

Etapa 2: Avaliar canais minimamente viáveis**Objetivo**

- Identificar os canais que cumprem os requisitos operacionais básicos para cada grupo populacional; descartar as opções de canais que não são atualmente viáveis.

Orientação

- As tabelas abaixo apresentam questões fundamentais para determinar se um canal deve ser excluído por não cumprir os requisitos operacionais mínimos.
- Tentar responder às questões relativas a cada canal, tendo em consideração, em conjunto, todos os grupos populacionais ou áreas geográficas enumerados na Etapa 1. Se os contextos geográficos ou do sistema de saúde diferirem substancialmente entre grupos, os utilizadores podem considerar a realização da Etapa 2 separadamente para cada grupo populacional. Analisar cada grupo populacional separadamente levará mais tempo, mas permitirá que os debates e as decisões sejam adaptados aos contextos específicos.
- Para cada canal, os utilizadores devem recolher e registar os valores dos indicadores-chave como parte de uma análise da situação, antes de responderem às questões sobre os requisitos mínimos. As tabelas de análise da situação devem ser preenchidas na medida do possível, tendo em consideração os dados disponíveis, num prazo razoável¹. Os resultados atualizados podem ajudar a decidir se um determinado canal deve ser incluído (a presente etapa) e identificar lacunas operacionais (Etapa 3). Registar os dados mais recentes e relevantes a nível local disponíveis e citar as fontes (p. ex., Inquérito Demográfico e de Saúde (DHS), Inquérito sobre Indicadores da Malária (MIS), sistema de informação de gestão em saúde (HMIS) de rotina, outros sistemas de dados governamentais, etc.).
- Os resultados resumidos podem mascarar variações importantes dentro dos ou entre grupos populacionais ou áreas geográficas a considerar. Os utilizadores devem rever os dados desagregados nos casos em que se saiba ou se suspeite da existência de diferenças significativas e ponderar de que forma as conclusões relativas ao desempenho e/ou à viabilidade de canais anteriores podem diferir entre estes subgrupos. Os debates e as conclusões devem ser documentados por uma questão de transparência. Em alguns casos, poderá ser necessário dividir ainda mais um grupo populacional ou geográfico definido na Etapa 1 em dois ou mais grupos, com base em diferenças significativas identificadas na análise da situação. Em alternativa, diferenças significativas entre subgrupos no que diz respeito ao desempenho de um canal existente podem levar a conclusões diferentes acerca da prontidão operacional (Etapa 3) e/ou das ações de acompanhamento aquando do desenvolvimento ou da revisão do plano de ação do canal (Etapa 5).
- À medida que preenche as tabelas de cada canal, deve preencher as colunas relativas aos canais de distribuição de MTI na matriz estratégica, indicando os canais que podem ser incluídos ou excluídos para um determinado grupo populacional, com base nas orientações fornecidas (p. ex., colocar um visto ou uma cruz em cada coluna para um determinado grupo populacional).

¹ Se o toolkit for utilizado para a revisão da estratégia ou dos canais, recomenda-se o preenchimento de todos os indicadores de análise da situação para os canais em análise, a fim de fornecer dados completos sobre o contexto e o desempenho histórico dos canais.

Resultados esperados

- Análise da situação concluída e tabelas de requisitos mínimos dos canais preenchidas
- Matriz estratégica revista com identificação dos canais viáveis
- Documentação de apoio relativa aos dados utilizados e aos debates realizados durante a Etapa 2

Etapa 2

Avaliar canais minimamente viáveis

Tentar responder às questões relativas a cada canal, tendo em consideração, em conjunto, todos os grupos populacionais ou áreas geográficas enumerados na Etapa 1. Se os contextos geográficos ou do sistema de saúde diferirem substancialmente entre grupos, os utilizadores podem considerar a realização da Etapa 2 separadamente para cada grupo populacional. Analisar cada grupo populacional separadamente levará mais tempo, mas permitirá que os debates e as decisões sejam adaptados aos contextos específicos.

Grupos populacionais ou TODOS	Nome do grupo populacional da Etapa 1 ou TODOS se forem considerados canais para todas as populações
----------------------------------	---

Análise da situação: Indicadores-chave do grupo populacional				
Resumo dos indicadores populacionais		Valor	Fonte	Ano
SA1	População do grupo-alvo (número)			
SA2	Tamanho médio do agregado familiar (número)			
SA3	População que vive em áreas urbanas (%)			
Estimativas sobre a utilização e o acesso a MTI		Valor	Fonte	Ano
SA4	Acesso a MTI ao nível da população (%)			
SA5	Utilização de MTI ao nível da população (%)			
SA6	Rácio utilização:acesso de MTI			
SA7	Utilização de MTI entre as mulheres grávidas (%)			
SA8	Percentagem de mulheres grávidas que dormiram sob um MTI na noite anterior, entre as mulheres grávidas em agregados familiares com pelo menos um MTI (%)			
SA9	Utilização de MTI entre crianças com menos de cinco anos (%)			
SA10	Percentagem de crianças com menos de cinco anos que dormiram sob um MTI na noite anterior, entre as crianças com menos de cinco anos em agregados familiares com pelo menos um MTI (%)			

Distribuição através de serviços de saúde de rotina				
Análise da situação		Valor	Fonte	Ano
RO1	Mulheres grávidas em percentagem da população (%)			
RO2	Crianças com menos de um ano em percentagem da população (%)			
RO3	Percentagem de agregados familiares que têm pelo menos uma mulher grávida (%)			
RO4	Percentagem de agregados familiares que têm pelo menos uma criança com menos de um ano (%)			
RO5	Cuidados pré-natais (1+ visitas) (%)			
RO6	Cobertura de vacinação da primeira dose da vacina contra o sarampo (MCV1) entre crianças com 1 ano de idade (%)			
RO7	Cobertura de vacinação da DPT3 entre crianças com 1 ano de idade (%)			
RO8a	A vacina contra a malária está a ser administrada a este grupo?			
RO8b	Cobertura de vacinação da primeira dose da vacina contra a malária entre crianças com 1 ano de idade (%)			

RO8c	Cobertura de vacinação da última dose da vacina contra a malária no grupo etário-alvo (%)			
RO9	Percentagem dos agregados familiares visados com ≥ 1 MTI provenientes da distribuição dos serviços de saúde de rotina (%) <i>Pode ser obtido através da análise secundária de dados de DHS, de MIS ou de outros inquéritos aos agregados familiares que incluam uma lista de MTI, acompanhada de dados de origem relativos a MTI</i>			
RO10	Cobertura administrativa de MTI para a distribuição de CPN (% , com base em dados de relatórios de rotina)			
RO11	Cobertura administrativa de MTI para a distribuição do PAV (% , com base em dados de relatórios de rotina ²)			

Requisitos mínimos do canal

Q1	A adesão aos CPN é razoável ou boa nas populações-alvo, tendo em consideração a percentagem de mulheres grávidas que concluem os CPN1 (consultar a análise da situação e a nota)?	SIM	Considerar a inclusão da distribuição de CPN na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> ● Critérios de elegibilidade ● Estratégia de atribuição 	Ir para Q2
		NÃO	Considerar a inclusão da distribuição de CPN na estratégia, mas ter em atenção a necessidade de reforçar a aceitação do serviço. Planear canais contínuos adicionais para assegurar a conclusão dos objetivos.	Ir para Q2
Q2	A adesão ao PAV é razoável ou boa nas populações-alvo, tendo em consideração a cobertura da MCV1, da MCV2 ou da última vacina contra a malária (a vacina-alvo e a elegibilidade podem variar; consultar a análise da situação e a nota)?	SIM	Considerar a inclusão da distribuição do PAV na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> ● Critérios de elegibilidade ● Estratégia de atribuição 	Ir para Q3
		NÃO	Considerar a inclusão da distribuição do PAV na estratégia, mas ter em atenção a necessidade de reforçar a aceitação do serviço. Planear canais contínuos adicionais para assegurar a conclusão dos objetivos.	Ir para Q3

Nota: Determinar se a aceitação é «razoável» ou «boa».

Não existem quaisquer orientações relativas a um limite de frequência em CPN e PAV acima ou abaixo do qual estes canais devam ser considerados. A OMS recomenda que «os CNP [e] os PAV... sejam considerados canais de distribuição contínua de MTI de alta prioridade nos países onde estes serviços são utilizados por uma grande parte da população em risco de contrair malária, como acontece em grande parte da África Subsaariana»³. As equipas devem debater a frequência da presença em serviços das instalações de saúde com os respetivos homólogos relevantes, a fim de avaliar se um determinado canal é suscetível de apresentar uma boa relação custo-eficácia para chegar diretamente a grupos mais vulneráveis. Devem também ser consideradas as variações a nível subnacional, tanto no que diz respeito aos níveis de frequência como à incidência da malária. Será necessário ter em consideração o alcance e a eficácia de outros canais na combinação de canais após as Etapas 2 e 3, o que poderá levar os utilizadores a rever uma decisão inicial.

Q3	Existem outros serviços prestados em instalações de saúde, relacionados ou não com a malária, que representem oportunidades de distribuição de MTI a esta população (consultar a nota)?	SIM	Considerar a inclusão de outras distribuições em instalações de saúde na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> ● Critérios de elegibilidade ● Estratégia de atribuição 	Ir para Q4
----	---	-----	--	------------

² Nota: Os dados de distribuição do PAV podem ser inferiores à distribuição real devido a limitações na recolha de dados. Em muitos contextos, o DHIS2 não dispõe de um campo dedicado aos MTI do PAV. Cruze esta informação com dados relativos a aquisições e rupturas de stock, quando disponíveis.

³ <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/4b3b8f78-2764-4159-ae2f-0b49dcb3b102/content>

		NÃO	Excluir outras distribuições em instalações de saúde da estratégia.	Ir para Q4
Nota: Outros serviços prestados em instalações de saúde São exemplos de outros grupos elegíveis as crianças com menos de cinco anos internadas em instalações de saúde com malária grave; prestadores de cuidados a crianças com menos de cinco anos, nas respetivas clínicas de SMI, no programa de GIDI ou noutros contactos de prestação de cuidados de saúde; pacientes ou prestadores de cuidados, após a conclusão do tratamento para a malária (grave); pessoas com VIH/SIDA que se inscrevam pela primeira vez numa clínica de prestação de cuidados e tratamento; outras populações vulneráveis, p. ex., populações móveis e migrantes, pessoas afetadas por catástrofes naturais, órfãos e idosos.				
Q4	Seria viável encarregar o pessoal das instalações de saúde da distribuição de MTI durante as atividades de proximidade destinadas a esta população? (p. ex., através do transporte dos MTI juntamente com os materiais de CPN/PAV ou com as equipas móveis de saúde e nutrição)	SIM	Considerar a inclusão da distribuição de proximidade na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Critérios de elegibilidade • Estratégia de atribuição 	Ir para Q5
		NÃO	Excluir atividades de proximidade da estratégia.	Ir para Q5
Q5	Os serviços de saúde de rotina podem continuar a funcionar de forma fiável durante conflitos armados, situações de insegurança, deslocação de populações e outros ambientes operacionais complexos (COE)?	SIM	Continuar a incluir as opções acima na estratégia. Considerar a adaptação dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP.	
		NÃO	Considerar a adaptação dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP.	

Distribuição através de campanhas em massa				
Análise da situação		Valor	Fonte	Ano
MC1	Percentagem dos agregados familiares visados com ≥ 1 MTI provenientes da última campanha em massa (%) <i>Pode ser obtido através da análise secundária de dados de DHS, de MIS ou de outros inquéritos aos agregados familiares que tenham recolhido dados adequados sobre os MTI</i>			
MC2	Percentagem da população em locais de difícil acesso ou inseguros (%)			
MC3	Percentagem da população que vive em áreas urbanas (%)			
Requisitos mínimos do canal				
Q6	As populações-alvo são suficientemente numerosas e coesas para justificar uma operação semelhante a uma campanha em massa (p. ex., as populações-alvo abrangem regiões ou distritos inteiros, ou abrangem acampamentos de refugiados na sua totalidade)?	SIM		Ir para Q7
		NÃO		Ir para Q7
Q7	Do ponto de vista operacional, é viável chegar à maioria dos agregados familiares dentro de um período de campanha definido, tendo em consideração a acessibilidade, a mobilidade da população e a segurança?	SIM		Ir para Q8
		NÃO	Excluir as campanhas em massa da estratégia e considerar canais alternativos.	Ir para o canal seguinte
Q8		SIM		Ir para Q9

	As evidências de campanhas anteriores mostram que os objetivos de cobertura e equidade foram alcançados para grupos populacionais e/ou contextos semelhantes?	NÃO	Rever as lições aprendidas com a campanha e avaliar a probabilidade de uma campanha futura mitigar ou superar os desafios anteriores.	Ir para Q9
Q9	Existem oportunidades para integrar a distribuição de MTI com outras intervenções que visem o mesmo grupo populacional (p. ex., SMC, vacinação contra a malária ou outras campanhas de saúde)?	SIM	Explorar as opções de integração caso sejam incluídas campanhas em massa como canal.	Ir para Q10
		NÃO	Manter campanhas em massa independentes na estratégia.	Ir para Q10
Q10	As populações-alvo seriam alcançadas de forma mais eficaz através de canais contínuos (de rotina, escolares, comunitários ou comerciais) do que através de uma campanha periódica?	SIM	Explorar a viabilidade de todos os canais viáveis (incluindo campanhas em massa) para orientar a decisão final sobre a combinação de canais.	Ir para Q11
		NÃO	Considerar a inclusão de campanhas em massa na estratégia.	Ir para Q11
Q11	As populações-alvo ou partes da área geográfica visada são afetadas por situações de insegurança armada, deslocação de populações ou inacessibilidade sazonal que possam limitar a viabilidade de uma campanha em massa?	SIM	No âmbito das orientações acima, considerar a inclusão de campanhas em massa na estratégia, com abordagens operacionais adaptadas a COE e com a respectiva implementação fora das épocas do ano que provocam constrangimentos.	
		NÃO	No âmbito das orientações acima, considerar a inclusão de campanhas em massa na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Áreas geográficas visadas • Critérios de elegibilidade • Estratégia de atribuição 	

Distribuição em escolas				
Análise da situação		Valor	Fonte	Ano
SB1	Matrícula bruta no ensino primário (% , desagregada por género e por região urbana/rural) <i>Número total de alunos matriculados num determinado nível de ensino, independentemente da idade, em percentagem da população no grupo etário oficial para esse nível de ensino</i>			
SB2	Matrícula bruta no ensino secundário (% , desagregada por género e por região urbana/rural)			
SB3	Frequência - ensino primário (% de matriculados, por tipo de escola e ano de escolaridade)			
SB4	Frequência - ensino secundário (% de matriculados, por tipo de escola e ano de escolaridade)			
SB5	Agregados familiares com crianças em idade de frequentar o ensino primário (%)			
SB6	Agregados familiares com crianças em idade de frequentar o ensino secundário (%)			
SB7	Percentagem dos agregados familiares elegíveis com ≥1 MTI provenientes da última distribuição em escolas (%) <i>Pode ser obtido através da análise secundária de dados de DHS, de MIS ou de outros inquéritos aos agregados familiares que tenham recolhido dados adequados sobre os MTI</i>			

SB8	Cobertura administrativa alcançada na última distribuição em escolas (% de MTI disponíveis que foram distribuídos, com base em dados de relatórios de rotina)				
Requisitos mínimos do canal					
Q12	A população-alvo é abrangida pela rede de ensino primário e/ou secundário (público, privado, internato e/ou religioso)?	SIM			Ir para Q13
		NÃO	Excluir a distribuição em escolas da estratégia e considerar canais alternativos.		Ir para o canal seguinte
Q13	O nível de frequência ou de matrículas no ensino primário e/ou secundário é considerado razoável a bom na área geográfica visada (consultar a análise da situação e a nota)?	SIM	Se o nível de matrículas for elevado, mas o nível de frequência for baixo, a atratividade dos MTI pode aumentar o nível de frequência, e o nível de matrículas sugere que o acesso às escolas continua a ser razoavelmente bom.		Ir para Q14
		NÃO	Excluir a distribuição em escolas da estratégia e considerar canais alternativos.		Ir para o canal seguinte
<p>Nota: Determinar se o nível de matrículas é «razoável» ou «bom».</p> <p>A prática sugere que, em zonas com baixos níveis de matrículas escolares (taxa média inferior a 50% nas turmas do ensino primário), é improvável que as escolas sejam opções com uma boa relação custo-eficácia ou equitativas. No entanto, se o alcance geográfico nas comunidades for bom, as escolas têm o potencial de desempenhar um papel como centros de distribuição para as comunidades (para além dos alunos matriculados). Em zonas com uma taxa média de matrículas entre 50% e 80%, a distribuição em escolas pode alcançar agregados familiares que não são alcançados por outros canais. No caso das escolas, é necessária uma análise contextual cuidadosa durante a Etapa 3, a prontidão operacional. Em zonas com uma elevada taxa de matrículas (taxa média superior a 80% nas turmas do ensino primário), as escolas podem constituir um canal altamente eficiente, com a capacidade de ajustar a dimensão do grupo-alvo em função do número de MTI necessário ou disponível. Estão disponíveis informações mais detalhadas no toolkit de SBD da AMP e no guia de distribuição de mosquiteiros tratados com inseticida de longa duração nas escolas: um breve guia baseado na experiência recente nos países.</p>					
Q14	Está razoavelmente confiante de que os dados de matrículas do Ministério da Educação (MdE) estão disponíveis e são suficientemente precisos para efeitos de planeamento?	SIM			Ir para Q15
		NÃO	Se a distribuição em escolas for incluída na estratégia, é importante ter em consideração a necessidade de reforçar os dados relativos às matrículas ou a comunicação de dados escolares. Um exercício de microquantificação independente pode servir de base para o planeamento inicial, caso haja recursos disponíveis, mas não deve substituir o reforço do sistema de dados.		Ir para Q15
Q15	As escolas que servem a população-alvo mantêm-se em funcionamento e acessíveis de forma consistente durante conflitos armados, situações de insegurança, deslocação de populações e outros ambientes operacionais complexos?	SIM	Considerar a inclusão da distribuição em escolas na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none">• Áreas geográficas visadas• Turmas-alvo• Estratégia de atribuição Rever as adaptações relevantes dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP.		

		NÃO	Considerar a adaptação dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP. Considerar a necessidade de implementação de canais complementares para abranger COE.	
--	--	-----	--	--

Distribuição comunitária				
Análise da situação		Valor	Fonte	Ano
CB1	Número estimado de profissionais de saúde comunitários (PSC) que prestam assistência às populações-alvo (ou que atuam nas áreas geográficas visadas)			
CB2	Percentagem de comunidades com PSC ativos (%)			
CB3	Relação entre PSC e agregados familiares <i>Pode ser utilizada a relação entre PSC e população no caso de o número de agregados familiares não ser conhecido ou ser difícil de estimar para este grupo populacional.</i>			
CB4	Alcance das organizações da sociedade civil (OSC) <i>O indicador varia em função da disponibilidade dos dados sobre as operações da OSC. O objetivo é registar o grau de cobertura e/ou a capacidade de implementação de OSC ou de outras estruturas comunitárias que possam potencialmente apoiar a distribuição comunitária.</i>			
CB5	Percentagem dos agregados familiares visados com ≥1 MTI provenientes da distribuição comunitária (%)			
CB6	Cobertura administrativa (% , com base em dados de relatórios de rotina)			
Requisitos mínimos do canal				
Q16	Existe uma rede de PSC operacional que preste assistência às populações ou atue nas áreas geográficas visadas?	SIM		Ir para Q17
		NÃO		Ir para Q17
Q17	Existem sistemas ou redes comunitárias que funcionem bem e sejam de confiança nas áreas geográficas visadas, com boas ligações comunitárias entre os grupos populacionais (p. ex., grupos religiosos, organizações da sociedade civil)?	SIM		Ir para VERIFICAÇÃO
		NÃO		Ir para VERIFICAÇÃO
VERIFICAÇÃO	Existe uma rede de PSC OU um sistema comunitário operacional? (Se Q16 = SIM OU Q17 = SIM)	SIM	Este é um requisito mínimo para a CBD.	Ir para Q18
		NÃO	Excluir a distribuição comunitária da estratégia.	Ir para o canal seguinte
Q18	Em que medida está confiante que os PSC e/ou outros agentes comunitários seriam capazes de gerir as atividades de distribuição de MTI e de elaboração de relatórios, em complemento às respetivas atividades atuais (consultar a nota 1)?	CONFIANTE		Ir para Q19
		NÃO CONFIANTE	Excluir a distribuição comunitária da estratégia.	Ir para o canal seguinte

Q19	Em que medida está confiante de que a rede de instalações de saúde e/ou as redes comunitárias seriam capazes de gerir a logística relativa a MTI, atribuindo-a aos PSC ou a outros agentes de distribuição comunitários (consultar a nota 2)?	CONFIANTE		Ir para Q20
		NÃO CONFIANTE	Excluir a distribuição comunitária da estratégia.	Ir para o canal seguinte
Q20	Em que medida está confiante de que o pessoal das instalações de saúde locais e supervisores de saúde distritais seriam capazes de supervisionar de forma fiável as atividades de distribuição comunitária (consultar a nota 2)?	CONFIANTE	Considerar a inclusão da distribuição comunitária na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Áreas geográficas visadas • Estratégias de atribuição 	Ir para Q21
		NÃO CONFIANTE	Excluir a distribuição comunitária da estratégia.	Ir para o canal seguinte

Nota 1: Atividades de distribuição de MTI e de elaboração de relatórios

Os modelos de distribuição comunitária podem ser altamente flexíveis, adaptando-se ao contexto em que operam. Por exemplo, a distribuição pode ser realizada através de um e-token e encaminhamento para um ponto de recolha fixo ou por entrega direta nos agregados familiares. Os PSC ou agentes comunitários podem desempenhar uma série de atividades, dependendo das respetivas responsabilidades atuais. No mínimo, espera-se que confirmem a elegibilidade, distribuam cupões/alternativas e/ou MTI e elaborem relatórios simples. Deve avaliar-se a capacidade do pessoal e a carga de trabalho, a fim de ter em consideração as implicações das atividades de elaboração de relatórios e de distribuição de MTI.

Nota 2: Logística e atividades de supervisão

Deve existir capacidade suficiente no sistema de saúde de rotina e/ou nas redes administrativas, comerciais ou comunitárias locais para desempenhar um papel de apoio, atuando como pontos de distribuição de MTI, providenciando transporte e supervisionando os agentes comunitários. É provável que as respostas às perguntas 16 e 17 sejam positivas no caso de os centros de saúde ou postos de saúde já prestarem serviços de proximidade à comunidade, ou no caso de as organizações da sociedade civil já estiverem ativas na promoção, desempenho e/ou monitorização de atividades de saúde ou de desenvolvimento (estas não têm necessariamente de estar relacionadas com a malária).

Q21	Os PSC e/ou outros agentes comunitários são capazes de trabalhar em segurança e de manter a comunicação durante conflitos armados, situações de insegurança, deslocação de populações e outros ambientes operacionais complexos?	SIM	Considerar a inclusão da distribuição comunitária na estratégia. Rever as adaptações relevantes dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP.	
		NÃO	Considerar a adaptação dos canais aos COE, conforme descrito nas Orientações operacionais para a distribuição de MTI em COE da AMP. Caso não seja possível garantir a segurança com base nas orientações, excluir a distribuição comunitária da estratégia.	

Setor comercial				
Análise da situação ⁴		Valor	Fonte	Ano
CO1	Percentagem de agregados familiares visados com ≥1 mosquiteiros provenientes do setor comercial (%) <i>Pode ser obtido através da análise secundária de dados de DHS, de MIS ou de outros inquéritos aos agregados familiares que tenham recolhido dados adequados sobre os MTI</i>			
CO2	Percentagem de agregados familiares visados que adquirem produtos para o controlo de mosquitos (espirais, difusores elétricos, pulverizadores, varetas de incenso, etc.) (%)			
CO3	Estimativa de disposição do consumidor para pagar por um MTI de tamanho padrão (moeda local)			
CO4	Volume e valor anual das vendas de produtos para o controlo de mosquitos em mercados-alvo			
CO5	Número de marcas de MTI pré-qualificadas registadas para venda grossista e a retalho no setor privado			
CO6	Disponibilidade de mosquiteiros no setor comercial nas lojas dos mercados-alvo (% dos pontos de venda a retalho)			
CO7	Disponibilidade de MTI no setor comercial nas lojas dos mercados-alvo (% dos pontos de venda a retalho)			
CO8	Custo médio dos MTI no setor comercial para um MTI de tamanho padrão (moeda local)			
CO9	Estimativa de disposição do consumidor para pagar por um MTI de tamanho padrão (moeda local)			
Requisitos mínimos do canal				
Q22	Parte da população-alvo estará disposta e terá condições para pagar pelos MTI?	SIM		Ir para Q23
		NÃO	Excluir o setor comercial da estratégia.	Fim
Q23	Há um mercado comercial para produtos de controlo vetorial que possa ser apoiado para expandir e vender MTI?	SIM	Considerar a inclusão do setor comercial como canal na estratégia. Serão necessárias decisões sobre: <ul style="list-style-type: none"> Tipos de abordagens comerciais, tendo em consideração a equidade – p. ex., marketing social, incluindo a recuperação total e/ou parcial dos custos; facilitação do mercado; exploração da produção local Recursos necessários para cobrir os custos de coordenação, comunicação, arranque, etc. Quadro regulamentar e requisitos para o registo de produtos Custos e gestão financeira 	Fim
		NÃO		Ir para Q24
Q24	Existe um mercado comercial para outros produtos com	SIM	Considerar a inclusão do setor comercial como canal na estratégia.	Fim

⁴ Os dados relativos às vendas de mosquiteiros do setor privado e de MTI podem não estar disponíveis ou ser escassos, especialmente em contextos nos quais as vendas do setor comercial nunca tenham sido exploradas ou monitorizadas. As informações necessárias para preencher o CO1 podem ser obtidas junto da autoridade reguladora responsável por produtos químicos e inseticidas. Se os dados de inquéritos existentes não estiverem disponíveis, é possível recolher informações de referência sobre o CO2 e o CO4 através de inquéritos de âmbito reduzido realizados nos principais mercados formais e informais de zonas urbanas. Os programas de controlo da malária que pretendam explorar o setor comercial de MTI devem planear a realização de um inquérito formal de referência sobre o mercado e os consumidores, caso esta informação ainda não exista.

	potencial para ser apoiado e preparado para a distribuição de MTI?		<p>Será necessário apoio para preparar o mercado (p. ex., mediação de negócios, apoio à importação, assistência técnica à comercialização e subsidiação de preços), e o retorno do investimento desta abordagem terá de ser ponderado em relação à alocação de recursos a outros canais.</p> <p>Serão necessárias decisões sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de envolvimento do setor privado para promover o plano e gerar procura ● Tipos de abordagens comerciais, tendo em consideração a equidade – p. ex., marketing social, incluindo a recuperação total e/ou parcial dos custos; facilitação do mercado; exploração da produção local ● Recursos necessários para cobrir os custos de coordenação, comunicação, arranque, etc. ● Quadro regulamentar e requisitos para o registo de produtos ● Custos e gestão financeira 	
		NÃO	Excluir o setor comercial da estratégia.	Fim