



Partnerships for  
**Forests**

**Conexus:**

desbloqueo de las  
exportaciones de  
productos forestales  
no madereros de  
Brasil

Octubre de 2022



# Resumen

Este estudio de caso comparte los resultados de un proyecto apoyado por Partnerships for Forests (P4F) en Brasil cuyo objetivo es facilitar el acceso a los mercados extranjeros a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) rurales y forestales<sup>1</sup> cuyas propietarias son mujeres o que están dirigidas por mujeres, y también las que pertenecen a comunidades tradicionales. Este proyecto de desarrollo de capacidad está basado en el Programa de Facilitación del Comercio de Brasil, que fomenta las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas brasileñas.

**Para comprender mejor las cadenas de valor de los productos forestales no madereros (PFNM) en Brasil e investigar formas de promover su acceso a los mercados de exportación, P4F se asoció con:**

- **Conexsus:** una organización sin fines de lucro que trabaja para impulsar negocios comunitarios y de impacto socioambiental;
- **Bio Fairtrade, Imaflores y Schneider & Asociados:** organizaciones con experiencia en exportación y gestión comunitaria;
- **Tejá Impacto:** una empresa de inteligencia que centra su atención en el impacto socioambiental;
- **Programa de Facilitación del Comercio de Brasil (BTF):** un programa que aborda los desafíos de exportación de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Como resultado del apoyo brindado por Conexsus, siete PYMES comenzaron a exportar PFNM. Después de participar en los talleres, una de estas PYMES creó una descripción laboral centrada en la mujer, con la ayuda del acuerdo institucional de P4F en apoyo a la igualdad de género y la inclusión social (GESI).

<sup>1</sup> 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).

# Introducción

En 2019, los PFNM en Brasil generaron un valor de producción inferior a 270 millones de GBP, un aumento del 2.3 % comparado con 2018 ([IBGE](#)). A pesar de su importancia para los medios de subsistencia y la economía, los PFNM solo aportaron el 2.7 % del valor total de la producción de silvicultura (cuidado y cultivo de bosques) en el país ([IBGE](#)). Para ayudar a abordar este tema, P4F ha brindado apoyo a Conexsus para comprender mejor las cadenas de valor de PFNM en Brasil y para investigar maneras de promover su acceso a los mercados de exportación.

Un estudio de 2018 reveló que las 1040 empresas comunitarias mapeadas de sociobiodiversidad generaron un ingreso neto anual de más de 200 millones de GBP ([Conexsus](#)). Estas empresas abarcan cadenas de valor relacionadas con alimentos saludables y sostenibles, agrosilvicultura y sociobiodiversidad, y tienen más de 100 000 empleados o socios cooperativistas.

Sin embargo, el 71 % de estas empresas declararon ingresos anuales de un poco más de 200 000 GBP y más de la mitad de estas no vendieron a mercados privados. Las empresas han informado dificultades para acceder a los mercados locales e incluso obstáculos aún mayores cuando se trata de exportar. Paradójicamente, el estudio también indicó que esto ocurre en un momento en que los mercados de consumo globales buscan cada vez más bienes que sean más sostenibles, orgánicos y saludables.

La falta de certificación en las cadenas de suministro de PFNM brasileñas es un factor limitante para que estos productos accedan a los mercados internacionales más rigurosos,

debido tanto a los requisitos obligatorios como a los nichos de mercado y los mercados premium que comúnmente se relacionan con este tipo de productos. Otros cuellos de botella en el vínculo entre las empresas comunitarias y los compradores internacionales están relacionados con las normas de calidad, el volumen, la frecuencia, la logística, la trazabilidad y la falta de indicadores de impacto.

Este proyecto también tenía como objetivo abordar la injusticia socioambiental que surge del impacto desigual del cambio climático. Estos impactos afectan principalmente a poblaciones ya vulnerables, como las comunidades pobres y tradicionales y, dentro de estas, especialmente a las mujeres. En respuesta a esta situación, este proyecto se centra especialmente en la promoción de la igualdad de género y la inclusión social (GESI) entre las pymes participantes.

## PFNM | Productos forestales no madereros

Bajo el término general "PFNM", el gobierno brasileño define a los productos de sociobiodiversidad como "bienes y servicios (productos finales, productos primarios o beneficios) generados a partir de recursos de biodiversidad, destinados a desarrollar cadenas de producción de interés para los pueblos y comunidades tradicionales y los agricultores familiares, que promueven el mantenimiento y el valor de sus prácticas y conocimientos, garantizando los derechos que se derivan de ello, generando ingresos y promoviendo la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente donde viven" ([BRASIL](#)).



Photo: Fred Mauro

"La igualdad de género consiste en abordar las desigualdades y transformar la distribución de oportunidades, las opciones y los recursos disponibles para las mujeres y las personas no binarias, para que tengan el mismo poder para desarrollar sus vidas y participar en el proceso, aumentando así la igualdad entre las personas de todos los géneros. La inclusión social hace referencia al proceso para mejorar las condiciones para que los individuos y los grupos participen en la sociedad, y en el proceso para mejorar la capacidad, las oportunidades y la dignidad de las personas desfavorecidas e históricamente excluidas de la toma de decisiones y de las esferas de influencia, en función de su identidad, para participar en la sociedad" (UK Pact).

Al abordar cuestiones de género, diversidad e inclusión, el proyecto trata de promover la equidad en cuanto al acceso a oportunidades y condiciones de vida para hombres, mujeres y personas no binarias; aumentar la diversidad de etnias, colores de piel, rasgos, orígenes ancestrales y sociales en el entorno laboral y en la toma de decisiones; incluir a las personas con discapacidad; y acabar con todo tipo de discriminación (género, color, orientación sexual, posiciones políticas, etc.) (Teçá)



## ¿Qué problemas se trataron de abordar con el proyecto?

A pesar de su potencial para apoyar los medios de subsistencia, las PYMES rurales y forestales enfrentan importantes desafíos para acceder a los mercados extranjeros. Algunas de estas barreras incluyen lo siguiente:

- > **Dificultades para formalizar las cooperativas debido a una brecha en cuanto al conocimiento de los procedimientos burocráticos;**
- > **Incapacidad para satisfacer grandes volúmenes de demanda, un problema común para los PFNM y los productos extractivos producidos por las PYMES;**
- > **Presencia de intermediarios que impactan el precio final del producto, ya que estas ventas suelen ser informales, muy sujetas a las fluctuaciones del mercado y desventajosas para los trabajadores rurales;**
- > **Los sistemas de pago directamente relacionados con la recolección de productos no brindan una ayuda financiera para el capital de trabajo que pueda garantizar que las cooperativas y asociaciones puedan pagar por adelantado a los trabajadores rurales por la producción;**
- > **La falta de comprensión de los beneficios y las normas de reglamentación internacional, como los precios premium, puede restar prioridad al acceso a los mercados internacionales como estrategia de expansión para las cooperativas;**
- > **Adopción limitada de protocolos de certificación y trazabilidad que podría ser un activo importante para mejorar la competitividad debido a los elevados costos o a la falta de interés del mercado interno;**
- > **La incertidumbre en los tipos de cambio puede comprometer los rendimientos esperados y desalentar a las cooperativas para que accedan a los mercados internacionales.**

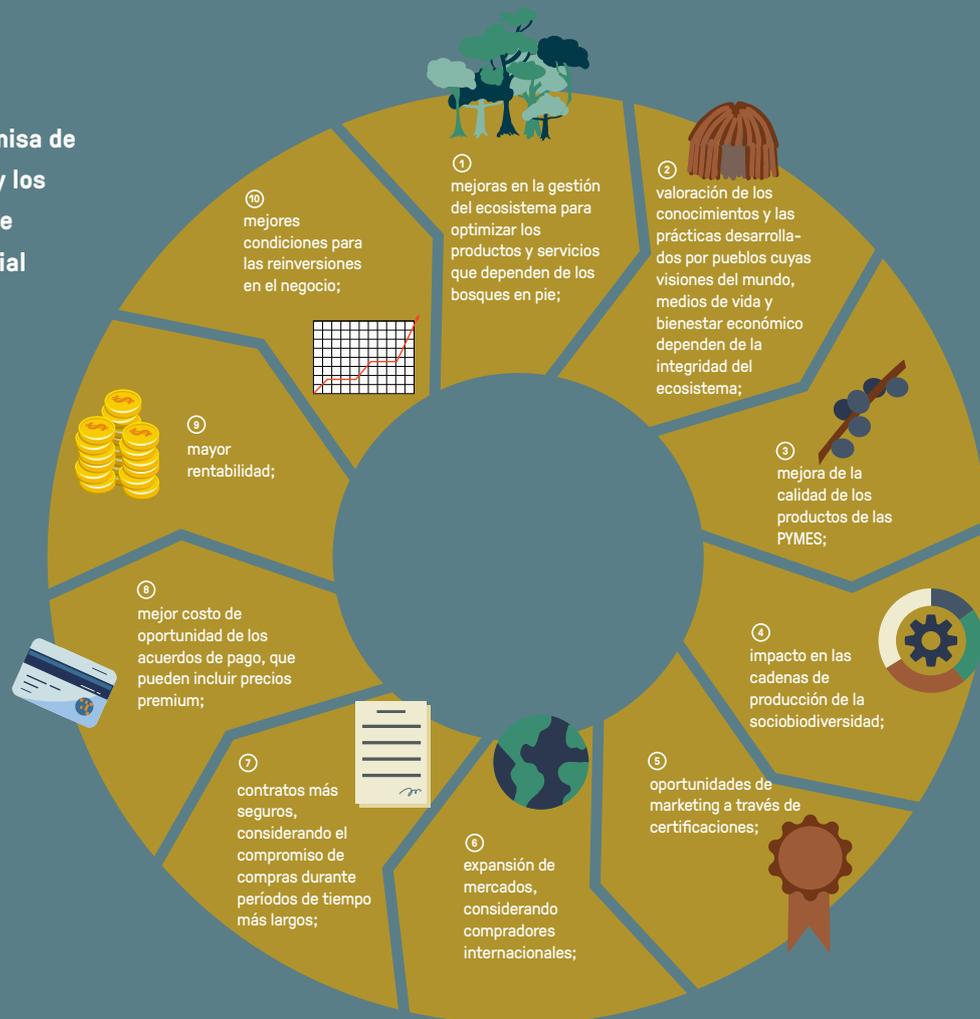
Además de estas barreras, las cadenas de valor enfrentan desafíos en torno a la equidad, ya que muchos de los trabajadores son mujeres y miembros de comunidades tradicionales que a menudo no reciben los mismos salarios ni las mismas oportunidades. Si bien estos grupos sociales desempeñan un papel importante en estas cadenas de valor y en las propias organizaciones, no siempre son reconocidos, ni recompensados de una manera justa.

**"Un aspecto muy importante de la cooperativa es el valor del trabajo de la gente en los bosques. Siempre tratamos de pagar un precio justo. No vamos a las comunidades para explotarlas, queremos pagar precios justos, y la cooperativa está tratando de mejorar [los precios] cada año. En el mercado actual, nadie paga lo que nosotros pagamos. Pagamos el doble del precio de lo que pagan otros compradores cooperativos. Es un proceso justo para todos. "**

**Luzirene Lustosa**, Presidenta de COOPAVAM



El proyecto funcionó bajo la premisa de que las personas, las empresas y los ecosistemas pueden beneficiarse del apoyo institucional y comercial brindado a las PYMES que se dedican a la agricultura y a la industria forestal que desean acceder a los mercados internacionales y cómo esto puede generar cambios sistémicos.



## Desbloqueo de los PFNM brasileños para las exportaciones

Mediante un trabajo conjunto, Conexsus, Bio Fairtrade, Imaflora, Schneider & Asociados y Teçá Impacto apoyaron a alrededor de 50 PYMES para comenzar a exportar PFNM, con un enfoque especial en el fortalecimiento de la igualdad de género y la inclusión social (GESI) en sus operaciones. Para brindar mejores herramientas a las PYMES para la exportación, el proyecto se estructuró en torno a dos cohortes.

La cohorte 1 estaba compuesta por cuatro empresas de barú y de castaña de Brasil que ya habían comenzado a exportar o planeaban hacerlo en un futuro próximo, clasificadas como con mejores niveles de organización:

- 1) **COOPAVAM, en Juruena, estado de Mato Grosso;**
- 2) **COOBÂ-Y en Tucumã, estado de Pará;**
- 3) **Central do Cerrado en Distrito Federal, Brasilia; y**
- 4) **COOPCERRADO en Goiânia, estado deGoiás.**

En conjunto emplean a 32 500 trabajadores, generan R\$ 12 millones anuales (aproximadamente GBP 2 millones) y son responsables de la gestión sostenible de 4.1 millones de hectáreas (ha) de bosque. Dos de estas cuatro organizaciones están dirigidas por mujeres.

Conexsus ofreció a estas cuatro empresas de la cohorte 1 capacitación y tutoría para desarrollar y comenzar la implementación de planes de acción, con el objetivo principal de obtener nuevos contratos con compradores internacionales. Las empresas participaron en una tutoría exhaustiva diaria para evaluar el nivel de desarrollo de las exportaciones; identificar prioridades; desarrollar y validar un plan de trabajo; evaluar los mercados internacionales; elaborar un plan de exportación; implementar el plan de exportación; y establecer contactos con compradores de pruebas de nivel internacional. La consultoría también apoyó la obtención de licencias para exportar, la certificación (por ejemplo, productos orgánicos, comercio justo), precios y acceso a financiamiento para mejorar la capacidad, las operaciones y la certificación.

Los talleres de desarrollo de capacidad para las 43 empresas de la cohorte 2 se centraron en la mejora de los productos, el envasado y el marketing. Estas PYMES tenían tamaños, cadenas de suministro y niveles de desarrollo diferentes. De las 43, el 27.5 % son dirigidas por mujeres, el 72.5 % son dirigidas por personas que se autoidentificaron como negras o morenas, y el 5 % son dirigidas por indígenas. Casi el 30 % de los 13 944 miembros que representan son mujeres. Dieciséis de las empresas tenían experiencia previa en exportación, dos estaban negociando para exportar, trece nunca habían exportado y nueve estaban inactivas. Además, Conexsus seleccionó quince PYMES de esta cohorte para desarrollar e iniciar la implementación de planes de acción, similar al proceso llevado a cabo con la cohorte 1. Todas las organizaciones de la cohorte 2 recibieron capacitación sobre exportación e igualdad de género e inclusión social (GESI).

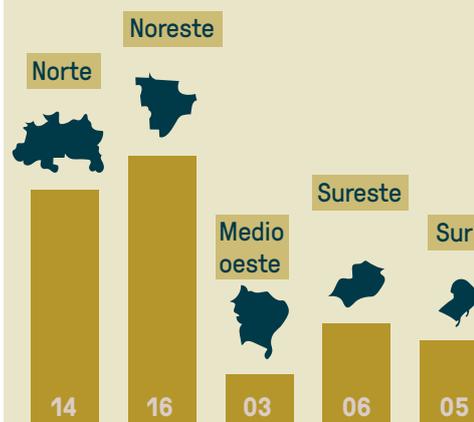
Siete cooperativas de la cohorte 2 recibieron apoyo para exportar PFM con éxito: ASPAG (ginseng), COOPEMAPI (miel de aroeira), Amoreri (babaçu), COOPONTAL (mango), AMAFPA (pequi), Atix (miel) y Comaru (nuez). Las entrevistas hechas a representantes de COOPONTAL, ASPAG, COOPEMAPI y Amoreri demuestran el impacto directo que el proyecto tuvo en su capacidad para exportar. COOPONTAL, cuyo mercado de mango se vio fuertemente afectado durante la pandemia, ahora se está asociando con Sebrae y Global Gap para obtener la certificación y el envase para exportación. ASPAG tuvo dificultades para competir con el mercado nacional y ahora está tratando de acceder al mercado portugués, con el apoyo de Sebrae. El representante de COOPEMAPI comentó que Conexsus los apoyó en la organización de sus flujos de exportación, que alcanzaron las 15 toneladas de miel exportadas a Bélgica en 2022.

### Organizaciones

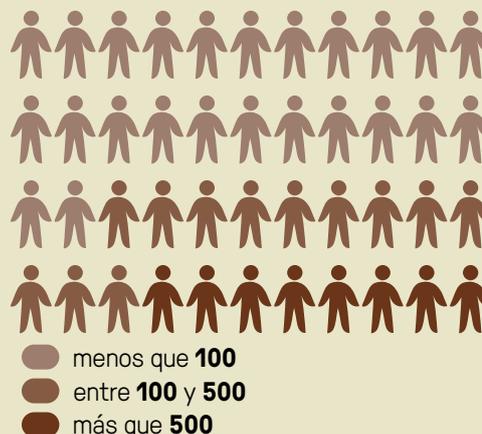
26 cooperativas  
15 asociaciones  
03 compañías



### Ubicación por región



### Número de participantes



Algunas cooperativas ya estaban en conversaciones con posibles compradores internacionales, pero los talleres desarrollaron su capacidad para completar procesos adicionales, como la contratación de asesores para traducir certificaciones y ayudar con la comunicación con los inversores. Luzirene Lustosa, presidenta de COOPAVAM, afirmó que "el desarrollo de capacidades nos mostró cómo organizar nuestro negocio". Las sesiones de tutoría organizacional permitieron a las empresas identificar sus principales desafíos y desarrollar planes de acción para abordarlos con el apoyo de Conexsus. La idea es que esto permitirá a las empresas seguir avanzando hacia la exportación y llegar a más compradores, y así ser económicamente sostenibles.

El proyecto abrió una cadena de valor internacional para los PFM brasileños y aseguró que el impacto beneficia especialmente a los grupos subrepresentados, en particular a las mujeres. Según las PYMES participantes, el principal apoyo de Conexsus fue proporcionar una lista de verificación con procedimientos de exportación, activar la identificación de mercados internacionales y desarrollar estrategias de marketing internacional y procesos de certificación.



Miel



Castañas



Guaraná



Café



Artesanía



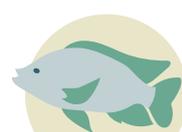
Aceite y Mantecas



naranja y varias frutas



Cacao



Pez



productos procesados<sup>1</sup>

<sup>1</sup> pulpas, harinas, mermeladas y jaleas

**Para mí, lo más importante [parte del desarrollo de capacidades] fue aprender sobre toda la cadena relacionada con la exportación, aprender sobre todos los procedimientos legales y burocráticos, y sobre los aspectos organizativos de la cooperativa.**

**Representante de la Cooperativa RECA**

**Lo que más nos llamó la atención fue la necesidad de marketing para los mercados internacionales. Es un desafío para nosotros en COOPERCUC y la evidencia aportada a través de los talleres de capacitación reforzó la necesidad de actualizar nuestros procesos.**

**Representante de Coopercuc**

Conexsus también ofreció crédito anual a COOPAVAM, lo que finalmente aumentó el acceso al mercado internacional, ya que la cooperativa había exportado antes.

**El préstamo que nos dan cada año a tasas de interés muy bajas nos ha ayudado a crecer de manera considerable. Nos han ayudado a aumentar el volumen de frutos secos comprados gracias al acceso a este crédito que nos permite pagar a los recolectores por adelantado. Es el mejor crédito, son los mejores socios para nosotros. El Fondo Rotativo [financiamiento rotativo] nos garantiza que tendremos fondos para comprar frutos secos. El año pasado compramos 370 toneladas. Este año compramos 470 toneladas. Cada año ha habido un crecimiento significativo. Este es el tercer año que accedemos a ese financiamiento.**

**Luzirene Lustosa, Presidenta de COOPAVAM**



# Integración de los valores de igualdad de género e inclusión social (GESI) en la gestión de las PYMES

Uno de los principales objetivos del proyecto era garantizar que el acceso a los mercados de exportación beneficiara a los grupos más vulnerables y subrepresentados, proporcionando una perspectiva de igualdad de género e inclusión social (GESI) a las PYMES participantes. La capacitación y la serie de herramientas prácticas apoyaron la integración de igualdad de género e inclusión social (GESI) en las PYMES, y el proyecto trabajó con compradores internacionales para mejorar la comprensión y la demanda de productos y servicios de apoyo a GESI.

**Es importante mencionar el potencial de la socio-bioeconomía para el mantenimiento de los bosques en pie y también para el mantenimiento de los medios de vida tradicionales para contribuir a una vida digna de los productores y las personas que viven del bosque, los que producen nuestros alimentos saludables. La articulación con redes internacionales de comercio justo es fundamental para aprovechar estos potenciales productos socio-bio en el mercado internacional.**

**Fabiana Munhoz**, Gerenta de Acceso al Mercado, Conexsus



Los especialistas de GESI del Programa de Facilitación del Comercio de Brasil elaboraron un plan de trabajo inicial de GESI al comienzo del proyecto para abordar tres frentes: a) relacionar la oferta y la demanda de productos de sociobiodiversidad elaborados por empresas de propiedad

de mujeres afrobrasileñas e indígenas, o dirigidas por estas, y sensibilizar a los actores del mercado, b) desarrollar la capacidad de las PYMES dirigidas por mujeres afrobrasileñas y grupos indígenas, o que son propiedad de estos, y c) reforzar la promoción de los productos de la sociobiodiversidad producidos por mujeres afrobrasileñas e indígenas. P4F guió las actividades de GESI durante todo el proyecto. Estos incluyeron talleres de desarrollo de capacidad en línea y trabajo con las PYMES para revisar los documentos relevantes en función de la perspectiva de GESI. En función de ese trabajo, Teçá desarrolló una serie de herramientas de GESI para apoyar el desarrollo de procesos de gestión empresarial, comunicación y exportación que promuevan la diversidad, el género y la inclusión social en las estrategias organizativas de las PYMES. La serie de herramientas incluye lo siguiente:

- **A practical methodology** with forms and assessments to increase the participation of women and marginalized groups in SME's organisations and value chains;
- **A Disaggregated Data Table** to help SMEs understand the gender and ethnicity of members the different levels of decision-making processes;
- **A Gender and Inclusion Matrix** to assess suppliers' gender and inclusion profiles.

**Aprendimos mucho al trabajar con Conexsus en el monitoreo de las hojas de cálculo y la planificación conjunta.**

**Luzirene Lustosa**, Presidente de COOPAVAM

Las series de herramientas ayudaron a las PYMES a desglosar los datos y a comprender y comunicar mejor sus contribuciones para mejorar los medios de vida económicos de las mujeres, de los grupos indígenas y de otros grupos étnicos. Además, COOPAVAM, que participó en la cohorte 1, desarrolló un proceso de contratación focalizado en las mujeres para un puesto vacante después de aplicar la serie de herramientas de GESI a su propia estructura organizativa. Teçá apoyó el desarrollo de la descripción del trabajo mediante la identificación de los requisitos previos para el puesto.

**Nos ayudaron a redactar la descripción del trabajo y a distribuirla. Todavía estamos buscando a esa persona, aún no hemos logrado encontrarla para este año, pero el proceso de diseño de este documento junto con Conexsus fue muy útil e inspirador. Fue una experiencia de aprendizaje, porque no hubiéramos podido hacerlo por nuestra cuenta.**

**Luzirene Lustosa**, Presidenta de COOPAVAM

Para comprender mejor la demanda de bienes y servicios en apoyo a GESI, Teçá organizó entrevistas con representantes de tres posibles compradores minoristas europeos (Solidar'Monde, Artisans du Monde y Unitrix/Déco Brésil). Los entrevistados dejaron en claro que el concepto de GESI no es actualmente un factor en la diferenciación de productos, pero que podría ser un nivel de marketing para explorar en el futuro. Para apoyar esto, es necesario comprender si el concepto de GESI no es importante para los compradores, porque no es relevante para los consumidores o porque no se ha explorado lo suficiente una narrativa de mercado del concepto de GESI para generar una demanda significativa de los consumidores.

Este diagnóstico inspiró la creación de una metodología para que CoopCerrado estableciera un Sello de Mujeres de Sociobiodiversidad. Cuando se lance, el sello ofrecerá una garantía participativa que haga un seguimiento de la igualdad de género en relación con la unidad de producción familiar, la organización comunitaria, la valoración del origen del producto y la comunicación de la relación entre las mujeres agroextractivistas y los productos/territorios.

**El sello está basado en seis métricas que podrían aplicarse a trabajadores, unidades familiares, productores y grupos de productores, proveedores de insumos, asociaciones y cooperativas:**



**1) hecho por mujeres;**



**2) bienestar social**



**3) participación y toma de decisiones;**



**4) acceso a los recursos;**



**5) sostenibilidad; y**



**6) acceso a políticas públicas.**



**Durante la tutoría, una de las organizaciones de la cohorte 1, COOPCERRADO, identificó una oportunidad [para explorar más a fondo los componentes de GESI]. Con el apoyo de P4F, trabajamos con ellos para redactar un documento narrativo y conceptual, que incluye un presupuesto de 2-3 años para la implementación del Sello de Mujeres de Sociobiodiversidad**

**Marcela Carter**, Directora de Teçá

# Adaptación de la plataforma de Negocios pela Terra a las necesidades de las PYMES rurales y forestales

Utilizando el aprendizaje de la fase de desarrollo de capacidad, Conexsus y sus socios desarrollaron [Negócios pela Terra](#) (NpT). La plataforma virtual ofrecerá a las PYMES un apoyo constante en las áreas identificadas como más importantes durante el proyecto.

Conexsus está actualizando NpT para incorporar otros servicios esenciales identificados durante los talleres, lo que reforzará aún más el vínculo entre las PYMES forestales y rurales, y los mercados internacionales, y al mismo tiempo garantiza la viabilidad comercial de la plataforma.

## Actualmente, la plataforma ofrece lo siguiente:



### Acceso a Conect@:

Comunidad de aprendizaje virtual de Conexsus con información y tutoriales sobre la plataforma NpT y acceso a datos sobre el mercado de PFNM en Brasil;



### Una herramienta para registrar productos

de acuerdo con las normas de la Organización Mundial del Comercio;



### Herramienta de gestión para evaluar el nivel de preparación para las exportaciones:

evaluar el nivel de desarrollo organizativo y proporcionar un vínculo directo con la herramienta para evaluar el nivel de preparación para las exportaciones ([PNCE](#));



### Conexión con proveedores de servicios y productos

en función de los perfiles de las organizaciones.





# ¿Cómo han contribuido las partes interesadas?



## P4F

brindó financiación, gestión y coordinación de proyectos, asistencia técnica, experiencia en monitoreo y evaluación, y asesoramiento legal para desbloquear la exportación de nueces de barú de Brasil a la UE y el Reino Unido.

## El Programa de Facilitación del Comercio de Brasil

colaboró con P4F en la gestión y coordinación del proyecto, y ofreció conocimientos técnicos relacionados con las exportaciones para desarrollar el plan de trabajo del proyecto. La experiencia en materia de igualdad de género e inclusión social del programa también contribuyó al plan de acción del concepto de GESI del proyecto.



## Conexsus, Bio Fairtrade, Imaflora, Schneider & Asociados y BTFP

ayudaron a identificar las PYMES apropiadas para participar; a abordar los procesos organizativos y los cuellos de botella relacionados con las exportaciones; a desarrollar vías claras para las exportaciones; a desarrollar la capacidad de exportación de las pymes, y a identificar y desarrollar servicios de exportación para apoyar a otras PYMES rurales y forestales de Brasil a fortalecer sus trayectos de exportación.



## Teçá

desarrolló y ofreció herramientas, y apoyó la implementación de procesos GESI dentro de las empresas y sus cadenas de valor.

## PYMES

Las PYMES de ambas cohortes se comprometieron a participar en las actividades de desarrollo de capacidad, lo que hizo que algunas PYMES elaboraran planes de acción y que otras identificaran cuellos de botella en las ventas, los procesos y el marketing de exportación que debían abordar antes de acceder a los mercados internacionales.



# Experiencias obtenidas

Este proyecto ha probado con éxito metodologías de desarrollo de capacidad que promueven el acceso de las PYMES rurales y forestales a los mercados de exportación, y apoyan a las organizaciones para que crezcan de una manera centrada en torno al concepto de GESI. Experiencias obtenidas que pueden ser relevantes para proyectos similares.

## Desarrollo de capacidad de exportación:

- Las PYMES rurales y forestales necesitan asistencia y asesoramiento externos para desarrollar su capacidad de exportación;
- Deberían ponerse a disposición mecanismos innovadores para acceder al capital y reducir el riesgo relacionado con las solicitudes de compra;
- La NpT y otras plataformas para PYMES rurales y forestales deberían ofrecer acceso al crédito;
- Las PYMES deberían invertir en versiones en inglés de sus materiales de marketing empresarial para facilitar la comunicación con posibles clientes internacionales.

## Desarrollo en cuanto a la equidad de género

- Las consideraciones de género y equidad pueden ser algo nuevo para las PYMES, por lo tanto, es importante desarrollar la capacidad de los líderes o mentores comunitarios para promover los valores de GESI;
- Es importante investigar cómo podría desarrollarse un mercado de bienes y servicios que apliquen el concepto de GESI. Una excelente prueba piloto para esto será la implementación del Sello de Mujeres de Sociobiodiversidad.

## Entrega del proyecto:

- Es necesario desarrollar herramientas sencillas de seguimiento y evaluación del impacto que se ajusten a los compromisos de sostenibilidad y que tengan en cuenta las barreras de comunicación y conectividad a las que se enfrentan las PYMES;
- La comunicación, la planificación y las series de herramientas deben tener en cuenta el contexto de las PYMES. Por ejemplo, algunas PYMES no pudieron asistir a los talleres de desarrollo de capacidad debido a conflictos de horarios. Una posible solución es llevar las actividades a la sede del proyecto, con el apoyo de mentores locales.
- El compromiso y la comunicación deben centrarse en las necesidades de los participantes y permitir la generación de conocimientos de abajo hacia arriba, donde los facilitadores respondan a lo que surja del grupo;
- El lenguaje utilizado en los materiales debe ajustarse a los perfiles de las organizaciones y a los niveles de desarrollo y comprensión de los mercados de exportación.



## Referencias

BRASIL (2009) "Plano Nacional de Promoção das Cadeias Produtivas da Sociobiodiversidade". Available at: <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)". Available at <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](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. Available at <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 and COOPCERRADO.

UK PACT. (2021) UK PACT Gesi's Ambition - Gender Equality and Social Inclusion. Available at <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**