



Partnerships for
Forests

Conexus:

desbloqueando
exportações de
produtos florestais
não madeireiros
brasileiros

Outubro de 2022



Resumo

Este estudo de caso compartilha as descobertas de um projeto apoiado pelo Partnerships for Forests (P4F) no Brasil, destinado a facilitar o acesso a mercados estrangeiros para pequenas e médias empresas (PMEs) rurais e florestais, principalmente de propriedade ou lideradas por mulheres e comunidades tradicionais. Este projeto de capacitação se baseou no Programa de Facilitação do Comércio no Brasil, que promove as exportações de micro, pequenas e médias empresas brasileiras.

Para entender melhor as cadeias de valor dos produtos florestais não madeireiros (PFNM) no Brasil, e investigar formas de promover seu acesso aos mercados de exportação, o P4F fez parceria com:

- **Conexsus:** organização sem fins lucrativos que atua na ativação de negócios de base comunitária e de impacto socioambiental;
- **Bio Fairtrade, Imaflo e Schneider & Associados:** organizações com experiência em exportação e gestão comunitária;
- **Teçá Impacto:** empresa de inteligência com foco em impacto socioambiental;
- **Programa de Facilitação do Comércio do Brasil (BTF):** um programa que aborda os desafios de exportação das micro, pequenas e médias empresas.

Como resultado do apoio prestado pela Conexsus, 7 (sete) PMEs começaram a exportar PFNMs. Depois de participar das oficinas, 1 (uma) dessas PMEs desenvolveu uma descrição de cargo com foco feminino para uma vaga de emprego, auxiliada pelo arranjo institucional do P4F, em apoio à igualdade de gênero e inclusão social (GESI).

¹ Según la Unión Europea, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se determinan por la cantidad de personal y por los límites financieros de la siguiente manera: 1. Microempresas, empresas pequeñas y empresas medianas (PYMES): empresas que emplean menos de 250 personas y cuyo volumen anual de negocios no supera los 50 millones de euros, y/o tienen un balance general anual que no supera los 43 millones de euros. 2. Dentro de la categoría PYME, una pequeña empresa se define como una empresa que emplea menos de 50 personas y cuyo volumen anual de negocios y/o el balance general anual no supera los 10 millones de euros. 3. Dentro de la categoría PYME, una microempresa se define como una empresa que emplea menos de 10 personas y cuyo volumen anual de negocios y/o el balance general anual no supera los 2 millones de euros" (UE).

Introdução

Em 2019, os PFNMs no Brasil geraram um valor de produção inferior a 270 milhões de libras esterlinas, um aumento de 2,3% em relação a 2018 (IBGE). Apesar de sua importância para a subsistência e a economia, os PFNMs contribuíram com apenas 2,7% do valor total da produção da silvicultura (cuidado e cultivo de florestas) no país (IBGE). Para ajudar a resolver isso, o P4F apoiou a Conexsus para entender melhor as cadeias de valor dos PFNM no Brasil, e investigar maneiras de promover seu acesso aos mercados de exportação.

Um estudo de 2018 descobriu que as 1.040 empresas comunitárias de sociobiodiversidade mapeadas geraram uma receita líquida anual de mais de duzentos milhões de libras esterlinas (Conexsus). Essas empresas englobam cadeias de valor relacionadas a alimentos saudáveis e sustentáveis, agrofloresta e sociobiodiversidade, abrangendo mais de cem mil funcionários ou membros de cooperativas.

No entanto, 71% destas empresas declararam um rendimento anual de pouco mais de duzentas mil libras esterlinas, e mais de metade não vendeu a mercados privados. As empresas relataram dificuldades em acessar mercados locais e barreiras ainda maiores quando se trata de exportação. Paradoxalmente, o estudo também indicou que isso ocorreu em um momento em que os mercados consumidores globais estão cada vez mais buscando bens sustentáveis, orgânicos e saudáveis.

A falta de certificação nas cadeias de suprimentos brasileiras de PFNM é um fator limitante para que esses produtos acessem os mercados internacionais mais rigorosos, tanto por exigências obrigatórias quanto por nichos e mercados

premium, comumente associados a esses tipos de produtos. Outros gargalos na ligação entre empresas comunitárias e compradores internacionais estão relacionados a padrões de qualidade, volume, frequência, logística, rastreabilidade e falta de indicadores de impacto.

Este projeto também visou abordar a injustiça socioambiental decorrente do impacto desigual das mudanças climáticas. Esses impactos afetam principalmente populações vulneráveis, como comunidades pobres e tradicionais e, dentro delas, especificamente as mulheres. Em resposta, este projeto se concentra particularmente em promover a GESI entre as PMEs participantes.

PFNM | Produtos Florestais Não Madeireiros

Enquadrando-se no termo guarda-chuva "PFNM", o governo brasileiro define produtos sociobiodiversos como "bens e serviços (produtos finais, produtos primários ou benefícios) gerados a partir de recursos da biodiversidade, visando desenvolver cadeias de produção de interesse dos povos e comunidades tradicionais e dos agricultores familiares, que promovam a manutenção e valorizem suas práticas e conhecimentos, garantindo direitos que delas decorrem, gerando renda e promovendo melhoria na qualidade de vida e do meio ambiente onde vivem" (BRASIL).



Photo: Fred Mauro

“A Igualdade de Gênero trata de abordar as desigualdades e transformar a distribuição de oportunidades, escolhas e recursos disponíveis para mulheres e indivíduos não binários, de modo que tenham o mesmo poder de moldar suas vidas e participar do processo, aumentando assim a igualdade entre pessoas de todos os gêneros. Inclusão Social refere-se ao processo de melhoria dos termos para que indivíduos e grupos participem da sociedade e ao processo de melhoria da capacidade, oportunidade e dignidade das pessoas desfavorecidas e historicamente excluídas da tomada de decisões e esferas de influência com base em sua identidade para participar da sociedade” (UK Pact).

Ao abordar questões de gênero, diversidade e inclusão, o projeto busca promover a equidade no acesso às oportunidades e condições de vida para homens, mulheres e pessoas não binárias; aumentar a diversidade de etnias, cores de pele, traços, origens ancestrais e sociais no ambiente de trabalho e na tomada de decisão; incluir pessoas com deficiência; e acabar com todos os tipos de discriminação (gênero, cor, orientação sexual, posições políticas, etc.). (Teçá).



Quais problemas o projeto buscou abordar?

Apesar do seu potencial para apoiar meios de subsistência, as PME rurais e florestais enfrentam desafios significativos para acessar mercados estrangeiros. Algumas das barreiras incluem:

- > **Dificuldades em formalizar cooperativas devido a uma lacuna de conhecimento em relação a procedimentos burocráticos;**
- > **Incapacidade de atender à demanda por grandes volumes, um problema comum para PFNMs e produtos de extrativismo produzidos pelas PMEs;**
- > **A presença de intermediários impactando o preço final do produto, uma vez que essas vendas são geralmente informais, fortemente sujeitas às flutuações do mercado e desvantajosas para os trabalhadores rurais;**
- > **Esquemas de pagamento diretamente ligados à colheita de produtos que não fornecem assistência financeira para capital de giro que possa garantir que cooperativas e associações possam pagar trabalhadores rurais antecipadamente pela produção;**
- > **A falta de compreensão dos padrões de regulamentação internacional e benefícios, como preços premium, que pode despriorizar o acesso a mercados internacionais como uma estratégia de expansão para cooperativas;**
- > **Adoção limitada de protocolos de rastreabilidade e certificação que poderiam ser um importante ativo para aumentar a competitividade devido aos altos custos ou à falta de interesse do mercado interno;**
- > **A incerteza nas taxas de câmbio, que pode comprometer os retornos esperados e desencorajar as cooperativas de acessar mercados internacionais.**

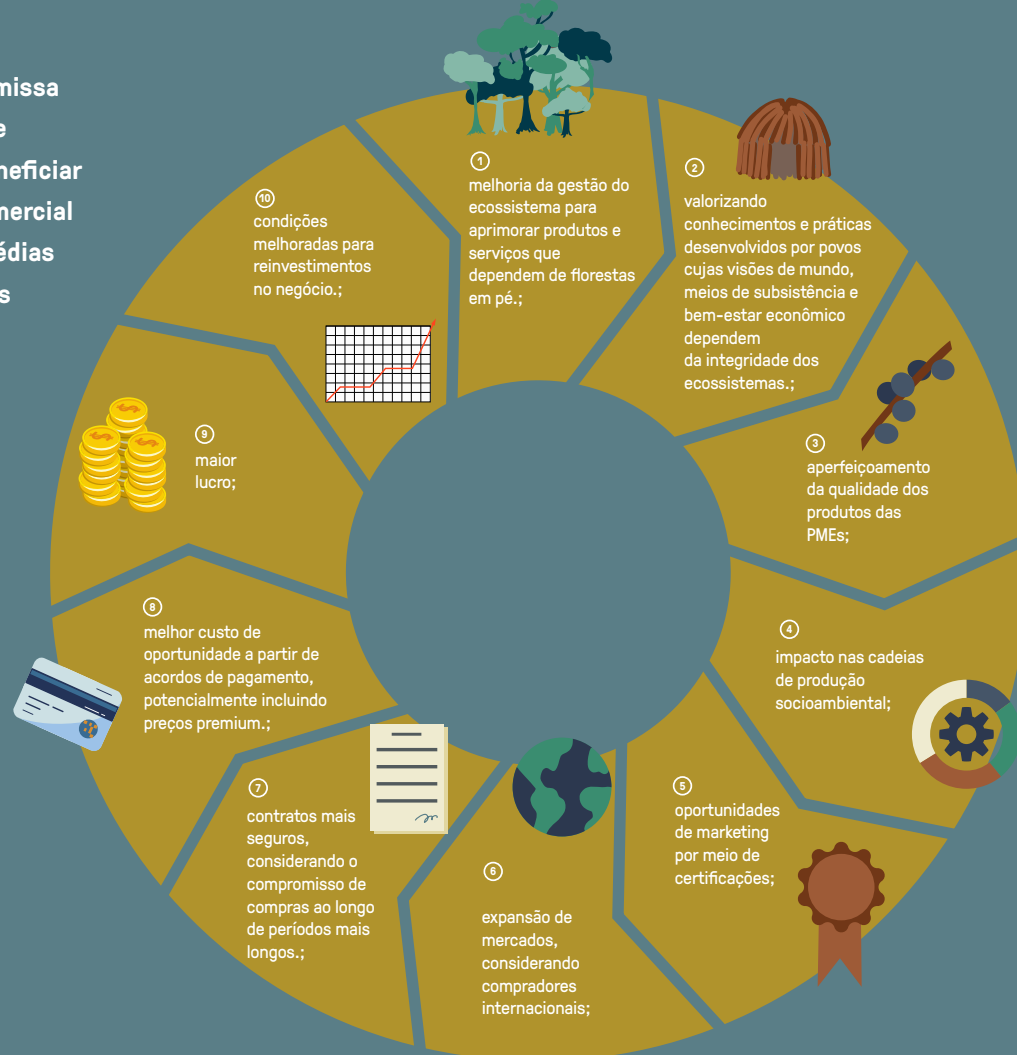
Além dessas barreiras, as cadeias de valor enfrentam desafios em relação à equidade, pois muitos de seus trabalhadores são mulheres e membros de comunidades tradicionais que muitas vezes não recebem salários e oportunidades iguais. Embora esses grupos sociais desempenhem papéis importantes nessas cadeias de valor e nas próprias organizações, nem sempre são identificados, reconhecidos ou recompensados de forma justa.

"Um aspecto muito importante da cooperativa é a valorização do trabalho das pessoas da floresta. Procuramos sempre pagar um preço justo. Não chegamos nas comunidades para explorá-las, queremos pagar preços justos, e a cooperativa está tentando melhorar [os preços] a cada ano. Hoje no mercado ninguém paga o que nós pagamos. Pagamos o dobro do preço que outros compradores cooperativos pagam. É um processo justo para todos. "

Luzirene Lustosa, Presidente da COOPAVAM



O projeto operou com a premissa de que pessoas, empresas e ecossistemas podem se beneficiar do apoio institucional e comercial fornecido às pequenas e médias empresas rurais e florestais que desejam acessar mercados internacionais e como isso pode levar a mudanças sistêmicas.



Desbloquear exportações de PFNMs brasileiros

Trabalhando juntos, Conexsus, Bio Fairtrade, Imafloira, Schneider & Associados e Teçá Impacto apoiaram cerca de 50 PMEs para começar a exportar PFNMs, com foco específico na fortalecimento da GESI em suas operações. Para melhor equipar as PMEs para exportação, o projeto foi estruturado em torno de duas coortes.

A coorte 1 era composta por quatro empresas de baru e castanha-do-pará que já haviam começado a exportar, ou estavam planejando fazê-lo em um futuro próximo, categorizadas como tendo níveis mais elevados de maturidade organizacional:

- 1) COOPAVAM, em Juruena, Mato Grosso;
- 2) COOBÂ-Y em Tucumã, Pará;
- 3) Central do Cerrado, no Distrito Federal, Brasília; e
- 4) COOPCERRADO EM GOIÂNIA, GOIÁS.

Juntas, elas empregam 32.500 trabalhadores, geram R\$ 12 milhões por ano (aproximadamente GBP 2 milhões) e são responsáveis pelo manejo sustentável de 4,1 milhões de hectares (ha) de floresta. Duas dessas quatro organizações são lideradas por mulheres.

A Conexsus ofereceu treinamento e mentoria para essas quatro empresas da coorte 1 desenvolverem e iniciarem a implementação de planos de ação, buscando o principal resultado de assegurar novos contratos de compra com compradores internacionais. As empresas participaram de mentorias diárias aprofundadas para: avaliar o nível de maturidade de exportação; identificar prioridades; desenvolver e validar um plano de trabalho; avaliar mercados internacionais; desenvolver um plano de exportação; implementar o plano de exportação; e estabelecer contato com compradores internacionais para testes. A consultoria também apoiou a obtenção de licenças para exportação, certificação (por exemplo, orgânico e de comércio justo), preços e acesso a financiamento para melhorar a capacidade, as operações e a certificação.

Os workshops de capacitação para as 43 empresas da coorte 2 se concentraram na melhoria do produto, embalagem e marketing. Essas PMEs tinham diferentes tamanhos, cadeias de suprimento e níveis de maturidade. Das 43 empresas, 27,5% são lideradas por mulheres, 72,5% são lideradas por pessoas que se autoidentificam como pretas ou pardas e 5% são lideradas por indígenas, e quase 30% dos 13.944 membros que elas representam são mulheres. Dezesseis destas empresas tinham experiência anterior com exportação, duas estavam negociando para exportar, treze nunca haviam exportado e nove estavam inativas. Além disso, a Conexsus selecionou quinze PMEs dessa coorte para incubar e iniciar a implementação de planos de ação, em processo semelhante ao realizado com a coorte 1. Todas as organizações da coorte 2 foram treinadas em exportação e GESI.

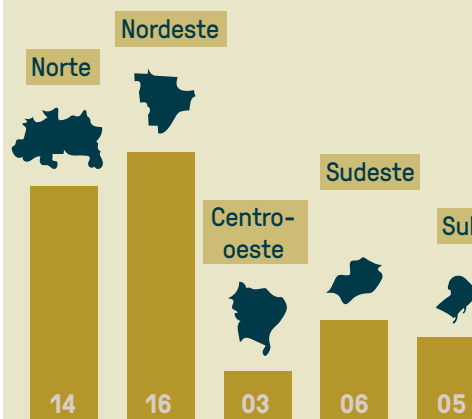
Sete cooperativas da coorte 2 foram apoiadas para exportar com sucesso os PFNMs: ASPAG (Ginseng), COOPEMAPI (mel de aroeira), Amoreri (babaçu), COOPONTAL (manga), AMAFPA (pequi), Atix (mel) e Comaru (castanha). Entrevistas realizadas com representantes da COOPONTAL, ASPAG, COOPEMAPI e Amoreri demonstram o impacto direto que o projeto teve em sua capacidade de exportar. A COOPONTAL, cujo mercado de manga foi fortemente impactado durante a pandemia, agora fez parceria com o Sebrae e a Global Gap para obter certificação e embalagem para exportação. A ASPAG teve dificuldades em competir com o mercado nacional, e agora está tentando acessar o mercado português com o apoio do Sebrae. O representante da COOPEMAPI compartilhou que a Conexsus os apoiou na organização de seus fluxos de exportação, que alcançaram a marca de 15 toneladas de mel exportadas para a Bélgica em 2022.

Organizações

26 cooperativas
15 associações
03 empresas



Localização por região



Número de participantes



Menos que 100
Entre 100 e 500
Mais que 500



Algumas cooperativas já estavam em discussão com compradores internacionais em potencial, mas os workshops aumentaram sua capacidade para completar processos adicionais, como contratar consultores para traduzir certificações e ajudar na comunicação com investidores. Luzirene Lustosa, Presidente da COOPAVAM, declarou que "a capacitação nos mostrou como organizar nosso negócio". As sessões de mentoria organizacional permitiram que as empresas identificassem seus principais desafios e desenvolvessem planos de ação para enfrentá-los com o apoio da Conexsus. A visão é de que isso permitirá que as empresas continuem progredindo para exportar e alcançar mais compradores, tornando-se economicamente sustentáveis.

O projeto desbloqueou uma cadeia de valor internacional para os PFNMs brasileiros, e garantiu que o impacto beneficiasse significativamente grupos sub-representados, particularmente mulheres. De acordo com as PMEs participantes, o principal apoio da Conexsus foi o fornecimento de uma lista de verificação com procedimentos de exportação, permitindo a identificação de mercados internacionais e o desenvolvimento de estratégias de marketing e processos de certificação internacionais.



Mel



Castanhas



Guaraná



Café



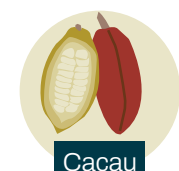
Artesanato



Óleo e manteigas



Laranja e outras frutas



Cacau



Peixe



Produtos processados¹

¹ polpas, farinhas, compotas e geléias

Para mim, a parte mais importante [da capacitação] foi aprender sobre toda a cadeia relacionada à exportação, aprender sobre todos os procedimentos legais e burocráticos e os aspectos organizacionais da cooperativa

Representante da Cooperativa RECA

O que mais nos chamou a atenção foi a necessidade de marketing para os mercados internacionais. É um desafio para nós aqui na COOPERCUC e as evidências trazidas através dos workshops de capacitação reforçaram a necessidade de atualizar nossos processos."

Representante da Coopercuc

A Conexsus também ofereceu crédito anual à COOPAVAM, o que levou ao aumento de acesso ao mercado internacional, já que a cooperativa já havia exportado antes.

O empréstimo que eles nos fornecem todos os anos com taxas de juros muito baixas nos ajudou a crescer de forma muito significativa. Eles nos ajudaram a aumentar o volume de castanhas compradas graças ao acesso a esse crédito, que nos permite pagar os colhedores antecipadamente. É o melhor crédito, eles são os melhores parceiros para nós. O Fundo Rotativo é uma garantia de que teremos recursos para comprar castanhas. No ano passado, compramos 370 toneladas. Este ano compramos 470 toneladas. Todo ano há um crescimento significativo. Este é o terceiro ano em que acessamos esse fundo.

Luzirene Lustosa, Presidente da COOPAVAM



Integrar os valores da GESI na gestão das PMEs

O foco principal do projeto era garantir que o acesso aos mercados de exportação beneficiasse os grupos mais vulneráveis e sub-representados, fornecendo uma perspectiva de GESI às PMEs participantes. Ferramentas de treinamento e práticas apoiaram a integração da GESI em PMEs e o projeto trabalhou com compradores internacionais para aumentar o seu entendimento e a demanda por produtos e serviços que apoiam a GESI.

É importante mencionar o potencial da sociobioeconomia para a manutenção de florestas em pé e também para a manutenção de meios de subsistência tradicionais para contribuir para uma vida com dignidade dos produtores e pessoas que vivem da floresta, aqueles que produzem nossos alimentos saudáveis. A articulação com redes internacionais de comércio justo é fundamental para aproveitar o potencial destes produtos sociobio no mercado internacional.

Fabiana Munhoz, Gerente de Acesso ao Mercado, Conexsus



Um plano de trabalho inicial de GESI foi desenvolvido por especialistas em GESI do Programa de Facilitação do Comércio do Brasil, durante o início do projeto, para abordar três frentes: a) mapear a oferta e a demanda por produtos de sociobiodiversidade produzidos por empresas afro-brasileiras e indígenas lideradas por mulheres e sensibilizar

os atores do mercado, b) construir a capacidade das PMEs lideradas por/de propriedade de grupos de mulheres, afro-brasileiros e grupos indígenas e c) fortalecer a promoção de produtos de sociobiodiversidade produzidos por grupos de mulheres, afro-brasileiros e indígenas. O P4F orientou as atividades de GESI durante todo o projeto, que incluíram workshops de capacitação on-line e o trabalho com as PMEs para analisar documentos relevantes com base em uma perspectiva de GESI. A partir deste trabalho, a Teçá desenvolveu um kit de ferramentas de GESI para apoiar o desenvolvimento de processos corporativos de gestão, comunicação e exportação que promovem a diversidade, a inclusão de gênero e social nas estratégias organizacionais das PMEs. O kit de ferramentas inclui:

- **Uma metodologia prática** com formulários e avaliações para aumentar a participação de grupos de mulheres e marginalizados nas organizações e cadeias de valor das PMEs;
- **Uma tabela de dados desagregada** para ajudar as PMEs a entender o gênero e a etnia dos membros dos diferentes níveis dos processos de tomada de decisão;
- **Uma Matriz de Gênero e Inclusão para avaliar os perfis de gênero e inclusão dos fornecedores.**

Aprendemos muito trabalhando com a Conexsus no monitoramento das planilhas e no planejamento em conjunto.

Luzirene Lustosa, Presidente da COOPAVAM

Os kits de ferramentas ajudaram as PMEs a desagregar dados e a compreender e comunicar melhor suas contribuições, para melhorar os meios de subsistência econômica das mulheres, dos indígenas e de outros grupos étnicos. Além disso, a COOPAVAM, que participou da coorte 1, desenvolveu um processo de contratação focado em mulheres para uma vaga aberta depois de aplicar o kit de ferramentas de GESI à sua própria estrutura organizacional. A Teçá apoiou o desenvolvimento da descrição do trabalho, identificando os pré-requisitos para o cargo.

Eles nos ajudaram a escrever a descrição do trabalho e a divulgá-la. Ainda estamos procurando aquela pessoa que ainda não conseguimos encontrar neste ano, mas o processo de projetar este documento juntamente com a Conexsus foi muito útil e inspirador. Foi uma experiência de aprendizado porque não teríamos conseguido fazer isso por conta própria.

Luzirene Lustosa, Presidente da COOPAVAM

Para melhor entender a demanda por bens e serviços suportados pela GESI, a Teçá realizou entrevistas com representantes de três compradores europeus em potencial: Solidar'Monde, Artisans du Monde e Unitrix/Déco Brésil. Os entrevistados deixaram claro que a GESI não é atualmente um fator de diferenciação de produtos, mas que pode ser uma camada de marketing a ser explorada no futuro. Para apoiar tal ponto, há a necessidade de entender se a GESI não é importante para os compradores porque não é relevante para os consumidores ou porque a narrativa de mercado da GESI não foi suficientemente explorada para produzir uma demanda significativa dos consumidores.

Esse diagnóstico inspirou a criação de uma metodologia para a CoopCerrado estabelecer um Selo de Sociobiodiversidade das Mulheres. O selo oferecerá uma garantia participativa que acompanha a igualdade de gênero em relação à unidade de produção familiar e organização comunitária, valorizando a origem do produto e comunicando a relação entre mulheres agroextrativistas e produtos/territórios.

O selo é baseado em seis métricas que podem ser aplicadas a trabalhadores, unidades familiares, produtores e grupos de produtores, fornecedores de insumos, associações e cooperativas:



1) ser feito por mulheres;



2) bem-estar social;



3) participação e tomada de decisão;



4) acesso a recursos;



5) sustentabilidade;



6) acesso às políticas públicas.



Durante a mentoria, uma das organizações da coorte 1, a COOPCERRADO, identificou uma oportunidade [de explorar ainda mais os componentes de GESI]. Com o apoio do P4F, trabalhamos com eles para desenvolver uma narrativa e um documento conceitual, incluindo um orçamento de 2 a 3 anos para a implementação do Selo de Sociobiodiversidade das Mulheres

Marcela Carter, Directora da Teçá

Adaptar a plataforma Negócios pela Terra às necessidades das PMEs rurais e florestais

Usando o aprendizado da fase de capacitação, a Conexsus e seus parceiros desenvolveram a Negócios pela Terra (NpT). A plataforma virtual oferecerá às PMEs um apoio contínuo nas áreas identificadas como mais importantes durante o projeto.

A Conexsus está atualmente atualizando a NpT para incorporar outros serviços essenciais identificados durante os workshops, o que fortalecerá ainda mais a ponte entre as PMEs florestais e rurais e os mercados internacionais, garantindo também a viabilidade comercial da plataforma.

Atualmente, a plataforma oferece:



Acceso à Conect@:

Comunidade virtual de aprendizagem da Conexsus com informações e tutoriais sobre a plataforma NpT e acesso a dados sobre o mercado de PFM no Brasil;



Uma ferramenta para o registo de produtos de acordo com as normas da Organização Mundial do Comércio;



Ferramenta de Gestão de Avaliação de Prontidão para Exportação, que avalia o nível de maturidade organizacional, fornecendo um link direto para a ferramenta de avaliação de prontidão para exportação do Governo Brasileiro (PNCE);



Conexão com provedores de serviços e produtos, dependendo dos perfis das organizações





Como as partes interessadas contribuíram?

O P4F

forneceu financiamento, gestão e coordenação de projetos, assistência técnica, monitoria, avaliação de especialistas e consultoria jurídica para desbloquear a exportação de castanhas de baru do Brasil para a UE e o Reino Unido.

El Programa de Facilitação do Comércio do Brasil

colaborou com o P4F na gestão e coordenação do projeto, e ofereceu conhecimentos técnicos relacionados à exportação para o desenvolvimento do plano de trabalho do projeto. A experiência de igualdade de gênero e inclusão social do Programa também contribuiu para o plano de ação de GESI do projeto.

Conexsus, Bio Fairtrade, Imaflora, Schneider & Associados e BTFP

ajudaram a: identificar as PMEs adequadas para participar; enfrentar os processos organizacionais e os gargalos relacionados com a exportação; desenvolver caminhos claros para a exportação; capacitar as PMEs para exportação; e identificar e desenvolver serviços de exportação para apoiar outras PMEs rurais e florestais no Brasil para fortalecer suas jornadas de exportação.

A Teçá

desenvolveu e ofereceu ferramentas e apoiou a implementação dos processos de GESI dentro das empresas e suas cadeias de valor.

As PMEs

de ambas as coortes se comprometeram a participar das atividades de capacitação que resultaram na elaboração de planos de ação por algumas PMEs e outras identificando gargalos nas vendas, processos e marketing de exportação que precisam resolver antes de acessar os mercados internacionais.



Lições aprendidas

Este projeto testou com sucesso metodologias de capacitação que promovem o acesso das PMEs rurais e florestais aos mercados de exportação e apoiam as organizações a crescer de forma focada na GESI. Os aprendizados que podem ser relevantes para projetos similares são os seguintes.

Desenvolver a capacidade de exportação:

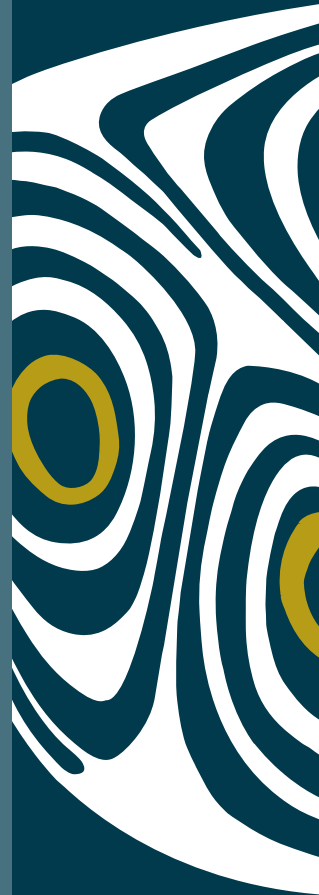
- As PMEs rurais e florestais precisam de assistência externa e consultoria para desenvolver sua capacidade de exportação;
- Mecanismos inovadores para acesso ao capital, proporcionando redução no risco associado a pedidos de compra, devem ser disponibilizados;
- A NpT e outras plataformas para PMEs rurais e florestais devem oferecer acesso ao crédito;
- As PMEs devem investir em versões em inglês dos materiais de marketing corporativos para facilitar a comunicação com possíveis clientes internacionais.

Desenvolver a equidade de gênero

- Considerações de gênero e equidade podem ser novas para as PMEs, portanto, é importante desenvolver capacidades para líderes ou mentores da comunidade para promover os valores da GESI;
- É importante investigar como um mercado para bens e serviços apoiados pela GESI pode ser desenvolvido. Um excelente piloto para isso será a implementação do Selo de Sociobiodiversidade das Mulheres.

Entregar o projeto:

- Ferramentas simples de monitoramento e avaliação de impacto que se alinham com compromissos de sustentabilidade e levam em conta as barreiras de comunicação e conectividade enfrentadas pelas PMEs precisam ser desenvolvidas;
- A comunicação, o planejamento e os kits de ferramentas devem levar em conta o contexto das PMEs. Por exemplo, algumas PMEs não puderam comparecer aos workshops de desenvolvimento de capacidades devido a conflitos de agendamento. Uma solução possível é levar as atividades para o local do projeto, com o apoio de mentores locais.
- O envolvimento e a comunicação devem centrar-se nas necessidades dos participantes e permitir a construção ascendente de conhecimentos, onde os facilitadores respondem ao que surge do grupo;
- A linguagem usada nos materiais precisa ser ajustada para refletir os perfis das organizações e os níveis de maturidade e compreensão dos mercados de exportação.



Referências

BRASIL (2009) "Plano Nacional de Promoção das Cadeias Produtivas da Sociobiodiversidade". Disponível em: <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/bitstream/123456789/1024/1/Plano%20Sociobiodiversidade.pdf>.

Conexsus. (2020) Negócios pela Terra - Inteligência de mercado para empreendimentos comunitários. Belém. Disponível em: <https://www.conexsus.org/validacao/wp-content/uploads/2022/03/negocios-pela-terra-inteligencia-de-mercado-para-negocios-comunitarios-1.pdf>.

EU. "Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C(2003) 1422)". Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2003/361/oj>.

IBGE. (2019) Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura. Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/74/pevs_2019_v34_informativo.pdf.

Imazon. (2019) Preços de produtos da floresta: uma década de pesquisa e divulgação. Belém, PA. Disponível em: <https://imazon.org.br/wp-content/uploads/2019/05/ProdutosFlorestais10anos.pdf>.

Teçá. (2021) Gênero e inclusão em micro, pequenas e médias empresas - Orientações práticas para gestão, comunicação e exportação. Available at qual o link público do Guia?

Teçá. (2021) Women in Sociobiodiversity - Participatory Guarantee System. CEDAC e COOPCERRADO.

UK PACT. (2021) UK PACT Gesi's Ambition - Gender Equality and Social Inclusion. Disponível em: <https://f.hubspotusercontent10.net/hubfs/7376512/cp/general/UK%20PACT%20GESI%20Ambition%20Statement.pdf>.

Photo: Project Archive



Este estudio de caso fue desarrollado por Partnerships for Forests en América Latina con la colaboración del equipo de monitoreo y evaluación

Marcio Sztutman
Director regional

Felipe Faria
Gerente regional

Martin Belcher
Stephanie Andrei
Monitoreo y evaluación

Isabella Granero
Monitoreo y evaluación

Juliana Tinoco
Relaciones externas y conocimiento

Iara Basso
Gerente de resultados

Texto
María Rita Villela

Diseño
Estúdio da Julia

Partnerships for
Forests

 **UK Government**


Palladium
MAKE IT POSSIBLE

S Y S T E M I Q