloh Farms](#), continuam a cultivar produtos e oferecer alimentos frescos e programas educacionais aos moradores da comunidade, ao mesmo tempo em que trabalham para adquirir a propriedade das terras que cultivam. Projetos mais recentes como o [Mwanakucho Farm](#) se destacam: Voluntários somalis bantos iniciaram a fazenda em 2017 e expandiram a variedade de culturas disponíveis localmente, incluindo produtos normalmente não encontrados nos mercados de Pittsburgh. Desde então, eles estabeleceram uma segunda fazenda fora dos limites da cidade, no Condado de Mercer, que cria galinhas e cabras.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Idealizar e implementar o programa Adote um Lote exigiu considerável cooperação e inovação de uma ampla gama de agentes da comunidade e uma lista exaustiva de departamentos envolvidos com terras da cidade. O compromisso com essas

discussões complexas permitiu à Secretaria de Planejamento padronizar os protocolos de locação temporária em seu programa [Vacant Lot Toolkit \(VLTK\)](#), que serviu efetivamente como um precursor do Adote um Lote ao estabelecer normas necessárias para agilizar as aprovações burocráticas [112]. Para qualquer cidade que esteja considerando uma iniciativa semelhante, essa padronização inicial e como a equipe de planejamento da cidade descreveu, "tentando focar no que pode acontecer em vez do que não pode acontecer," surge como uma recomendação clara de Pittsburgh.

Pittsburgh está passando por seu primeiro processo de Planejamento Abrangente, e os sistemas alimentares são uma prioridade central. A cidade espera que o fornecimento de alimentos frescos passe a ser originário de dentro dos limites da cidade, mesmo daqueles antigos terrenos baldios. A Shiloh Farms, por exemplo, opera sua barraca de produtos agrícolas em North Point Breeze, enquanto [Grow Pittsburgh](#) vende seus produtos em dois mercados independentes nos bairros que atende [114].



Porto Alegre, Brasil

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A cidade conta com uma rede diversificada de abastecimento alimentar, composta por feiras livres de diferentes modelos e tamanhos, estrategicamente localizadas para atender a população. São 33 feiras modelo administradas pela Associação Viva Feira Modelo, sete mercados de produtores administrados pela ASSUMEC, dois mercados hortifruti, 24 "barracas amarelas", além do Mercado Público Municipal e oito feiras orgânicas. Embora em menor número, essas feiras têm ganhado relevância pela qualidade e variedade dos produtos oferecidos, incluindo itens para necessidades alimentares específicas (ex.: sem glúten), reforçando seu papel na promoção da saúde e inclusão. No total, são mais de 40 feiras convencionais e outros pontos de distribuição de rua, atraindo cerca de 50.000 pessoas por semana. Esta rede descentraliza a comercialização de alimentos e facilita o acesso público a produtos frescos.

Além de apoiar feiras e a produção local, a prefeitura promove eventos que fortalecem o relacionamento entre produtores e consumidores, como o FestPoa Rural, que reúne 7 mil pessoas em uma semana, e a Feira da Agricultura Familiar. Outro destaque é a tradicional Feira do Peixe, que conta com 245 anos de história e foi criada oito anos após



 1.332.000 habitantes

 496.8 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Serviços
- Comércio
- Saúde

VOCÊ SABIA?

Porto Alegre foi pioneira ao estabelecer seu Mercado Público Municipal em 1869 e ao organizar a primeira feira agroecológica do Brasil em 1989.

Foto: Mercado Municipal de Porto Alegre Julia Ferreira. ©Prefeitura Municipal de Porto Alegre

a fundação da cidade. Em 2025, após graves enchentes no ano anterior, o evento marcou seu retorno, superando as expectativas com 535 toneladas de peixes vendidas em cinco dias. A feira acontece no centro da cidade, no extremo sul, e em Restinga, um dos bairros mais populosos do sul do Brasil.

DESAFIOS

Em Porto Alegre, produtores e vendedores estão lidando com uma série de desafios constantes. A falta de sucessão geracional está colocando o futuro da agricultura em risco, enquanto a competição entre feiras de rua tradicionais e grandes redes de distribuição dificulta que produtores menores mantenham uma vantagem. A transição para práticas agroecológicas também acarreta altos custos, e muitos agricultores não têm o suporte técnico necessário para fazer essa mudança com

sucesso. A logística acrescenta outra camada de dificuldade, especialmente para produtos orgânicos, que devem ser transportados separadamente de outras mercadorias.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

As feiras livres, tanto de produtos convencionais como orgânicos, foram regulamentadas como uma atividade econômica e reconhecidas como patrimônio cultural imaterial. O seu valor também é reconhecido pela diversidade de modelos disponíveis, que vão desde “barracas amarelas” integradas em instalações públicas até pontos de venda móveis, que foram recentemente regulamentados para expandir o acesso de produtores e consumidores a alimentos saudáveis. Iniciativas como Caminhos Rurais se baseiam em seus méritos, combinando agricultura e turismo como estratégia para promover a economia local e o pertencimento comunitário.

Do lado da produção, o governo municipal fornece insumos, máquinas e treinamento a todos os produtores para melhorar a organização e ampliar o acesso aos mercados, incluindo compras públicas. Em 2015, uma lei instituiu oficialmente a Transição Agroecológica em Porto Alegre, com o objetivo de apoiar sistemas de produção orgânicos e agroecológicos e fortalecer a oferta de alimentos saudáveis e sustentáveis. Além disso, o Plano Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (2023), administrado pela Sistema de Gestão da Política de Desenvolvimento Rural, promove financiamento, assistência técnica e serviços aos produtores rurais, incentivando a agricultura de baixo carbono e os sistemas agroflorestais. O Plano abrange mais de 2.500 hectares e beneficia 197 produtores (incluindo 90 agricultores familiares), fortalecendo o sistema de distribuição de produtos frescos da cidade.

Nos últimos dois anos, a cidade vem inovando ao desenvolver uma estratégia abrangente para fornecer alimentos produzidos por sistemas agroflorestais à rede escolar municipal. Para enfrentar as barreiras logísticas nas compras públicas, o governo da cidade forneceu

um caminhão refrigerado e deu suporte à organização de produtores em uma estratégia de governança para prepará-los para o fornecimento regular. A cidade também mantém hortas em diversas instalações públicas, como Centros de Referência de Assistência Social, escolas e outros espaços. Em 2024, ela aliou tradição e sustentabilidade com a implantação de hortas agroflorestais comunitárias, quatro em cada uma das 17 regiões da cidade.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A cidade adotou diversas estratégias para fortalecer os sistemas alimentares locais e as políticas públicas. Segundo a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Eventos, uma abordagem eficaz tem sido a realização de feiras em praças e parques, alinhando a oferta de alimentos saudáveis aos hábitos diários dos moradores que já frequentam esses espaços. O envolvimento da comunidade também tem sido fundamental para o sucesso das hortas agroflorestais, onde os investimentos se concentram não apenas no estabelecimento das hortas, mas também em sua manutenção e sustentabilidade a longo prazo. Para isso, a cidade contratou um agente da comunidade e fez parcerias com organizações da sociedade civil para fornecer treinamento em sistemas agroflorestais, e a escolha dos locais para as hortas por meio do Orçamento Participativo garantiu o envolvimento da comunidade desde o início. Ao mesmo tempo, a participação na cadeia de abastecimento das escolas municipais aumentou significativamente, com o número de produtores crescendo de seis para 27 em apenas dois anos, embora a logística continue sendo um grande desafio para os pequenos agricultores. Essas iniciativas ilustram como a integração de redes alimentares com setores como saúde e educação expande o alcance das políticas públicas, enquanto uma melhor coordenação, melhores práticas compartilhadas e parcerias entre agentes públicos e privados fortalecem a governança e aumentam a conscientização sobre práticas alimentares mais saudáveis.



Cidade Quezon, Filipinas

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Cidade Quezon (QC) opera oito mercados públicos diários que vendem produtos secos, alimentos produzidos e preparados, com pico de atividade ocorrendo nas primeiras horas devido às entregas de grandes pontos de abastecimento, como os mercados atacadistas de Balintawak e Q-Mart. Apesar de suas localizações descentralizadas, todos os mercados estão sob a supervisão direta do governo local, responsável pela autorização de negócios, operações de mercado, manutenção de infraestrutura e fiscalização de saneamento. Os principais agentes incluem a Secretaria de Desenvolvimento e Administração de Mercados, além de líderes de mercado e equipe administrativa, que geralmente ficam no local e gerenciam as questões do dia a dia. Um modelo de “balcão único” foi implementado em alguns mercados para agilizar os processos de licenças e conformidade e a colaboração entre secretarias é visível, especialmente entre as equipes técnica, de saneamento e de compostagem.

Embora não haja presença de empresas privadas na gestão dos mercados da cidade, parcerias com associações locais e outros setores estão sendo gradualmente exploradas. Atualmente, a cidade trabalha em colaboração com associações de vendedores, como a Federação de Vendedores



3.318.641 (2025)
habitantes[115]



161.11 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES [117]

- Comércio de Varejo e Atacado
- Manufatura
- Construção
- Serviços Administrativos e de Apoio
- Alojamento e alimentação

VOCÊ SABIA?

Cidade Quezon é a maior das 17 cidades e municípios da Região Metropolitana de Manila, representando quase um quarto do tamanho da região [116].

Foto: Duas mulheres compram vegetais no Mercado Público do Projeto 4 na Cidade Quezon na segunda-feira. ©Claudia Isabella Ragandap, ICLEI Sudeste Asiático

de Mercado, que inclui mais de 300 membros de oito mercados. Essas associações desempenham um papel ativo na resolução de preocupações dos vendedores, como disputas de aluguel, saneamento e necessidades de infraestrutura. Reuniões mensais de coordenação entre a associação e os escritórios da Unidade do Governo Local (LGU) garantem feedback e capacidade de resposta contínuos.

DESAFIOS

Apesar dos esforços contínuos da cidade para melhorar seus mercados públicos por meio de vários programas e melhorias de infraestrutura, ainda existe desigualdade entre os mercados, e o acesso à assistência de subsistência

ainda é limitado por rigorosos requisitos de elegibilidade. A Igualdade de Gênero e Inclusão Social (GESI) continua sendo uma lacuna crítica. De acordo com a presidente da Federação de Vendedores de Mercado, que é mulher e idosa, muitas mulheres e vendedores idosos continuam enfrentando barreiras no acesso a oportunidades formais de subsistência. Esses desafios incluem acesso limitado a capital, treinamento técnico inadequado e falta de representação na tomada de decisões relacionadas ao mercado. A digitalização também introduziu novos desafios, principalmente para vendedores mais antigos, que estão menos familiarizados com sistemas cashless. Além disso, a infraestrutura inadequada, como instalações não funcionais para Pessoas com Deficiência (PCDs) e telhados com vazamentos, continua afetando tanto vendedores quanto consumidores, limitando ainda mais a participação plena no sistema de mercado da cidade.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para abordar as barreiras à inclusão, a Cidade Quezon implementou diversas políticas e iniciativas que fortalecem seus mercados públicos. Uma das principais iniciativas da cidade é o [Programa Alegria da Agricultura Urbana \[Joy of Urban Farming program\]](#). O programa envolve ativamente idosos, PCDs e outros membros da comunidade na agricultura urbana, oferecendo benefícios de subsistência e bem-estar. Ele também forneceu kits iniciais e treinamento técnico, permitindo que eles cultivassem e vendessem seus produtos diretamente em mercados públicos. Esta integração não só melhora os meios de subsistência como também aumenta a visibilidade e a participação social [118].

Atualizações de infraestrutura digital, física e flexível também são essenciais na abordagem de Quezon para tornar os mercados mais inclusivos. A cidade introduziu opções de pagamento digital, como o PalengQR, para ajudar a modernizar as operações dos vendedores e incentivar uma participação especialmente entre empreendedores mais jovens. A cidade também

lançou [Quiosques de Serviços Eletrônicos](#) QC onde os moradores podem acessar serviços como o Business One-Stop Shop, QCitizen ID, registro de vacinação, autorizações ocupacionais e de saúde, pagamento de imposto imobiliário e identidades de PCDs e Idosos. Atualmente, a cidade está fazendo melhorias importantes de infraestrutura, como a instalação de banheiros acessíveis para pessoas com deficiência e a manutenção de instalações de compostagem. Em apoio a comunidades mais saudáveis, a cidade está promovendo parcerias no âmbito da [Política de Aquisição Pública de Alimentos Saudáveis \(Healthy Public Food Procurement - HPFP\)](#) para incentivar a obtenção de alimentos nutritivos e para apoiar os vendedores locais, Quezon lançou a [Escola de Negócios de Vendedores](#), onde os participantes participaram de sessões em grupo para fortalecer seus conhecimentos e habilidades empresariais. Além disso, a LGU realiza reuniões semanais regulares com os vendedores para promover a colaboração e garantir que as suas preocupações sejam ouvidas e abordadas [119].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

As iniciativas da Cidade Quezon para melhorar seu sistema de mercado público demonstraram passos encorajadores na integração da Igualdade de Gênero e Inclusão Social. O programa Alegria da Agricultura Urbana, em particular, envolveu uma ampla gama de agentes que encontraram oportunidades na produção de alimentos, compostagem e microempresas. Agricultores idosos e mulheres operadores destacaram que seu envolvimento com o programa beneficiou sua saúde, renda e autoestima. O acesso a terras urbanas, ferramentas de compostagem e treinamento em propagação de sementes permitiu que eles eles contribuam significativamente para as atividades agrícolas e de mercado perto de suas casas.

Os esforços do Governo da Cidade Quezon para melhorar seus mercados públicos são um forte exemplo de boa governança e comprometimento político, que levaram a conquistas concretas,

como o estabelecimento de programas de compostagem, instalações acessíveis a PCDs e consultas regulares a vendedores. Esses sucessos são em grande parte atribuídos ao apoio político e institucional à inclusão, à coordenação clara entre departamentos e à abertura da cidade ao feedback da comunidade. Continuando com os esforços, é essencial integrar a Igualdade de Gênero e a Inclusão Social em todas as etapas do planejamento e da implementação do programa.

Isso inclui desenvolver suporte de subsistência responsivo para GESI, monitorização e avaliação, além de investir em ferramentas digitais e capacitação para mulheres, jovens e idosos. A coleta de dados desagregados e estabelecer pontos focais de GESI dentro de organizações locais pode ajudar a garantir que os programas não apenas alcancem, mas também considerem os grupos mais vulneráveis e subrepresentados nos sistemas alimentares e de mercado na cidade.



Rawalpindi, Paquistão

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A extensa cidade de Rawalpindi está localizada na província de Punjab, no Paquistão. A sua sociedade e a economia estão intimamente interligadas à cidade vizinha Islamabad, com conjuntos habitacionais em expansão em Rawalpindi para acomodar residentes economicamente ativos na capital. Assim como em outras partes do Paquistão, os mercados – desde grandes comércios de frutas e vegetais (*sabzi mandis*) a pequenos estabelecimentos de alimentação e corredores de comida de rua que vendem produtos frescos, alimentos básicos secos e refeições preparadas – são uma parte central da vida cotidiana. Islamabad e Rawalpindi compartilham um *sabzi mandi* principal. Muitos dos vendedores varejistas, pequenos comerciantes atacadistas, vendedores de mercado e vendedores de comida de rua adquirem frutas e vegetais nos *sabzi mandis* da cidade, havendo ainda um centro atacadista adicional na região de Rawat, em Rawalpindi. A cidade também possui um mercado de cereais vibrante, com centenas de atacadistas que abastecem grande parte do norte do Punjab e Khyber Pakhtunkhwa. Aves, peixes e outras carnes são vendidos em mercados privados [124]. As áreas mais conhecidas por seus mercados em Rawalpindi incluem Ganj Mandi, Raja Bazar, Liaquat Bagh, Ghauri Town, Commercial Market e Shamsabad.



2.480.000 [120]
habitantes



108 km² [121]
superfície

ECONOMIA: [122]

- Finanças
- TI
- Indústrias de serviços de comunicação
- Construção
- Agricultura
- Turismo

VOCÊ SABIA?

Moradores e visitantes podem desfrutar de uma variedade de refeições de comida de rua local na área ao redor da estrada Kartarpura, em Rawalpindi. Entre elas estão o famoso Kala Khan Nihari, um ensopado de carne picante feito com tutano cozido lentamente, pão naan, frango tawa grelhado, temperado e frito e lassis de iogurte de frutas [123].

Foto: Espaço alocado para vendedores ambulantes de comida. ©GAIN 2024

Em Rawalpindi, os mercados são administrados pela administração municipal, cujos mandatos incluem a regulamentação dos preços dos alimentos e o fornecimento de serviços básicos de eletricidade, água e gestão de resíduos. A Autoridade de Desenvolvimento de Rawalpindi é responsável por vários mandatos, como o investimento em infraestrutura de mercado nova e atualizada. Os Comissários Adjuntos, atuando como líderes de distrito, supervisionam todos os mercados por meio de um Comissário Adjunto designado que faz a conexão com os comitês de mercado e garante a adesão às estruturas reguladoras, incluindo as definidas pelos controladores de preços e autoridades

de segurança alimentar. O escritório distrital da Autoridade Alimentar do Punjab é responsável por fazer cumprir os regulamentos de segurança alimentar, enquanto o Governo do Punjab lançou um portal online em tempo real (www.amis.pk) para monitorar os preços dos alimentos [124]. O setor privado, que inclui desde grandes empresas até, micro, pequenas e médias empresas — como transportadores, moinhos, agentes comissionados e vendedores de alimentos – desempenha um papel fundamental na logística diária e nas operações de mercado, às vezes influenciando indiretamente os preços de frutas e vegetais frescos nos mercados.

DESAFIOS

A governança e a gestão da diversidade dos mercados de alimentos de Rawalpindi enfrentam inúmeros desafios, desde funções administrativas pouco claras e sobrepostas, infraestrutura de mercado limitada, acesso insuficiente a serviços básicos, aumento do congestionamento do tráfego e instabilidade dos preços dos alimentos. Muitas das ruas de Rawalpindi são densamente povoadas por vendedores ambulantes de comida, registrados e não registrados, que vendem uma variedade de alimentos frescos, bebidas e pratos preparados em carrinhos de rua ou no chão da rua, onde são considerados "invasores" pelo governo. O congestionamento de trânsito representa um desafio particular, pois as estradas ao redor da cidade, como aquelas que levam aos conjuntos habitacionais suburbanos ou à rodovia Rawat para Islamabad, estão cheias de vendedores ambulantes de comida, ocupando áreas de terras públicas não utilizadas.

Enquanto vendedores ambulantes de comida registrados e não registrados enfrentam esses desafios, estes últimos são mais vulneráveis, especialmente à aplicação desigual de regulamentações. A alocação de vagas para barracas de vendas pela administração não consegue atender à demanda de vendedores ambulantes de comida registrados e não registrados e nem à crescente demanda de

consumidores urbanos cujas rotinas diárias geralmente incluem a compra de comida de rua. Como resultado, o planejamento urbano, as autorizações de comércio de vendedores e as normas de higiene e segurança alimentar ficam aquém das metas, incluindo a redução do congestionamento de tráfego, o apoio a vendedores registrados localizados em áreas oficialmente designadas e a facilitação da conformidade com a higiene e segurança alimentar.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

As Ruas de Comida são uma forma inovadora pela qual a Autoridade de Desenvolvimento de Rawalpindi está tentando reinventar a comida de rua para vendedores e consumidores por meio de melhor planejamento, investimento e modernização. Uma abordagem cada vez mais adotada por outras cidades na província de Punjab, essas iniciativas visam estabelecer as Ruas de Comida como centros socioculturais e zonas econômicas, capturando o valor histórico da cidade e fornecendo locais desejáveis de comida, tradição, interação social e geração de meios de subsistência. Projetadas para serem espaços oficiais e organizadas para vendedores ambulantes de comida operarem em áreas designadas, as Ruas de Comida são capazes de fornecer um ambiente estruturado que aborda significativamente os desafios de higiene precária, congestionamento de tráfego e falta de segurança empresarial associados à venda ambulante não regulamentada. Em Rawalpindi, a Nova Rua de Comida Kartarpura, em Chandni Chowk, é um mercado familiar recém-inaugurado cujo design foi inspirado nos festivais gastronômicos do Ramadã.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Há planos em andamento para ampliar o desenvolvimento de novas Ruas de Comida, modernizar mercados existentes e estabelecer pontos gastronômicos culturais e sociais para melhorar o cenário gastronômico de Rawalpindi. Isso inclui restaurar o Raja Bazaar, um mercado tradicional, e outras áreas históricas da cidade

onde os mercados locais estão crescendo. Esses planos beneficiam os vendedores registrados que podem pagar pelo aluguel de barracas. No entanto, os vendedores não registrados muitas vezes não têm os recursos e a documentação necessários para se formalizar, o que torna essas oportunidades inacessíveis. Além disso, embora o governo se esforce para regulamentar e formalizar as Ruas de Comida, isso também

pode levar à dependência de políticas governamentais e potencialmente limitar a autonomia dos vendedores em comparação à venda ambulante tradicional. Portanto, há uma necessidade de desenvolver em conjunto soluções para planejamento urbano, prestação de serviços, financiamento e legitimidade legal em relação aos vendedores ambulantes de comida mais vulneráveis e não registrados de Rawalpindi.



Recife, Brasil

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A cidade de Recife conta com 42 unidades de mercado, entre feiras, mercados e espaços de feiras. As feiras têm programações de eventos sazonais, enquanto os espaços de feiras e mercados são espaços permanentes e fechados, onde os vendedores têm barracas fixas que funcionam durante todo o ano, proporcionando um local consistente para obtenção de produtos regionais e interação. A gestão, manutenção e operação diária das feiras e mercados públicos de Recife são de responsabilidade da autoridade municipal CONVIVA Mercados e Feiras (CONVIVA). A autoridade também implementa iniciativas para preservar práticas tradicionais e, ao mesmo tempo, integrar comodidades modernas, garantindo que esses centros permaneçam relevantes e acessíveis a moradores e visitantes. Como resultado, os mercados de Recife não apenas facilitam a venda de produtos, mas também servem como centros vibrantes de cultura, preservando e promovendo a rica herança regional, as tradições e a culinária, ao mesmo tempo em que promovem o envolvimento da comunidade e estimulam as economias locais.



 1.488.920 habitantes

 218 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Turismo
- Serviços Terciários

VOCÊ SABIA?

Recife pode ser vista como a "capital dos mercados", pois há mais de 40 centros movimentados que exibem a rica cultura, a história e a vibrante culinária da cidade.

Foto: Mercado da Boa Vista. ©Divulgação CONVIVA/PCR

DESAFIOS

Apesar de o Brasil ser um dos maiores produtores de alimentos do mundo, a falta de acesso regular a uma alimentação adequada e saudável representa desafios fundamentais para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável, desafio que Recife também enfrenta. O desperdício de alimentos, especialmente de sólidos orgânicos, continua alto devido à ausência de políticas eficazes para lidar com o problema. Além disso, a gestão inadequada de resíduos orgânicos contribui para um ciclo de desperdício e oportunidades perdidas de utilização de recursos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

O Projeto Recolheita, desenvolvido pela Caisan – Câmara Intersetorial de Segurança Alimentar e Nutricional, em colaboração com secretarias e órgãos da cidade de Recife, visa enfrentar

esses desafios por meio do reaproveitamento de alimentos ainda próprios para consumo e da destinação adequada de resíduos orgânicos. O objetivo central é combater a fome conectando doadores ao Banco de Alimentos do Recife e promovendo o acesso à alimentação adequada e saudável. Além disso, o projeto busca reduzir o desperdício e promover a compostagem de resíduos sólidos orgânicos gerados em mercados e feiras públicas, transformando esses resíduos em valiosos recursos ecológicos. O projeto piloto, realizado no Mercado da Encruzilhada, apresentou resultados positivos ao coletar 2,2 toneladas de composto entre dezembro e março de 2023. O processamento resultou em aproximadamente 6 toneladas de composto usado pela unidade de compostagem municipal. Esse sucesso inicial reforçou a decisão de expandir o projeto para outras unidades administradas pela CONVIVA, tendo como beneficiários pessoas atendidas pelo Banco de Alimentos do Recife, da rede socioassistencial e aquelas em situação de insegurança alimentar e nutricional.

Os mercados públicos do Recife também servem como pontos de encontro de tradição, cultura, culinária, boemia e celebrações que capturam o imaginário coletivo dos recifenses nesses espaços. O maior patrimônio cultural da cidade é o Carnaval, conhecido não só por sua natureza multicultural, mas também por preservar os blocos líricos e o Frevo de Bloco. Durante o Carnaval, os mercados ganham ainda mais destaque, sediando eventos descentralizados que atraem turistas e moradores locais. Isso também acontece durante a tradicional festa de São João, em junho, na região, quando os espaços administrados pelo CONVIVA se unem à grade artística com apresentações itinerantes.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

Nos últimos anos, investimentos significativos foram feitos em intervenções estruturais nas instalações administradas pela autoridade. Esse investimento inclui a construção de novos espaços para acomodar vendedores e visitantes,

bem como reformas que melhoraram as instalações existentes, tornando-as mais visíveis para moradores, turistas e colaboradores.

Apesar desses investimentos significativos, ainda é necessário avançar em várias áreas para melhorar os espaços públicos. Desde 2021, são promovidos editais de compras públicas para o estabelecimento de parcerias público-privadas para fortalecer o mobiliário, as utilidades públicas, a padronização gráfica e a disposição visual dos mercados e feiras da cidade. Hoje, alguns mercados se beneficiam dessas iniciativas, garantindo melhores equipamentos para licenciados e visitantes, ao mesmo tempo em que aliviam o orçamento municipal. A contrapartida para o setor privado é que haverá exclusividade na exibição da marca vencedora.

Outros esforços se concentrarão em promover parcerias público-privadas e desenvolver ciclos de produção sustentáveis e responsáveis para reutilização e compostagem de alimentos, o que aliviará os desafios da limpeza urbana e integrará essas iniciativas às políticas de gestão pública. Além disso, haverá uma ênfase contínua no apoio ao empreendedorismo entre os vendedores que há muito tempo são parte integrante dos mercados e feiras públicas da cidade.



Rourkela, Índia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Por meio de soluções inteligentes, Rourkela visa alcançar um ambiente alimentar saudável, seguro e sustentável, fortalecido por uma sólida infraestrutura institucional, social e econômica. Rourkela fez avanços significativos em várias iniciativas relacionadas à alimentação, como reformular mercados para evitar dificuldade em vendas por parte de agricultores, garantir segurança alimentar para todos e promover a participação da comunidade no planejamento de intervenções alimentares. Além disso, a cidade melhorou a nutrição da primeira infância e reformulou a infraestrutura alimentar por meio do Programa Purnanjali. A Rourkela Municipal Corporation (RMC) desempenha um papel crucial na gestão do mercado de alimentos na cidade [126].

DESAFIOS

Os mercados de alimentos frescos de Rourkela enfrentam desafios significativos devido às instalações inadequadas de armazenamento de vegetais. Isso levou a altas taxas de desperdício de alimentos, com 34% de frutas e 44,6% de vegetais desperdiçados anualmente, ao mesmo tempo em que contribui para dificuldades em vendas, contaminação de alimentos e aumento



536.450 [125]
habitantes



259 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura
- Manufatura
- Comércio

VOCÊ SABIA?

Rourkela foi selecionada para o programa Nutrindo Bairros [Nurturing Neighbourhoods] e venceu o desafio “Cidades com Alimentação Inteligente” [EatSmart cities] do Ministério de Moradia e Assuntos Urbanos da Índia. Isso ajudou a cidade a estabelecer uma abordagem econômica para a transformação do sistema alimentar, capacitando vendedores ambulantes e pequenos agricultores.

Foto: A Rourkela Local Action está oferecendo treinamento de capacitação para mulheres sobre o uso e a manutenção de câmaras frias. ©Bewin Tom, UNDP

do consumo de água, energia e solo para produzir a mesma quantidade de alimentos, resultando em perdas para agricultores e vendedores e impactos econômicos e ambientais adversos. Uma pesquisa piloto indicou que 83% dos agricultores e vendedores citaram a falta de opções de armazenamento como o principal motivo para dificuldade de vendas. A pandemia da COVID-19 agravou esses problemas de desperdício alimentar ao reduzir a procura dos consumidores, enfatizando a necessidade de soluções eficazes e sustentáveis para apoiar o mercado alimentar local e reduzir o desperdício na cidade [127].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Para enfrentar esses desafios, a RMC, em colaboração com a Secretaria de Horticultura do Distrito, ONGs, Organizações de Produtores Agrícolas e a Koel Fresh Pvt Ltd., lançou o projeto "[E-cool Mandi](#)" em 2021. Essa iniciativa, financiada pela Bloomberg Philanthropies e gerenciada pelo PNUD, envolveu a instalação de cinco armazéns refrigerados descentralizados baseados em energia solar em vários locais de mercado, projetados para beneficiar cerca de 1.650 vendedores e quase um milhão de moradores, com planos de expansão para toda a cidade até 2025. O projeto começou com um piloto no mercado VSS em Chhend. Os vendedores podem armazenar seus produtos a um custo mínimo de INR 0,20 por dia por kg.

O projeto também tem foco em gênero. Cada e-cool mandi é gerenciado por 5 a 7 mulheres, incluindo operações de gestão de estoque digital. Essa iniciativa foi iniciada, inicialmente, com uma câmara fria de 5MT operada pelo Maa Tarini Self Help Group (SHG) com apoio da Koel Fresh Pvt. Ltd, uma startup da cidade. Posteriormente, mais 4 SHGs participaram do projeto, a saber, Jai Mata Di SHG, Maa Mangala SHG, Sukanya SHG e Binapani SHG, operando uma capacidade cumulativa de câmara fria de 115 MT na cidade. Como atividade de apoio, um programa de Informação, Educação e Comunicação (IEC) intitulado "[Embaixadores da Câmara Fria \[Cold Room Ambassadors\]](#)" foi realizado para conscientizar e promover e-cool mandis, com o objetivo de atender 1.650 agricultores e pequenos vendedores. Cerca de seis veículos elétricos são utilizados na cidade para distribuir itens aos consumidores e grandes instituições, como albergues, hospitais, hotéis, eventos e outros. Após a implementação da câmara fria, os pequenos e marginais vendedores residentes em Rourkela registaram um aumento de 10-30% no crescimento das receitas [128].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

O projeto "E-cool Mandi" reduziu significativamente o desperdício de vegetais e melhorou os meios de subsistência dos vendedores. Olhando para o futuro, o conselho municipal planeja estender o projeto a todos os mercados de Rourkela, promovendo ainda mais a energia limpa por meio do "programa Solarization Rourkela".

A introdução de ferramentas de armazenamento refrigerado reduziu o desperdício de produtos vegetais, levando a uma diminuição na dificuldade de vendas e a um aumento nos lucros dos vendedores em até 30%. O projeto empoderou mulheres ao envolvê-las na gestão do banco de vegetais e dos serviços de entrega on-line, abrindo novas oportunidades para meios de subsistência significativos. A abordagem holística do conselho municipal inclui planos de longo prazo para garantir e enriquecer os meios de subsistência de pequenos e marginais vendedores e criar oportunidades significativas para federações de mulheres no âmbito do Programa Mission Shakti. Isso envolve treinamento técnico e não técnico, engajamento dos stakeholders e expansão do projeto em todos os mercados em Rourkela. Os desafios iniciais incluíram a integração de vendedores e federações de mulheres, que foram superados por meio de discussões participativas e cocriações com os stakeholders. Demonstrar resultados tangíveis por meio de projetos piloto foi essencial para obter o apoio e a participação de usuários principais, como agricultores e vendedores. No entanto, ao promover a confiança por meio de discussões participativas e demonstrar o valor do projeto por meio de iniciativas piloto, a equipe conseguiu integrar 1.400 vendedores. A Federação das Mulheres foi crucial na mobilização, utilizando redes locais e abordagens culturalmente sensíveis. A experiência ressaltou a necessidade de comunicação eficaz, alocação de recursos e o valor de demonstrar resultados tangíveis para obter a adesão dos stakeholders.



Sandhikharka, Nepal

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O município de Sandhikharka administra oficialmente o mercado *haat*, que opera duas vezes por semana em dois locais separados dentro da cidade. O mercado passou por múltiplas realocações, de *Khula Manch*, um espaço aberto para reunião pública (1988) para Bagaincha sob a sombra do pomar de manga (1990) e perto do Buspark (2011) devido a decisões de planejamento municipal [133]. O Grupo de Produção e Comercialização de Vegetais (*Vegetables Production and Marketing Group* - VPMG) atua como o principal grupo de agricultores, representando 400 a 500 mulheres produtoras de vegetais no município de Sandhikharka e áreas rurais próximas. Essa estrutura cooperativa funciona como intermediária entre os agricultores individuais e as autoridades municipais, embora opere dentro de estruturas informais de governança [134].

DESAFIOS

O confinamento causado pela COVID-19 resultou no fechamento do *haat* a partir de março de 2020, causando uma diminuição do rendimento das mulheres agricultoras em quase 50%, ao passo que aumentou simultaneamente as suas responsabilidades de cuidados não remunerados e a exposição



42.492 (2021)
habitantes [129]



129.4 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES [130]

- Agricultura (vegetais, milho, leguminosas)
- Pecuária
- Comércio em pequena escala

VOCÊ SABIA?

Às terças e quintas-feiras, o *haat* semanal Sandhikharka (mercado ao ar livre) conecta agricultores rurais com consumidores urbanos. O *haat* em si tem cinco décadas e, durante a COVID-19, foi fortalecido por meio da ação coletiva das mulheres e da pesquisa participativa, demonstrando resiliência no corredor econômico das colinas médias do Nepal [131, 132].

Foto: Mulheres vendedoras participando ativamente de um bazar haat tradicional. © Instituto de Estudos Avançados da Ásia do Sul

à violência de gênero [135]. As mulheres enfrentaram desafios em diferentes idades, castas, etnias e níveis de renda, incluindo mobilidade limitada, autoridade de tomada de decisão restrita e acesso inadequado a serviços financeiros formais. Intermediários e comerciantes locais, por sua vez, aproveitaram a situação importando vegetais das planícies de Terai, o que afetou ainda mais a posição de mercado dos produtores locais. Apesar do relaxamento das restrições da COVID-19, as autoridades municipais demonstraram interesse limitado em reabrir o mercado, uma hesitação que pequenos agricultores e mulheres agricultoras acreditam ter sido influenciada

por intermediários e comerciantes. Mesmo depois que o *haat* reabriu, o mercado continua operando sem galpões ou infraestrutura permanentes. As pressões relacionadas com o clima apenas agravam essas inseguranças, tornando ainda mais difícil a sustentabilidade das empresas agrícolas lideradas por mulheres [133, 135].

POLÍTICAS E INICIATIVAS

O Instituto de Estudos Avançados da Ásia do Sul (*Southasia Institute of Advanced Studies - SIAS*), através do projeto de 2,5 anos “Coprodução de um Ecosistema Empresarial Resiliente a Choques para Empresas Lideradas por Mulheres” (*Co-producing a Shock Resilient Business Ecosystem for Women-led Enterprises - CREW*), financiado pelo IDRC Canadá, implementou ação participativa em cinco domínios de resiliência: social, político, ambiental, econômico e tecnológico [135]. O projeto desenvolveu intervenções abrangentes, incluindo sistemas de informação empresarial, acesso à tecnologia digital, educação financeira, apoio à marca e ligações a plataformas de comércio eletrônico para criar empresas resilientes a choques lideradas por mulheres [136]. O SIAS facilitou workshops formais reunindo representantes do VPMG, autoridades municipais, pesquisadores e agentes do setor privado para abordar a reabertura do mercado por meio da resolução colaborativa de problemas. As intervenções incluíam a reestruturação executiva do VPMG para aumentar a representação feminina na liderança, apoio direcionado, como transporte gratuito de vegetais, divulgação em nível familiar e campanhas de mídia de massa por meio de rádio e televisão.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

O *haat* reabriu em setembro de 2022, atingindo a capacidade operacional total em janeiro de 2023, com as mulheres agricultoras obtendo melhorias significativas nos preços, com a couve-flor sendo vendida a NPR 70 por kg (USD 0,50), em comparação com os NPR 40 por kg

(USD 0,28) oferecidos pelos intermediários [133]. A intervenção elevou as vozes das mulheres em fóruns públicos e nos principais nós das cadeias de valor agrícolas, com o compromisso municipal com a infraestrutura de mercado permanente, incluindo alocação de terras e construção de galpões. As agricultoras restauraram o acesso direto ao mercado, eliminando a dependência de intermediários exploradores e melhorando as estruturas de governança cooperativa. A iniciativa apoiou 400 a 500 mulheres produtoras nos municípios-alvo. A adoção dos resultados da pesquisa pelo governo local contribuiu para planos de engajamento empresarial inteligentes em termos de clima e favoráveis ao gênero, demonstrando potencial de escalabilidade para o modelo de ecossistema de suporte.

Por meio da pesquisa de ação participativa, mulheres de setores marginalizados puderam compartilhar suas preocupações e experiências diretamente. A abordagem considerou não apenas os meios de subsistência, mas também os obstáculos sociais, políticos, ambientais, econômicos e tecnológicos que elas enfrentam na vida cotidiana. Ao se unirem no VPMG, as mulheres conseguiram ter uma voz coletiva mais forte para lutar por seus direitos. As plataformas comunitárias também criaram espaço para diálogo e tomada de decisões conjuntas, ajudando a governança local a se tornar mais inclusiva e responsiva. Um sistema de suporte integrado combinou assistência prática com capacitação, criando um ecossistema de mercado resiliente e liderado por mulheres. O trabalho de Sandhikharka dentro do projeto CREW demonstra que o empoderamento econômico sustentável das mulheres requer intervenção sistemática em vários domínios de resiliência, com a pesquisa participativa servindo como um mecanismo crítico para transformar a governança local e os sistemas de mercado.

Além de Sandhikharka, o projeto CREW foi implementado em mais dois distritos. No distrito de Ramechhap, o projeto se

concentrou em melhorar o acesso ao mercado para mulheres agricultoras por meio de cooperativas locais, aumentando a estabilidade financeira e a participação nas cadeias de valor agrícolas. No distrito de

Dolakha, o projeto enfatizou a capacitação e o empreendedorismo, fortalecendo a confiança das mulheres e expandindo as oportunidades de desenvolvimento de pequenas empresas [135].



San Luis Potosí, México

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

A Secretaria de Comércio Municipal gerencia e opera dois importantes mercados municipais de propriedade pública, nos quais as autoridades supervisionam todas as operações, aplicam regulamentações e gerenciam o uso do mercado sem terceirizar sua operação para empresas privadas. Entre eles, o Mercado Municipal de San Luis Potosí oferece uma variedade de produtos frescos, gado, laticínios, frutas embaladas e alimentos preparados, apoiado por políticas municipais que promovem a produção local. A administração diária, a conformidade regulatória e a aplicação de sanções são feitas pelo administrador do mercado e pela equipe designada, enquanto as operações do mercado seguem os regulamentos municipais para praças e mercados. Além dos dois mercados públicos, a cidade opera seis mercados públicos fixos e apoia mais de 20 mercados rotativos, *tianquis*, compreendendo cerca de 133 realizações semanais em diferentes bairros. Essa abordagem descentralizada leva alimentos frescos e produtos básicos para áreas com acesso limitado a grandes lojas comerciais [139, 140, 141].



 886.040
habitantes

 1.333,7 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES [137]

- Fabricação de equipamentos de transporte e elétricos
- Indústria de metais, alimentos
- Plásticos e borracha
- Indústria química e minerais não metálicos

VOCÊ SABIA?

O Município de San Luis Potosí possui uma vasta oferta cultural e gastronômica, que vai desde sua tradicional Procissão do Silêncio durante a Semana Santa e a Rua Buche até suas icônicas enchiladas potosinas e grandes eventos culturais como a Feira do Milho [138].

Foto: Mercado Hidalgo. ©Município de San Luis Potosí

DESAFIOS

Em 2020, a CONEVAL, Comissão Nacional para a Promoção da Segurança Alimentar, relatou que 12,5% da população do município — cerca de 111.321 pessoas — enfrentava privação alimentar. O custo mensal de uma cesta básica por pessoa era de MXN 1,383.84 (USD 75.84) nas áreas rurais e de MXN 1,810.09 (USD 99.20) nas áreas urbanas. Isso se traduz em um quinto e um terço do salário de uma pessoa em emprego formal, respectivamente, com parcelas ainda maiores para aqueles em emprego informal ou para pessoas que precisam sustentar dependentes.

Na área de saúde e nutrição, específica para mercados, muitos vendedores ambulantes do município oferecem alimentos tradicionais e populares, mas pouca ênfase é dada à educação nutricional ou incentivos para promover hábitos alimentares saudáveis nos mercados públicos. Além disso, a infraestrutura de alguns mercados fixos está envelhecendo e exige investimentos para melhorar o saneamento, a gestão de resíduos, a acessibilidade e o armazenamento de alimentos. Nos *tianguis* (mercados de rua), desafios logísticos como interrupção de trânsito, coleta de lixo e falta de serviços são frequentes.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

O Município de San Luis Potosí tem uma abordagem holística no fortalecimento de mercados, visando agentes e setores de toda a cadeia alimentar. As operações prioritárias do mercado incluem o fomento de cadeias curtas de abastecimento alimentar, incentivando vendas diretas entre produtores e consumidores, principalmente por meio de mercados tradicionais e mercados de rua itinerantes, mantendo as regulamentações de entrada baixas para novos e pequenos vendedores. Para reduzir a perda e o desperdício de alimentos, a cidade está testando projetos-piloto com universidades e organizações locais focadas em gestão de resíduos, estratégias de doação de alimentos e compostagem. A sensibilização do consumidor é promovida através de campanhas educativas e nutricionais realizadas nos espaços municipais, que incentivam a comunidade a comprar produtos frescos nos mercados, e de programas de reabilitação como o *De Corazón Mi Hogar* (Meu Lar do Coração) [142]. Os mercados locais são valorizados não apenas como centros de comércio, mas também como marcos culturais, e a cidade apoia iniciativas que preservam práticas alimentares tradicionais, herança culinária e reuniões comunitárias. Por fim, há uma ênfase na promoção de culturas e espécies alimentares locais, destacando ingredientes regionais e biodiversidade por meio de ofertas de mercado, eventos culinários e programas educacionais.

Um esforço de destaque do município é o programa de Promoção da Produção e Processamento de Alimentos Locais [*Promotion of Local Food Production and Processing program*], que visa revitalizar e profissionalizar os mercados municipais como espaços seguros, funcionais e inclusivos, essenciais para o acesso a alimentos frescos para apoiar o desenvolvimento econômico local. Essa estratégia combina melhorias de infraestrutura para maior acessibilidade e segurança, a formalização de locatários e priorização de produtores locais e mulheres empreendedoras. Os funcionários receberam formação em atendimento inclusivo ao cliente e foram lançados programas complementares de empreendedorismo para conectar os produtores diretamente com os consumidores [143]. Entre eles está o *Emprenda Natural*, uma comunidade de aprendizagem focada em produtores e processadores de alimentos, oferecendo estratégias educacionais com oportunidades de exposição e validação. O programa inclui eventos para incentivar o envolvimento da comunidade e o apoio a pequenos vendedores, como a *Feira del Elote* realizada no El Parque de Morales da cidade, celebrando alimentos locais à base de milho e destacando o valor nutricional e cultural do milho na culinária mexicana [144]. Durante esses eventos, também são realizadas oficinas e distribuídos materiais impressos para incentivar escolhas alimentares conscientes e resgatar saberes culinários ancestrais.

LIÇÕES E OLHAR PARA O FUTURO

Em San Luis Potosí, iniciativas recentes trouxeram uma mudança constante, mas positiva, na maneira como os mercados de alimentos operam e são percebidos. Melhorias na infraestrutura e higiene nos mercados municipais melhoraram a satisfação do cliente e aumentaram a participação dos vendedores. Com o tempo, o município viu benefícios claros, incluindo a promoção da produção e processamento de alimentos locais, maior acesso aos mercados, economias locais mais fortes, redução da vulnerabilidade alimentar e a criação de redes de colaboração valiosas.

Juntas, essas medidas melhoraram o acesso a alimentos saudáveis, criaram melhores condições de trabalho e fortaleceram os vínculos entre a produção rural e os mercados urbanos. Depoimentos de vendedores e clientes destacam a importância de continuar esses programas, com o objetivo de posicionar San Luis Potosí como líder

estadual em iniciativas que fornecem suporte tangível às comunidades. Embora os desafios permaneçam, o município agora tem uma base sólida no desenvolvimento de mercados e na segurança alimentar sustentável, com potencial para definir metas claras e alcançáveis a curto, médio e longo prazo.



Cidade de Ciências de Muñoz, Filipinas

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Dada a paisagem predominantemente agrícola da cidade, os mercados públicos oferecem principalmente produtos frescos. Esses mercados servem como centros comerciais centralizados para produtos de origem local e de cidades vizinhas e províncias. Ambos os mercados são administrados pela Unidade de Governo Local (LGU) em coordenação com várias secretarias da cidade e associações de vendedores. Essa abordagem colaborativa garante o gerenciamento adequado da infraestrutura, a conformidade do vendedor e as operações diárias.

De acordo com o Líder do Mercado, o Mercado Público da Cidade de Ciências de Muñoz opera sob rígidas regulamentações diárias. Vendedores com barracas permanentes precisam obter uma licença municipal anual e pagar uma taxa diária de PHP 20 (USD 0.34) por cada dia de venda. A maioria dos vegetais vendidos no mercado são provenientes de bairros próximos, enquanto o gado geralmente é trazido de outras províncias. O Departamento Municipal de Agricultura fornece suporte contínuo aos agricultores locais por meio da distribuição de insumos agrícolas, programas de treinamento, monitoramento de preços e promoção de práticas sustentáveis, como a produção de biomassa usando cascas de arroz. O Departamento Veterinário da Cidade



102.823 (2023)
habitantes



147,9 km²
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Agricultura

VOCÊ SABIA?

A cidade ganhou o título de "Cidade de Ciências" devido à presença de instituições importantes dedicadas à agricultura, biotecnologia e aquicultura. Entre eles estão a Universidade Estadual Central de Luzon, o Instituto Filipino de Pesquisa do Arroz e o Centro Filipino Carabao.

Foto: Mercado Público de Muñoz. ©Jameela Antoniette Mendoza, ICLEI Sudeste Asiático

também desempenha um papel fundamental na manutenção da segurança alimentar, inspecionando matadouros e garantindo que as carnes sejam seguras para consumo público. Os mercados públicos também contam com Associações de Vendedores de Mercado, que facilitam a comunicação com a LGU, participam de treinamentos e promovem iniciativas como a digitalização das transações de mercado.

DESAFIOS

Apesar dos esforços da cidade para gerenciar suas operações, vários desafios continuam surgindo. O mercado público da cidade gera um alto volume de resíduos orgânicos, incluindo restos de comida e produtos estragados, principalmente devido ao fluxo contínuo de produtos agrícolas. Esse tipo de resíduo costuma ser pesado e se decompõe rapidamente, gerando odores

desagradáveis e atraindo pragas, o que afasta potenciais clientes e afeta as operações diárias e as vendas dos vendedores. De acordo com alguns agricultores da cidade, o acesso limitado a instalações de armazenamento refrigerado e pós-colheita contribui para a rápida deterioração de produtos perecíveis, e o aumento dos custos dos fertilizantes aumenta ainda mais a pressão sobre sua produção e lucratividade. A infraestrutura limitada de descarte de resíduos e a limpeza insuficiente agravam esses desafios.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

A cidade enfrenta esses desafios por meio de uma estratégia multifacetada que visa promover uma economia circular. Para gerenciar resíduos em mercados públicos, o Escritório de Meio Ambiente e Recursos Naturais da Cidade (CENRO) reforça a segregação obrigatória de resíduos na fonte, descrita na política de gerenciamento de resíduos da cidade (com o não cumprimento vinculado a uma multa de PHP 500.00 (USD 8.60) na primeira infração), aplicada pela equipe de coleta e limpadores ecológicos. Para garantir ainda mais a limpeza, a cidade também implementou um cronograma de coleta de lixo duas vezes ao dia no mercado público, com turnos programados para limpadores ecológicos que fazem a manutenção da área durante todo o horário de funcionamento. Os resíduos segregados são transportados por caminhões da cidade até a Unidade de Recuperação de Materiais (URM), onde passam por processamento para desvio, separando os resíduos biodegradáveis dos não recicláveis. Esses resíduos orgânicos são submetidos a um processo de compostagem, tornando-se um valioso fertilizante orgânico.

Esse sistema de “do mercado para URM” é significativamente complementado pelo programa [Bakuran Ko, Gulayan Ko \(Meu Quintal, Minha Horta\)](#). A iniciativa destaca a agricultura urbana e horta de quintal entre os moradores, distribuindo mudas e incentivando o uso de recipientes reciclados para o plantio. Os participantes desse programa podem solicitar **fertilizante composto** diretamente da URM, que

é um componente essencial de uma lei municipal que promove a produção de alimentos. O programa é estruturado como uma competição em quatro níveis: Conselhos de Barangay, Escolas Públicas de Ensino Fundamental e Médio, Escolas Privadas de Ensino Fundamental e Médio e Residências, cada uma com critérios e prêmios distintos. Especificamente, os participantes dos Conselhos de Barangay relataram que a maior parte de suas colheitas é consumida em suas comunidades, enquanto algumas são vendidas em mercados públicos próximos. Isso efetivamente vincula a produção de alimentos ao comércio local e ajuda a fechar o ciclo econômico.

Graças à abordagem da cidade, melhorias notáveis ocorreram, principalmente nos mercados públicos. Os compradores observaram uma redução significativa no lixo e nos odores desagradáveis, deixando a área mais limpa e incentivando visitas mais longas e compras mais frequentes. Entretanto, alguns agricultores urbanos compartilharam que o programa *Bakuran Ko, Gulayan Ko* não apenas complementa suas necessidades alimentares diárias, mas também fornece uma modesta fonte de renda.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A Cidade de Ciências de Muñoz fez progressos significativos no enfrentamento dos desafios de gestão de resíduos em seu mercado público local. Seu sucesso se deve principalmente à sua estratégia multifacetada, que compreende uma direção política clara, esforço coordenado entre os escritórios da LGU, forte supervisão institucional e engajamento ativo da comunidade. O programa *Bakuran Ko, Gulayan Ko* capacitou famílias a converter resíduos orgânicos em composto para uso em hortas de quintal, oferecendo benefícios diretos e tangíveis às comunidades participantes, ao mesmo tempo em que promove um senso de propriedade e reduz o volume de resíduos orgânicos.

A responsabilidade institucional foi outro elemento-chave na estratégia da cidade, com escritórios específicos, incluindo a Administração do Mercado e o CENRO, sendo encarregados de mandatos claros relacionados à gestão de resíduos. Por fim, o estabelecimento de canais de comunicação abertos e consistentes com os agentes do mercado, especialmente os vendedores, desempenhou um papel vital na gestão eficaz não apenas dos

resíduos, mas também de outros aspectos das operações no Mercado Público da Cidade de Ciências de Muñoz. Ao promover a colaboração com associações de vendedores e manter canais regulares de comunicação, o governo da cidade conseguiu implementar as regulamentações de forma tranquila e construir amplo apoio para práticas de mercado mais limpas, sustentáveis e bem administradas.



Seul, República da Coreia

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O Governo Metropolitano de Seul (SMG) apoia 418 mercados tradicionais (em janeiro de 2025) e distritos comerciais de bairros operados por pequenas empresas, de acordo com a Lei Especial de Promoção de Mercados Tradicionais e Distritos Comerciais. 52 são mercados de grande porte com mais de 1.000 comércios, os demais são mercados de bairro inseridos na vida cotidiana.

Dada a diversidade de tamanhos de mercados, produtos e visitantes, o SMG adapta o apoio às necessidades específicas. O orçamento da cidade para 2025 aloca KRW 29,3 bilhões (USD 22,5 milhões) em 19 projetos para mercados tradicionais, com a maior parte destinada à modernização das instalações. O sistema de suporte inclui o Serviço de Pequenas Empresas e Mercado, do Ministério de PMEs e Startups, o SMG e escritórios distritais locais. O financiamento é concedido por meio de associações de vendedores ou de organizações de promoção de distritos comerciais, ou é gerido diretamente pelo setor público [145].



 9.335.734 habitantes

 605,2 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Turismo Cultural
- Beleza e Moda
- Finanças e Negócios
- Economia de Tecnologia Inteligente e Inovação Digital
- Manufatura Urbana Orientada ao Design

VOCÊ SABIA?

A colaboração entre diversos agentes é fundamental para a preservação dos mercados tradicionais de Seul. Um exemplo notável é o lançamento de duas lojas Starbucks na Coreia nos mercados de Gyeongdong e Gwangjang, destacando o charme de cada mercado, oferecendo nostalgia aos visitantes de meia-idade e novas experiências às gerações mais jovens e turistas.

Foto: Mercado Mangwon. ©Associação de Vendedores do Mercado Mangwon

DESAFIOS

Os mercados tradicionais têm enfrentado sérios desafios devido ao surgimento de grandes comércios de desconto e plataformas de compras online. Além disso, problemas persistentes, incluindo questões de higiene, estacionamento limitado e falta de instalações públicas, continuam a afastar os compradores. Para abordar essas questões, o SMG continua a implementar diversas medidas para preservar a competitividade e o valor único dos mercados tradicionais. No entanto, tais esforços também enfrentaram resistência de comerciantes idosos

relutantes em mudar e críticas de observadores externos, o que é ainda mais complicado pelos interesses diversos de stakeholders, como proprietários de terras, inquilinos varejistas e concorrentes próximos.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Até o momento, as políticas de mercado da cidade têm se concentrado principalmente na modernização das instalações. Isso inclui a expansão de áreas de pedestres e estacionamento, a criação de centros de atendimento ao cliente, a modernização de banheiros e galerias, e a melhoria da segurança por meio de CFTV, melhorias nos sistemas de incêndio, eletricidade, gás e drenagem [146]. Como resultado, 59 centros de atendimento ao cliente foram criados, que agora funcionam como escritórios de associações de vendedores, bibliotecas ou lanchonetes infantis. Além disso, o SMG está trabalhando para expandir os canais de vendas online, apoiar a produção de kits de refeição e promover a transformação digital ajudando mercados tradicionais a adotar plataformas de comércio eletrônico por meio de eventos de desconto on-line e suporte à entrada do comércio. Em 2024, 49 mercados participaram de um evento de venda relâmpago online, resultando em um aumento médio de vendas de 83% em comparação ao mês anterior [145].

O SMG também estende seu apoio financeiro aos mercados tradicionais por meio de processos de seleção justos e atividades promocionais aprimoradas com o objetivo de melhorar sua imagem social. Os mercados podem se inscrever uma vez por ano, enviando planos detalhados sobre escopo, metas e orçamentos, com revisões financeiras anuais para garantir transparência. Para evitar que o suporte se concentre apenas em mercados bem organizados, cada projeto prioriza melhorias com base na urgência em vez do tamanho do mercado, como a modernização de instalações de prevenção de incêndios, mesmo em mercados não registrados.

Dois mercados em particular mostram o sucesso da colaboração entre os agentes do mercados. O Mercado Mangwon exemplifica como os mercados podem alavancar ativamente recursos externos com abordagens inovadoras. O mercado promove o movimento Lixo Zero oferecendo sacolas de compras reutilizáveis e incentivando os clientes a trazerem seus próprios recipientes. Os vendedores dão cupons aos clientes que trazem seus próprios recipientes para comprar alimentos, e esses cupons podem ser trocados posteriormente por sacos de lixo padrão designados pelo governo (que normalmente são comprados) por meio da associação de vendedores. A colaboração com organizações ambientais e influenciadores também possibilita eventos culturais, musicais e culinários, transformando o mercado de um espaço de vendas em um espaço de vivência cultural.

Campanhas promocionais ativas também abordam as críticas do público e visam melhorar a imagem dos mercados. O Mercado de Gwangjang, um destino turístico popular localizado no centro de Seul, foi criticado anteriormente pelos preços altos. Em resposta, o SMG, os escritórios distritais, as associações de vendedores ambulantes e as cooperativas de vendedores ambulantes de comida trabalharam juntos para introduzir preços padronizados, amostras de alimentos e práticas de comércio justo. Enquanto a associação de vendedores liderava reformas internas, a cidade promovia essas mudanças, ajudando o Mercado de Gwangjang a manter seu status de maior mercado tradicional de Seul e uma importante atração turística nacional.

O SMG se esforça para melhorar a aceitação da política mantendo comunicação contínua com o Serviço de Pequenas Empresas e SEMAS, escritórios distritais e associações de vendedores. Além disso, a partir de 2025, 120 gestores de mercado tradicionais serão enviados para promover as políticas de Seul aos vendedores e ajudar a incorporar o seu feedback na formulação de políticas [145].

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

O verdadeiro progresso exige não apenas a participação apaixonada e proativa dos vendedores, mas também esforços do governo e das comunidades locais para comunicar e entender as perspectivas uns dos outros. É com base nisso que governos como o SMG podem fornecer suporte flexível e apresentar uma visão política clara, permitindo, em

última análise, o desenvolvimento sustentável dos mercados tradicionais e a restauração da confiança pública. Em última análise, o futuro dos mercados tradicionais depende da comunicação eficaz, do pensamento inovador, do envolvimento ativo da comunidade e do papel comprometido do governo como parceiro.



Turim, Itália

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

Turim tem 42 mercados locais espalhados por oito distritos, desenvolvidos ao longo do século XX para atender às necessidades de uma crescente população urbana impulsionada pelo desenvolvimento industrial. Nos últimos anos, foram introduzidas 14 feiras nas praças centrais, geralmente realizadas mensalmente ou nos fins de semana, oferecendo produtos agroalimentares diretamente de pequenos produtores locais. Além disso, um novo “Mercado Coberto para Produtores Agrícolas” está sendo construído em um edifício histórico reformado em uma das principais ruas do centro da cidade. Quatro dos mercados mais centrais formam o mercado Porta Palazzo, o maior mercado ao ar livre da Europa, que acompanhou a transformação social de Turim, desenvolvendo uma identidade multicultural vibrante e servindo como um ponto de encontro para culturas, economias e gerações.

O município desempenha um papel ativo na gestão e promoção dos mercados. A Secretaria de Comércio supervisiona os mercados de alimentos, Secretaria de Obras Públicas garante a infraestrutura e serviços técnicos, e a Instituição Sanitária Local cuida dos controles de higiene. O município também colabora com associações, incluindo associações de



 850.000 habitantes

 130 km² superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Indústria
- Automotiva
- Engenharia
- Produção de alimentos

VOCÊ SABIA?

Turim é a cidade com o maior número de mercados diários na Itália. O Mercado Porta Palazzo, o maior mercado ao ar livre da Europa, é considerado o verdadeiro “porto” da cidade, pois acolhe mercadorias e culturas de todo o mundo.

Foto: Município de Turim

agricultores, para melhorar a gestão. Cada mercado é apoiado por um Comitê de Mercado, composto por representantes de diferentes setores que trabalham com o município para facilitar o funcionamento daquela área específica do mercado.

DESAFIOS

Turim, antes uma cidade industrial com alto índice de emprego em fábricas, agora enfrenta desafios socioeconômicos causados pelo envelhecimento da população, declínio demográfico e aumento da desigualdade de renda. Muitos idosos vivem com baixa renda, enquanto a grande população estudantil não consegue sustentar totalmente a economia de mercado local. Embora o turismo tenha crescido e os mercados estejam sendo reformulados

como destinos turísticos, seus principais usuários continuam sendo os moradores locais. A dependência de uma população cada vez menor e mais velha, juntamente com a concorrência de outros estabelecimentos de alimentação e mudanças nos hábitos de consumo, criou um descompasso entre oferta e demanda, impactando pequenas empresas e vendedores. A prioridade da cidade é revitalizar o papel dos mercados locais, aproveitando a “economia da proximidade” e reconhecendo-os não apenas como espaços comerciais, mas também como locais de identidade, conexão e apoio comunitário.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Turim desenvolveu diversas iniciativas de revitalização para dar suporte aos vendedores, conscientizar os consumidores e destacar a importância cultural e social dos mercados. Um plano de remodelação foi lançado para dez mercados, abordando melhorias físicas como pavimentação e barracas, novos layouts de barracas para minimizar espaços vagos e um sistema de alocação modernizado com o aplicativo Merc@to. Por meio do aplicativo, os vendedores podem pagar pelo uso diário apenas quando ocupam suas barracas, e um modelo semelhante deve ser aplicado às tarifas de serviços públicos.

Para promover os mercados da cidade, duas grandes campanhas foram lançadas para aumentar a acessibilidade e apoiar os vendedores. A primeira campanha apresentou o primeiro aplicativo de mercado da Itália, [TorinoMercati](#) (disponível em italiano, inglês e francês), que fornece informações atualizadas sobre os mercados locais e de produtores, sua história, curiosidades e um sistema de entrega em domicílio agora testado no Mercado Porta Palazzo com o apoio de uma startup da Universidade Politécnica de Turim. A plataforma inclui uma vitrine on-line em tempo real de produtos e preços disponíveis, que os operadores de mercado foram treinados para usar e atualizar de forma independente.

Ela também promove entregas sustentáveis usando bicicletas de carga e embalagens reduzidas, garantindo custos moderados e diversas opções de pagamento. A segunda campanha, [Torino Riflessa – la città vista dalle vetrine](#), conta a história de Turim por meio da evolução do comércio local, apresentando itinerários turísticos que destacam lojas, oficinas de artesanato e mercados locais, com foco especial no Mercado Porta Palazzo.

A inovação social também foi promovida por meio do REPOPP, um projeto de uma associação local sem fins lucrativos que reduz o desperdício de alimentos, recupera matéria orgânica e promove a solidariedade. Jovens imigrantes desempregados coletam alimentos excedentes no final do dia e os distribuem gratuitamente para famílias de baixa renda. As sobras são reaproveitadas, cozidas e disponibilizadas no dia seguinte. Essa iniciativa não apenas apoia os necessitados, mas também ajuda a integrar grupos vulneráveis à vida comunitária.

RESULTADOS E LIÇÕES APRENDIDAS

A cidade de Turim está comprometida em melhorar a gestão do mercado, apoiar os vendedores e a economia local e fortalecer o papel social e cultural dos mercados, também por meio de plataformas digitais inovadoras. O sucesso foi impulsionado pela vontade política, pelo apoio do prefeito e pela coordenação eficaz entre os departamentos municipais, além da ligação de setores-chave, como turismo e mercados. Esses esforços foram reforçados por estudos do setor, que ajudaram a desenvolver soluções para a dinâmica socioeconômica, enquanto associações locais, agricultores e vendedores garantiram o engajamento de longo prazo por meio de Comitês de Mercado. A reconstrução física foi financiada por EUR 11 milhões (USD 12.97 milhões) do fundo PNRR de recuperação da COVID-19.

Apesar do forte comprometimento, o financiamento municipal por si só foi insuficiente para cobrir os custos das campanhas e intervenções. Recursos adicionais vieram de um fundo dedicado ao apoio e revitalização da economia local, financiado por grandes varejistas que abrem novas lojas e são obrigados a contribuir com uma quantia fixa para compensar os impactos negativos sobre as pequenas empresas.

Juntos, esses esforços permitiram que Turim fortalecesse o papel de seus mercados como centros econômicos, culturais e sociais, ao mesmo tempo em que modernizava sua infraestrutura, gestão e imagem. Os mercados são cada vez mais reconhecidos não apenas como locais de comércio, mas também como espaços essenciais de identidade, pertencimento e solidariedade na cidade.



Zapopan, México

GOVERNANÇA E CONTEXTO DE MERCADO

O município de Zapopan possui, regulamenta e mantém 16 mercados distribuídos pela cidade, administrados diretamente pela Secretaria de Mercados e regidos pelos Regulamentos de Praças, Mercados e Locais. Outras secretarias envolvidas são a Secretaria de Saneamento Público e a Secretaria de Mercados de Rua e Comércio ao Ar Livre. Os vendedores nos mercados municipais de Zapopan são predominantemente moradores locais, cuja atividade principal é focada no fornecimento de mercadorias e prestação de serviços básicos. Eles são uma parte essencial do tecido econômico local, com muitas famílias mantendo uma longa tradição nos mercados, contribuindo para a estabilidade e continuidade da atividade comercial nesses espaços. Qualquer residente pode exercer atividades comerciais ou de prestação de serviços no mercado, o que implica obter a licença e autorização correspondentes, pagar as taxas e zelar pela qualidade dos produtos e pela higiene dos espaços a ele destinados. Em julho de 2024, o município de Zapopan atualizou seus regulamentos para mercados de rua e vendedores ambulantes, para melhorar seu cenário de mercado. Esses regulamentos são aplicados pelo município como parte das suas leis locais [150].



1.476.491 [147]
habitantes



893.15 km² [148]
superfície

SETORES ECONÔMICOS MAIS IMPORTANTES

- Setor de eletrônicos
- Comércio e serviços
- Indústria alimentícia
- Construção [148, 149]

VOCÊ SABIA?

Zapopan deriva seu nome da palavra náuatle *Tzapopant*, que significa lugar de sapotes. O hieróglifo náuatle correspondente representa uma árvore frutífera de sapote.

Foto: Mercado de Atemajac. ©Município de Zapopan

DESAFIOS

De acordo com o Plano Nacional de Desenvolvimento e Governança de Zapopan 2024-2027, 11,5% dos moradores de Zapopan estavam em situação de insegurança alimentar moderada ou grave em 2020. Para enfrentar essa questão, o município desenvolveu diversas iniciativas e programas [151]. Os principais desafios estão em garantir o apoio de todas as secretarias envolvidas, conscientizar administradores, vendedores e consumidores para evitar o desperdício de alimentos e estabelecer colaboração com produtores locais para a venda de frutas e vegetais que podem não atender aos padrões estéticos.

Cada secretaria municipal também enfrenta desafios diferentes com base em suas funções e responsabilidades. Para a Secretaria do Meio Ambiente, por exemplo, é importante fornecer

aos produtores locais ferramentas e alternativas para reduzir a perda e o desperdício de alimentos. Isso inclui a separação de resíduos, a doação de frutas e vegetais comestíveis para consumo humano e ração animal, e a criação de oportunidades para vender frutas e vegetais "imperfeitos". Outro desafio está ligado ao interesse limitado da comunidade, levando ao abandono principalmente das hortas urbanas escolares e comunitárias, que, além das atividades de mercado, oferecem um segundo pilar para fortalecer a segurança alimentar da cidade. Portanto, o objetivo da secretaria é manter cronogramas e treinamentos consistentes, além de garantir recursos financeiros e comprometimento da comunidade para a continuidade desses programas.

POLÍTICAS E INICIATIVAS

Zapopan está atualmente implementando dois programas relevantes para mercados de alimentos: cozinhas comunitárias e hortas urbanas. O programa [Cozinha Comunitária \[Community Kitchen\]](#) visa fornecer refeições nutritivas em todo o município, reduzindo a insegurança alimentar e garantindo o acesso à alimentação como um direito humano, com prioridade para as populações mais vulneráveis. Cada refeição inclui uma porção equilibrada de proteínas e carboidratos, uma porção de fruta e uma bebida [152, 153]. Esse programa anda de mãos dadas com os mercados de alimentos, já que alimentos frescos podem ser comprados nos mercados e, por sua vez, podem ser usados como insumo para as cozinhas comunitárias. O programa [Horta Urbana \[Urban Garden\]](#) se concentra no estabelecimento de hortas em ambientes urbanos, escolares, familiares e comunitários na cidade, incentivado por treinamento teórico e prático em produção orgânica sustentável. Essa iniciativa envolve várias agências municipais trabalhando juntas. Complementando estes esforços, Zapopan, em colaboração com o Instituto Ocidental de Tecnologia e Ensino Superior (Western Institute of Technology and Higher Education - ITESO), desenvolveu o [Guia Para Prevenir o Desperdício](#)

[de Alimentos \[Guide to Preventing Food Waste\]](#).

Esse recurso oferece recomendações práticas, dicas e receitas para ajudar os moradores a reduzir o desperdício de alimentos orgânicos em casa [154].

LIÇÕES E OLHAR PARA O FUTURO

Os programas implementados até agora mostraram resultados promissores no fortalecimento da segurança alimentar de Zapopan. Até dezembro de 2024, 68 hortas abrangendo 3.895 m² atenderam 6.546 moradores e, em 2024, 9 cozinhas entregaram 477.105 porções de frutas. O município de Zapopan reafirma seu compromisso com sua comunidade e busca continuar e expandir sua cobertura.

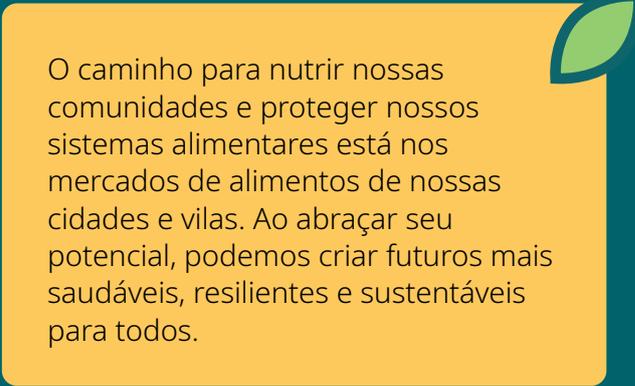
Em linha com o Guia para Prevenir o Desperdício de Alimentos, um projeto adicional em mercados e feiras de rua está atualmente em desenvolvimento, com base em um piloto de dois anos com foco na separação de resíduos orgânicos para compostagem. Esta iniciativa surge a partir de um diagnóstico atualizado de desperdício da cidade, que revelou que uma parcela significativa dos alimentos descartados ainda estava em boas condições. O objetivo é implementar medidas para recuperar esses alimentos, seguindo uma hierarquia que priorize a recuperação para consumo humano, ração animal e compostagem. Além disso, esse projeto busca criar um espaço nos mercados municipais para a venda de frutas e verduras que não atendem aos padrões estéticos exigidos pelos supermercados. Essa iniciativa oferece uma opção para os produtores evitarem o desperdício de alimentos e conscientiza os consumidores sobre esses tipos de produtos, que estão nutricionalmente em perfeitas condições.



Conclusão

Como mostrado neste manual, os mercados de alimentos têm um potencial imenso, embora muitas vezes inexplorado, para impulsionar a transformação do sistema alimentar. Eles desempenham um papel crucial no enfrentamento de desafios importantes, como desnutrição, insegurança alimentar, produção sustentável de alimentos, meios de subsistência de agricultores e vendedores, circularidade e gestão de resíduos, e o bem-estar das comunidades locais, incluindo igualdade de gênero. Nesse contexto, os governos locais têm a oportunidade e a responsabilidade de apoiar e fortalecer seus mercados de alimentos como centros de saúde e nutrição, aprendizado, mudança de comportamento e vida cívica. Por meio do Quadro de Ação CityFood para Mercados, este manual oferece ferramentas e estratégias práticas para orientar formuladores de políticas e stakeholders no apoio e na sustentação dos mercados como componentes essenciais do cenário alimentar urbano. Os 31 estudos de caso

e estratégias aqui apresentados demonstram o impacto real de mercados bem apoiados, desde as atividades de conscientização de Barcelona até o envolvimento de múltiplos stakeholders de Lusaka e as iniciativas de Quezon para promover a inclusão social. Eles oferecem modelos replicáveis e insights práticos que podem inspirar governos ao redor do mundo a fortalecer seus sistemas alimentares locais.



O caminho para nutrir nossas comunidades e proteger nossos sistemas alimentares está nos mercados de alimentos de nossas cidades e vilas. Ao abraçar seu potencial, podemos criar futuros mais saudáveis, resilientes e sustentáveis para todos.

Referências

- [1] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2017). Nutrition and Food Systems: A Report by the High-Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/4ac1286e-eef3-4f1d-b5bd-d92f5d1ce738/content>
- [2] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2018). Sustainable Food Systems: Concept and Framework. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/b620989c-407b-4caf-a152-f790f55fec71/content>
- [3] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (1996). Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action. Rome. <https://www.fao.org/4/w3613e/w3613e00.htm>
- [4] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2019. The State of Food and Agriculture 2019. Moving forward on food loss and waste reduction. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/11f9288f-dc78-4171-8d02-92235b8d7dc7/content>
- [5] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). The status of women in agrifood systems. Rome. <https://doi.org/10.4060/cc5343en>
- [6] McDougall, C., Newton, J., Kruijssen, F. & Reggers, A. (2021). Gender integration and intersectionality in food systems research for development: A guidance note. Penang, Malaysia: CGIAR Research Program on Fish Agri-Food Systems. <https://www.kit.nl/wp-content/uploads/2022/12/Gender-Integration.pdf>
- [7] Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). (2024). Transforming Food Systems Towards Healthier Diets and Greater Sustainability. <https://www.giz.de/en/worldwide/132528.html>
- [8] de Bruin, S. & Holleman, C. (2023). Urbanization is transforming agrifood systems across the rural–urban continuum creating challenges and opportunities to access affordable healthy diets – Background paper for The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cc8094en>
- [9] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2017). The future of food and agriculture – Trends and challenges. Rome. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/2e90c833-8e84-46f2-a675-ea2d7afa4e24/content>
- [10] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2024). Strengthening urban and peri-urban food systems to achieve food security and nutrition, in the context of urbanization and rural transformation. Rome, CFS HLPE-FSN. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/cf8cd142-cceb-4e81-8764-c8fbc291ce1b/content>

- [11] High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition (HLPE). (2023). Reducing inequalities for food security and nutrition. Rome: CFS. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cc6537en>
- [12] Rahimi, M., & Demirbaş, N. (2023). Importance of local food markets in terms of sustainable agriculture: constraints and recommendations. In M. F. Baran (Ed.), Africa 2nd International Conference on New Horizons in Sciences June, Cairo (pp. 256 - 269). Academy Global Publishing House. https://www.africaconferences.org/files/ugd/797a84_0a553a20b86b460baea58ab89338ff19.pdf
- [13] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2024). Enhancing the operations of local and traditional food markets in the context of the transition to sustainable agrifood systems. Rome. <https://doi.org/10.4060/cd2254en>
- [14] Cook, B., Trevenen-Jones, A., & Sivasubramanian, B. (2024). Nutritional, Economic, Social, and Governance Implications of Traditional Food Markets for Vulnerable Populations in sub-Saharan Africa: A Systematic Narrative Review. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1382383>
- [15] Hannah, C., Davies, J., Green, R., Zimmer, A., Anderson, P., Battersby, J., Baylis, K., Joshi, N., & Evans, T.P. (2022). Persistence of open-air markets in the food systems of Africa's secondary cities. *Cities*, 124. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103608>
- [16] Borsellino, V., Schimmenti, E., & El Bilali, H. (2020). Agri-Food Markets Towards Sustainable Patterns. *Sustainability*, 12(6), 2193. <https://doi.org/10.3390/su12062193>
- [17] Aberman, N., Meerman, J., & van de Riet, A. (2021). Integrating Gender into the Governance of Urban Food Systems for Improved Nutrition (GAIN Working Paper #25). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/wp.25>
- [18] Trevenen-Jones, A., Sietchiping, R., Githiri, G., Forster, T., Daniel, K., Troccoli, C., Moon, R.J., & Ramos, J. C. (2025). Territorial governance and food markets for sustainable food systems (White paper). Nairobi, Kenya: UN-Habitat. https://unhabitat.org/sites/default/files/2025/07/white_paper.pdf
- [19] CityFood Interest Group. (2025, July 23). Gender & Social Inclusion in Food Markets [Unpublished workshop]. Online: ICLEI.
- [20] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Mapping of territorial markets - Methodology and guidelines for participatory data collection. Third edition. Rome. <https://openknowledge.fao.org/items/f91a4a93-a592-4e60-96a7-da2abbc65b1>

- [21] USAID Advancing Nutrition. (2024). Guidelines for Market-Based Food Environment Assessments. Instruction Manual. <https://www.advancingnutrition.org/resources/food-environment-monitoring-and-evaluation-guidance-and-tools>
- [22] Trevenen-Jones, A., Greenwood, M., Muketha, M., & Kebenei, M. (2025). Empowered local agency, infrastructure investment, and governance: a model and case for traditional food markets (GAIN Working Paper #49). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/wp.49>
- [23] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). Mapping territorial markets in Malawi. <https://doi.org/10.4060/cb9437en>
- [24] Carrara, E., Daniel, K., Sietchiping, R., Forster, T., Egal, F., Jones, A., Marocchino, C., Vicovaro, M., Troccoli, C., & McCarthy, R. (2022). Strengthening Local Fresh Food Markets for Resilient Food Systems, A Collaborative Discussion Paper. <https://urbanpolicyplatform.org/download/strengthening-local-fresh-food-markets-for-resilient-food-systems/>
- [25] Daniel, K., & Nestico, S. (2017). Policies that support Local Public Markets. Global Examples. HealthBridge. https://healthbridge.ca/dist/library/Policies_that_support_Local_Public_Markets-min.pdf
- [26] Demmler, K. M., van der Steen, S., Trevenen-Jones, A., & de Kanter, E. (2025). Food Environments and Diet Quality Among Vendors and Consumers in Five Traditional Urban Markets in Kenya. *Nutrients*, 17(1), 116. <https://doi.org/10.3390/nu17010116>
- [27] Cleveland City Planning Commission. (2023). Transportation Demand Management - Program Standards (draft). <https://planning.clevelandohio.gov/TDM/tdm.html>
- [28] Balineau, G., Bauer, A., Kessler, M., & Madariaga, N. (2021). Food Systems in Africa: Rethinking the Role of Markets. Africa Development Forum. World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1588-1
- [29] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2025). Transforming food and agriculture through a systems approach. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cd6071en>
- [30] Ajuntament de Barcelona. (2024). The Markets of Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/en/markets/markets-barcelona>
- [31] Wallace, F., Mittal, N., Lambertini, E., & Nordhagen, S. (2022). Vendor Knowledge, Attitudes, and Practices Related to Food Safety in Low- and Middle-Income Countries: A Scoping review. *Journal of Food Protection*, 85(7), 1069–1078. <https://doi.org/10.4315/jfp-21-439>

- [32] Nordhagen, S., Hagos, S., Gebremedhin, G. & Lee, J. (2025). Vendor capacity and incentives to supply safer food: a perspective from urban Ethiopia. *Food Security* 17, 331–344. <https://doi.org/10.1007/s12571-025-01526-8>
- [33] DeWaal, C.S. & Trevenen-Jones, A. (2025). Guidelines for food hygiene in traditional markets: improving access to safe, healthy foods and livelihoods (Discussion Paper #17). Geneva, Switzerland: Global Alliance for Improved Nutrition. <https://doi.org/10.36072/dp.17>
- [34] CONSUMARE – Organização Internacional das Associações de Consumidores de língua oficial portuguesa. (2020, March 9). Conheça a PROCONSUMERS – Associação para o Estudo e Defesa do Consumidor. <https://consumare.org/noticias/conheca-proconsumers-associacao-estudo-defesa-do-consumidor/>
- [35] Beira Municipality. (2019). Executive Summary Beira Municipal Recovery and Resilience Plan. Dutch Water Sector. <https://www.dutchwatersector.com/sites/default/files/2019-06/Summary%20Beira%20Municipal%20Recovery%20and%20Resilience%20Plan.pdf>
- [36] Britsch, K. (2022). WaSH Practices in Mozambique. Ballard Brief. <https://ballardbrief.byu.edu/issue-briefs/wash-practices-in-mozambique>
- [37] United Nations Human Settlements Programme (UN-Habitat). (2022). Mozambique. Beira. https://unhabitat.org/sites/default/files/2022/07/beira_en.pdf
- [38] Department of Cooperatives and MSMEs. (2024). Internal report: unpublished.
- [39] BAPPERIDA Bogor City & IPB University FEMA Department of Community Nutrition. (2024). Conference report: unpublished.
- [40] Indonesia National Food Agency. (2023). NFA Perkuat Gerakan Selamatkan Pangan untuk Pencegahan Food Waste. <https://badanpangan.go.id/blog/post/nfa-perkuat-gerakan-selamatkan-pangan-untuk-pencegahan-food-waste>
- [41] Pemerintah Kota Bogor. (2022). Festival Olahan Pangan Lokal, Menkop UKM dan Wali Kota Bogor Dukung Kacang Koro jadi Substitusi Kedelai. <https://disparbud.kotabogor.go.id/index.php/post/single/1098>
- [42] Indonesia National Food Agency. (2023). Pasar Mitra Tani dan Gerai Pangan Lokal Tambah Outlet di Kota Bogor. <https://badanpangan.go.id/blog/post/pasar-mitra-tani-dan-gerai-pangan-lokal-tambah-outlet-di-kota-bogor>

- [43] Pemerintah Kota Bogor. (2018). Peraturan Walikota Bogor Nomor 84 Tahun 2018 tentang Rencana Aksi Daerah Pangan dan Gizi Kota Bogor Tahun 2020-2024. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/172183/perwali-kota-bogor-no-84-tahun-2018>
- [44] Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2020). Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 1 Tahun 2020 tentang Pusat Distribusi Provinsi. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/174173/perda-prov-jawa-barat-no-1-tahun-2020>
- [45] Milan Urban Food Policy Pact. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>
- [46] Braşov Local Council. (2022). Hotărârea Consiliului Local nr. 428/2022. <https://politia.local.abrasov.ro/hcl/Hotararea%20Consiliului%20Local%20-%20428-2022.pdf>
- [47] Romanian Government. (2003). Legea nr. 10/2003 privind unele măsuri de protecție a patrimoniului național cultural mobil. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/50756>
- [48] Dragomir, P. (2015). Who is the new Romanian Food Market Law really helping? Agricultural and Rural Convention. <https://www.arc2020.eu/new-romanian-food-market-law-really-helping/>
- [49] FoodCLIC Project. Braşov Municipal Area. <https://foodcllic.eu/city-regions/brasov-municipal-area>
- [50] Westside Market. (2023, November 5). Cleveland Public Market Corporation. <https://westsidemarket.org/cleveland-public-market-corporation/>
- [51] City of Cleveland. (2024). Cleveland Public Market Corporation Assumes Operation of West Side Market, Names Staff. <https://www.clevelandohio.gov/news/cleveland-public-market-corporation-assumes-operation-west-side-market-names-staff>
- [52] Make It in Cleveland. Neighborhood Retail Assistance Program. <https://makeitincleveland.org/incentives/neighborhood-retail-assistance-program>
- [53] City of Cleveland Office of Sustainability & Climate Justice. (2023). Internal report: unpublished.
- [54] City of Cleveland. (2024). Cleveland awarded \$340,000 USDA grant for composting and food waste reduction project. <https://www.clevelandohio.gov/news/cleveland-awarded-340000-usda-grant-composting-and-food-waste-reduction-project>

- [55] United Nations. (2018). World Urbanization Prospects: The 2018 Revision. United Nations. <https://population.un.org/wup/assets/WUP2018-Report.pdf>
- [56] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2025, February 14). GAIN's Keeping Food Markets Working (KFMW) programme in Tanzania: Buguruni Market [Video]. <https://www.gainhealth.org/media/news/gains-keeping-food-markets-working-kfmw-programme-tanzania-buruguni-market>
- [57] Telephone Interview with Dar es Salaam City Council's Land and Urban Planning Officer, GAIN, 2024.
- [58] African Centre for Cities. (2021). Dar es Salaam City Scoping Study. https://www.african-cities.org/wp-content/uploads/2021/12/ACRC_Dar-es-Salaam_City-Scoping-Study.pdf
- [59] Ministry of Agriculture, Tanzania. (2013). National Agricultural Policy of 2013. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/tan141074.pdf>
- [60] Ministry of Industry and Trade, Tanzania. (2013). Agricultural Marketing Policy. <https://www.viwanda.go.tz/uploads/documents/sw/1455888762-Agricultural-Marketing-Policy.pdf>
- [61] George, C., Msoka, C. T., & Makundi, H. (2022). Formalisation of Street Vending in Dar es Salaam: Implementation and Enforcement of the Wamachinga Identity Card Initiative. *Forum for Development Studies*, 50(2), 283–302. <https://doi.org/10.1080/08039410.2022.2112277>
- [62] C40 Cities. (2024). ICA Cities Fund: Dar es Salaam. Engaging informal workers in the organic waste management sector. <https://www.c40.org/case-studies/ica-cities-fund-dar-es-salaam/>
- [63] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). Transforming Urban-Rural Food Systems (TURFS) Consortium. <https://www.gainhealth.org/transforming-urban-rural-food-systems-turfs-consortium>
- [64] The World Bank. (2021). An Assessment of fresh markets in Dhaka metropolitan area (Situation Report No. 14). <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099635006212222896/pdf/P17566301c3dc804f0833e0b0a6c21c6fec.pdf>
- [65] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023, May 22). High-level visit to model fresh market. <https://www.fao.org/bangladesh/news/detail-events/en/c/1640115/>

- [66] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2023). Bangladesh wet markets: Road to recovery [Podcast]. <https://www.gainhealth.org/media/podcasts/bangladesh-wet-markets-road-recovery>
- [67] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023, February 7). Procurement of renovation and modernization works of fresh market at Mohammadpur Town Hall Market & Mohakhali Market, Dhaka [UNGM notice]. <https://www.ungm.org/Public/Notice/191601>
- [68] EatSafe: Evidence and Action Towards Safe, Nutritious Food. (2022). COVID-19 in Traditional Markets: Evidence of Consumer and Vendor Resilience. Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/EatSafe%20COVID-19%20Response%20Results%20Brief.pdf>
- [69] Interview with G.M. Reza Sumon, Project Manager & Lead, Workforce Nutrition & Fresh Market at GAIN Bangladesh, GAIN, 2025.
- [70] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2024). Evaluation of the project "Support for Modelling, Planning and Policy for Dhaka Food System". Rome: FAO. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/19fd8bb8-78fe-4003-a28b-74847c9a242a/content>
- [71] Dhaka Tribune. (2023, May 22). DNCC plans to build wholesale markets following Beijing model. Dhaka Tribune. <https://www.dhakatribune.com/bangladesh/311846/dncc-plans-to-build-wholesale-markets-following>
- [72] Kabarole Research and Resource Centre (KRC) Uganda, Hivos, & Health Food Africa. (n.d.). The Fort Portal Food System Lab. <https://krcuganda.org/wp-content/uploads/The-Fort-Portal-Food-System-Lab.pdf>
- [73] Oteba, E. (2025, May 28). Coalition of the Willing, a consumer advocacy group championing sustainable food systems in Fort Portal City. Healthy Food Africa. <https://healthyfoodafrica.eu/blog/coalition-of-the-willing-a-consumer-advocacy-group-championing-sustainable-food-systems-in-fort-portal-city-and-kabarole-district/>
- [74] Bernard, B. (2021, February 3). Visioning sustainable production and consumption of nutritious food in Fort Portal. Healthy Food Africa. <https://healthyfoodafrica.eu/blog/visioning-sustainable-production-and-consumption-of-nutritious-food-in-fort-portal/>
- [75] Ethiopian Statistical Service (2023). Population Size of Towns by Sex, Region, Zone and Weredas: July 2023. <https://ess.gov.et/wp-content/uploads/2023/09/Population-Size-of-Towns-by-Sex-as-of-July-2023.pdf>

- [76] Sidama Region Culture and Tourism Bureau. (2021, June 15). The City of Hawassa. <https://visitsidama.travel/destination/the-city-of-hawassa/>
- [77] Garsow, A. V., Hagos, S., Swartz, H., Lambertini, E., Djimeu, E., & Fokou, C. (2022). Food Safety Attitudes and Practices in a traditional food market in Hawassa, Ethiopia: A Quantitative Formative Assessment. Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/Food-Safety-Attitudes-and-Practices-in-Hawassa-Ethiopia-Quantitative-Formative-Assessment.pdf>
- [78] Federal Democratic Republic of Ethiopia. (2018). Food and Nutrition Policy. <https://www.nipn.ephi.gov.et/sites/default/files/2020-05/Food%20and%20Nutrition%20Policy.pdf>
- [79] Ministry of Agriculture. (2024). National food safety and quality strategy for primary agricultural produces. Government of Ethiopia. https://www.moa.gov.et/food-and-nutrition-office/#flipbook-df_3859/1/
- [80] Global Alliance for Improved Nutrition. (2024). Leveraging Consumer Demand to Drive Food Safety Improvements in Traditional Markets – An Intervention Implementation Guide. A USAID Feed the Future EatSafe Report. <http://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/intervention-implementation-guide.pdf>
- [81] Siame, G., Chibamba, D., Nyanga, P. H., Mwalukanga, B., Mushili, B. M., Kabaghe, W., Membele, G., Nchito, W. S., Mulambia, P., & Ndhlovu, D. (2020). The formal-informal interface through the lens of urban food systems: The Soweto food market in Lusaka, Zambia. In N. Marrengane & S. Croese (Eds.), Reframing the urban challenge in Africa: Knowledge co-production from the South (pp. 18–41). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003008385-2/formal-informal-interface-lens-urban-food-systems-gilbert-siame-douty-chibamba-progress-nyanga-brenda-mwalukanga-beverly-musonda-mushili-wiza-kabaghe-garikai-membele-wilma-nchito-peter-mulambia-dorothy-ndhlovu>
- [82] AfriFOODlinks Project. (2024). <https://afrifoodlinks.org/>
- [83] Machakos Municipality – Machakos County Government. (n.d.). <https://machakos.go.ke/machakos-municipality-1/>
- [84] Kenya National Bureau of Statistics. (2015). Machakos County Statistical Abstract. <https://www.knbs.or.ke/reports/2015-county-statistical-abstracts-machakos/>
- [85] Questionnaire submitted by GAIN
- [86] Government of Kenya, Ministry of Health. (2018). The Kenya Nutrition Action Plan (KNAP) 2018 – 2022. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/ken212168.pdf>

- [87] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2023). Food System and Nutrition Governance Mandates and Policy Frameworks and Traditional Fresh Food Markets in Machakos, Kiambu, Nairobi and Nakuru Counties. Internal report: unpublished.
- [88] Machakos County Government. (2016). Machakos County Public Market and Stalls Act, 2016. <https://kenyalaw.org/kl/fileadmin/pdfdownloads/Acts/MachakosCountyPublicMarketandStallsAct2016.pdf>
- [89] Data México. (2025). Mérida: Economy, employment, equity, quality of life, education, health and public safety. Gobierno de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/en/profile/geo/merida>
- [90] OVIN Oficinas Virtuales. (2025). Economía de Yucatán | Datos Actuales 2025. <https://oficinasvirtualesmerida.com/economia-de-merida-yucatan/>
- [91] United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2025, March 11). Creative Cities Network: Mérida. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/merida>
- [92] Instituto Estatal de Acceso a la Información Pública Yucatán. Recurso de revisión 72/2024: Ayuntamiento de Mérida, Yucatán. <https://www.inaipyucatan.org.mx/Transparencia/Portals/0/pdf/recursosrevision/RR2024/722024.pdf>
- [93] Ayuntamiento de Mérida Yucatán. (2024). Circulo 47. <https://www.merida.gob.mx/circulo47/>
- [94] Ayuntamiento de Mérida Yucatán. (2024). Informes de la Administración 2024 - 2027. <https://www.merida.gob.mx/municipio/portal/gobierno/informes.php>
- [95] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Osasco. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/osasco>
- [96] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2025). Osasco. City Population. https://www.citypopulation.de/de/brazil/regiaosudeste/admin/s%C3%A3o_paulo/3534401_osasco/
- [97] Instituto Nacional de Estatística. (2023). Estatísticas do Distrito de Pemba, 2018 - 2022. <https://ine.gov.mz/web/guest/d/pemba-1>
- [98] Questionnaire submitted by GAIN
- [99] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2021). Policy Options Toolkit: Pemba, Mozambique. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-pemba-mozambique.pdf>

- [100] FAO, IFAD, UNICEF, WFP & WHO. (2023). The State of Food Security and Nutrition in the World 2023. Urbanization, agrifood systems transformation and healthy diets across the rural–urban continuum. FAO. <https://doi.org/10.4060/cc3017en>
- [101] WUWM - World Union of Wholesale Markets. (2025, February 19). WUWM. <https://wuwm.org/>
- [102] Conversation with Hamidullah Khan Babar, GAIN, 2024.
- [103] Questionnaire submitted by GAIN
- [104] Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). (2021) Keeping food markets working in Peshawar, Pakistan. Policy options toolkit. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-peshawar-pakistan.pdf>
- [105] Capital Metropolitan Government Peshawar. (n.d.). <https://cmgp.gkp.pk/>
- [106] Government of Khyber Pakhtunkhwa, Planning and Development Department. (2010). Comprehensive Development Strategy 2010-2017. <https://pndkp.gov.pk/2020/11/30/comprehensive-development-strategy-2010-2017/>
- [107] The Khyber Pakhtunkhwa Local Government (Amendment) Act, 2019 – PAKP. (2019, April 29). Provincial Assembly Khyber Pakhtunkhwa. <https://www.pakp.gov.pk/act/the-khyber-pakhtunkhwa-local-government-amendment-act-2019/>
- [108] Global Alliance for Improved Nutrition. (2021). COVID-19 Vendor Survey Factsheet: Markets, Peshawar, Pakistan. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/covid-19-vendor-survey-factsheet-markets-peshawar-pakistan.pdf>
- [109] United States Census Bureau (2020). Pittsburgh City, Pennsylvania. https://data.census.gov/profile/Pittsburgh_city,_Pennsylvania?g=160XX00US4261000
- [110] The City of Pittsburgh. (2025). CitiParks Farmers Market Vendor FAQs. <https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/parks/documents/2025-fm-vendor-info/2025-vendor-faq-sheet.pdf>
- [111] World Farmers Markets Coalition. (2019). Strengthening Pittsburgh’s Farmers Markets. https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/dcp/documents/5005_pittsburgh_fm_report_jan2019w_attachments.pdf
- [112] The City of Pittsburgh Department of City Planning. (2015). Pittsburgh Vacant Lot Toolkit. https://www.pittsburghpa.gov/files/assets/city/v/1/dcp/documents/1760_vltk_final_10-28-15.pdf

- [113] The City of Pittsburgh. (2025). City Planning Programs - Adopt-A-Lot. <https://www.pittsburghpa.gov/Business-Development/City-Planning/Planning-Programs/Adopt-A-Lot>
- [114] Grow Pittsburgh. (2025). Produce. <https://www.growpittsburgh.org/produce/>
- [115] World Population Review. (2025). Quezon City. <https://worldpopulationreview.com/cities/philippines/quezon-city>
- [116] Quezon City Government. (2025). About QC. <https://quezoncity.gov.ph/about-the-city-government/>
- [117] Quezon City Government. (2020). Economy. <https://quezoncity.gov.ph/about-the-city-government/economy/>
- [118] Quezon City Government. (2025). Joy of Urban Farming. <https://quezoncity.gov.ph/program/joy-of-urban-farming/>
- [119] Quezon City Government. (2024, August 25). 108 QC vendors complete country's first-ever vendor business school program. <https://quezoncity.gov.ph/108-qc-vendors-complete-countrys-first-ever-vendor-business-school-program/>
- [120] Macrotrends. (2025). Rawalpindi, Pakistan Metro Area Population (1950-2025). <https://www.macrotrends.net/global-metrics/cities/22054/rawalpindi/population>
- [121] The Urban Unit. (2023). Integrated Solid Waste Management Plan for Rawalpindi Region. <https://urbanunit.gov.pk/Download/publications/Files/20/2024/SWM.pdf>
- [122] Rawalpindi Development Authority. (2023). About Rawalpindi. <https://rda.gov.pk/rawalpindi/>
- [123] Mecca Times. (2025, March 20). Rawalpindi's New Kartarpura Food Street offers spacious, Family-Friendly dining. <https://meccatimes.com/rawalpindis-new-kartarpura-food-street-offers-spacious-family-friendly-dining/>
- [124] Global Alliance for Improved Nutrition. (2021). Policy options toolkit: Rawalpindi, Pakistan. <https://www.gainhealth.org/sites/default/files/publications/documents/policy-options-toolkit-rawalpindi-pakistan.pdf>
- [125] Population Census Data. (2022). Rourkela Urban Region Population 2011–2024. <https://www.census2011.co.in/census/metropolitan/226-raurkela.html>
- [126] Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP). (2023). Milan Pact Awards 2022. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/milan-pact-awards/milan-pact-awards-2022/>

- [127] Milan Urban Food Policy Pact (MUFPP). (2022). E-Cool Mandi: decentralised cold room run by women preventing vendor distress. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/projects/e-cool-mandi-decentralized-cold-room-run-by-women-preventing-vendor-distress/>
- [128] Koel Fresh Private Limited. (2022). Cold Storage Solutions. <https://koelfresh.in/cold-storage/>
- [129] Edusanjal. (2024). Sandhikharka. <https://edusanjal.com/local-level/sandhikharka/>
- [130] Nepal Structural Diary. (2021). Introduction to Arghakhanchi District. <https://nepalog.com/lumbini-province/arghakhanchi-district/introduction-to-arghakhanchi-district/>
- [131] Shrestha, J., Dhakal, S. C., Shrestha, A., Pradhan, S., & Adhikari, S. (2019). Economics of vegetable seed production in Arghakhanchi, Nepal. *Research & Reviews: Journal of Agricultural Science and Technology*, 8, 217. <https://sciencejournals.stmjournals.in/index.php/RRJoAST/article/view/2116>
- [132] Acharya, S., Banjade, M. R., Shrestha, A., & Pradhan, M. S. (2024). Strengthening women's economic empowerment: The post-COVID re-opening of the weekly market through participatory action research and deliberative forums in western Nepal. *New Angle Nepal Journal of Social Science and Public Policy*, 9(1), pp 18-28. <https://doi.org/10.53037/na.v9i1.103>
- [133] Southasia Institute of Advanced Studies. (2022). Co-producing a shock resilient business ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://crew.sias-southasia.org/>
- [134] Khanal, R., & Dhakal, S. C. (2020). Value chain analysis of cucumber in Arghakhanchi, Nepal. *Journal of Agriculture and Forestry University*, 4, 295–302. Agriculture and Forestry University. <https://old.afu.edu.np/sites/default/files/Value%20chain%20analysis%20of%20cucumber%20in%20Arghakhanchi,%20Nepal.pdf>
- [135] IDRC-CRDI. (2024). Co-producing a shock-resilient ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://idrc-crدي.ca/en/what-we-do/projects-we-support/project/co-producing-shock-resilient-ecosystem-women-led-enterprises>
- [136] GLOW Programme. (2025). Co-producing a shock resilient business ecosystem for women-led enterprises in Nepal. <https://glowprogramme.org/project/co-producing-shock-resilient-business-ecosystem-women-led-enterprises-nepal>
- [137] Gobierno de México. (2024). Informe Anual Sobre La Situación de Pobreza y Rezago Social 2024 - 24 San Luis Potosí. [Report]. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/889821/24028SanLuisPotosi2024.pdf>
- [138] San Luis Potosí Capital. (2025). Sitio Oficial. <https://sanluis.capital/>

- [139] Ayuntamiento de San Luis Potosi. (2024). Plan Municipal de Desarrollo 2024 - 2027. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotoSi/files/generales/PlanMunicipaldeDesarrollo2024.pdf>
- [140] Gobierno de México. (2022). Autorización, Regularización y Cambio de Giro Comercial del Arrendamiento de Locales en los Mercados Municipales. <https://www.catalogonacional.gob.mx/FichaTramite?traHomoclave=DDCOM-2022-8293-013-A>
- [141] Ayuntamiento de San Luis Potosi. (2025). Gacetas Municipales. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotoSi/GacetasMunicipales>
- [142] Noticias San Luis. (2025, May 11). De Corazón mi Casa dignificara viviendas en Los Arbolitos, anuncia Alcalde Galindo. <https://www.noticias-sanluis.com/2025/05/de-corazon-mi-casa-dignificara-viviendas-en-los-arbolitos-anuncia-alcalde-galindo/>
- [143] Ayuntamiento de San Luis Potosi. (2025). Gacetas Municipales. <https://sitio.sanluis.gob.mx/SanLuisPotoSi/GacetasMunicipales>
- [144] Torres, H. (2025, April 2). ¡Llega la Feria del Elote 2025 a SLP! Lugar, fechas y todo lo que encontrarás. San Luis El Universal. <https://sanluis.eluniversal.com.mx/metropoli/llega-la-feria-del-elote-2025-a-slp-lugar-fechas-y-todo-lo-que-encontraras/>
- [145] Seoul Metropolitan Government. (2025). Administrative Digest. Internal report: unpublished.
- [146] Seoul Metropolitan Government. (2025). Support policies for fostering vibrant and attractive traditional markets. https://news.seoul.go.kr/economy/tradition_biz_intro
- [147] Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco. (2024). Zapopan Diagnóstico Municipal. <https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2024/09/Zapopan.pdf>
- [148] Gobierno Municipal de Zapopan. (2010). Gobierno Municipal de Zapopan 2010-2012. <https://www.zapopan.gob.mx/wp-content/uploads/2011/06/City-Profile-Zapopan.pdf>
- [149] Data México. (2025). Zapopan: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública. Gobierno de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/zapopan>
- [150] Gobierno Municipal de Zapopan. (2018). Reglamento de Tianguis y Comercio en Espacios Públicos del Municipio de Zapopan, Jalisco. In Gaceta Municipal, Gaceta Municipal: Vol. XXV–XXV (Issue 71). <https://servicios.zapopan.gob.mx:8000/wwwportal/publicfiles/descargasEnlaces/07-2024/Reglamento%20de%20Tianguis%20y%20Comercio%20en%20Espacios%20P%C3%BAblicos.pdf>

- [151] Gobierno Municipal de Zapopan. (2025). Plan Municipal Desarrollo y Gobernanza 2024-2027. Gaceta Municipal: Vol. XXXII No.216. https://www.zapopan.gob.mx/wp-content/uploads/2025/06/Plan_Municipal_Development_and_Governance_2024_2027.pdf
- [152] Gobierno Municipal de Zapopan. (2024). Reglas de Operación del Programa “Comedores Comunitarios Zapopan”. Gaceta Municipal: Vol. XXXI No.22. https://servicios.zapopan.gob.mx:8000/wwwportal/publicfiles/2024-01/Gaceta%20Vol.%20XXXI%20No.%2022_opt.pdf
- [153] Gil-Castaldo, C. (2020, August 13). Zapopan promueve alimentación sostenible y salva animales. Igualdad Animal México. <https://igualdadanimal.mx/noticia/2020/08/11/zapopan-implementa-dietas-sostenibles-que-salvaran-miles-de-animales/>
- [154] Gobierno Municipal de Zapopan. (2022). Guía para evitar el desperdicio de alimentos. https://portal.zapopan.gob.mx/medioambiente/documentos/guia_evitar_desperdicio_alimentos.pdf

