

Buenas prácticas ODS desarrolladas en el Año 2020 – Acuerdo Nacional de Provisión de Batas Hospitalarias	
Título de la buena práctica:	Acuerdo Nacional de Provisión – Batas Hospitalarias para Protección Covid 19 para el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad. En alianza con MSPyBS, MIC, DNCP, MTESS, INTN, SENACSA, DINAVISA, UIP, UIP Joven y empresas del sector privado (sector textil y confecciones).
Objetivo/s de la práctica:	<p>Articular el Acuerdo Nacional de Provisión para la integración, transparencia y composición técnica de los aspectos productivos y de calidad entre las empresas participantes para la provisión de Batas Hospitalarias de Protección contra el Covid-19, desarrollado 100% localmente para el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, a través de alianza público – privada.</p> <p>Elaborar un Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad de Batas Hospitalarias para protección contra el Covid19, que garantiza condiciones de higiene, limpieza, desinfección de los lugares de trabajo y herramientas, así como también la correcta protección del personal a cargo de la confección, considera manipulación, almacenamiento, producción, aspectos técnicos relevantes de la producción de batas hospitalarias.</p> <p>ODS 3: 3.3,3.9, prioritario ODS 8: 8.2; 8.3 secundario ODS16 : 16.7, 16.5, secundario</p>
Descripción introductoria de la práctica:	En alianza con instituciones de Gobierno involucradas: Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Dirección Nacional de Contrataciones Públicas, INTN, SENACSA, UIP y UIP Joven junto con empresas privadas del sector textil y confecciones, se ha logrado concretar la producción total de 3.000.000 millones de batas hospitalarias, destinadas a la protección contra el

	<p>Covid19 para el personal de blanco y pacientes de hospitales y centros asistenciales del sector público. Esto ha sido posible a través de un modelo de distribución equitativa e inclusiva, asignando cantidades productivas en base a la infraestructura y capacidad de las empresas, que han estandarizados sus procesos de producción y mejorado sus modelos de gestión a través de la implementación de un Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad para la producción de Batas Hospitalarias de protección contra el Covid19, que utilizan un material no tejido denominado NTA 98 de desarrollo de la industria local, aprobado por DINAVISA, homologado por homologado por el INTN en colaboración con el SENACSA.</p> <p>Este acuerdo se origina también como resultado de exigencia de transparencia en el manejo de los fondos públicos para la compra de insumos de protección COVID 19, en el marco de la crisis sanitaria y como medida urgente para la reactivación económica del sector, a fin de garantizar a través del trabajo digno la prosperidad de las familias del sector textil y confecciones.</p> <p>ODS 3: 3.3,3.9, prioritario ODS 8: 8.2; 8.3 secundario ODS16 : 16.7, 16.5, secundario</p>
Breve descripción de la Buena Práctica:	<p>ODS 3: SALUD Y BIENESTAR SOCIAL Metas : poner fin a las epidemias y otras enfermedades transmisibles. Reducir el número de muertes y enfermedades producidas por la contaminación. Mediante el Acuerdo Nacional de Provisión, la AICP ha logrado articular entre la función pública y empresas del sector privado una iniciativa sin precedentes, que permite un producto de protección contra el Covid19, para personal de blanco y pacientes. Se destaca la producción 100% nacional con estándares de seguridad internacionales cuyos procesos productivos y secuencias operacionales se encuentran plasmados en un Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad como un legado para toda la industria.</p>

¿Por qué representó una Innovación el Acuerdo Nacional?	<p>Acuerdo Nacional histórico y sin precedentes en la historia de la industria nacional y las compras públicas que ha permitido crear un modelo de distribución equitativo e inclusivo para la producción de batas hospitalarias, que a su vez garantiza la transparencia en las compras públicas.</p> <p>Un Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad como documento que avala la estandarización de los procesos productivos y aspectos técnicos relevantes del producto, con información técnica abierta para toda la industria.</p> <p>Un material innovador denominado NTA 98, lámina no tejida de protección antilíquido y antimicrobiana con repelencia al 98% desarrollado por la industria local. El mismo fue desarrollado ante la necesidad imperante de contar con materiales alternativos al SMS, en un contexto en que no era posible la importación de insumos de protección debido a regulaciones de exportación de países productores y la escasez a nivel global. Esto forzó a la investigación de parte de un equipo de técnicos, empresarios de la industria y luego de varias pruebas y distintos materiales en el INTN, SENACSA y con aprobación de DINAVISA, se logró la aplicación del material para la producción de las batas hospitalarias.</p> <p>Se logró a través del Acuerdo Nacional una fijación de precio justo, analizado y avalado por el MIC y la UIP, convalidado por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, esto permite el pago justo y digno en condiciones favorables para las empresas que participan del proceso productivo (micro, pequeñas y medianas empresas), escenario que no hubiese sido posible en otro contexto fuera del acuerdo. Todo esto permitió que se pueda cumplir con un fin social, de garantizar el empleo a más de 3000 personas afines al rubro desde la producción de materia prima,</p>

	proveedores de insumos, además de servicios logísticos, industrias de envases y embalajes.
¿Cómo se logró la colaboración entre los diferentes actores?	<p>Bajo el liderazgo de la AICP, la colaboración ha sido posible gracias a la predisposición de las distintas instituciones que fueron brindando capital humano para apoyo técnico que han colaborado durante todo el proceso para el aporte de las competencias.</p> <p>Esto constituyó un esfuerzo técnico y la voluntad de las siguientes instituciones públicas en garantizar las mejores condiciones para el logro de los objetivos: MIC, DNCP, MSPyBS (a través de sus Direcciones DINAVISA, Insumos Estratégicos, UOC), el MTESS, INTN, SENACSA</p> <p>Por el sector gremial, la UIP y UIP Joven actuaron de nexo entre las conversaciones con instituciones públicas, apoyo en el análisis de los precios justos del producto.</p> <p>Las empresas del sector privado han priorizado la causa nacional por encima de sus intereses particulares, se aliaron y alinearon sus esfuerzos para que la distribución de trabajo sea equitativo e inclusivo, llegando a la mayor cantidad de mipymes del rubro. En todo este proceso las empresas hacen transferencias de conocimientos a fin de lograr el valor compartido a mipymes.</p>
¿Cuáles fueron los hitos de la gestión?	<p>El objetivo inicial es lograr la provisión de 3.000.000 de batas hospitalarias de producción Covid 19 para el personal de blanco (trabajadores de la salud) y Pacientes que son atendidos en centros asistenciales de todo el país, de esta manera se garantiza la protección de la salud y se evita el contagio en lugares de alta exposición al virus.</p> <p>Manual de Buenas prácticas coloca un estándar de producción de las batas hospitalarias, que permiten su el seguimiento durante la implementación, que fue adoptado como guía para que todas las empresas puedan lograr la estandarización del producto, de</p>

	<p>esta manera las empresas van comunicando sus cantidades entregadas y estados de procesos productivos, se comparten información y traspasan conocimientos más allá del interés particular para un fin nacional (creación de equipos de protección individual 100% de industria paraguaya)</p>
<p>¿Cuál fue el impacto alcanzado con la iniciativa?</p>	<p>La producción total de 3.000.000 de batas hospitalarias a ser entregadas desde el 30 de septiembre 2020 hasta el mes de enero 2021 según cronograma de entregas, a través del llamado a Licitación Pública Nacional a la Licitación 383880 - ADQUISICIÓN DE BATAS DE PROTECCIÓN HOSPITALARIA PARA EL MSPBS - COVID 19, logrado a través de articulación Público – Privada.</p> <p>El trabajo fue distribuido entre 11 empresas oferentes firmantes del Acuerdo Nacional y más de 120 empresas Mipymes del sector textil y confecciones. Esto representa a más de 3000 personas con empleo directo e indirecto.</p> <p>Manual de Buenas Prácticas y Trazabilidad implementado para la estandarización de los procesos de producción, el aumento de capacidades productivas, calidad, gestión y mejora de las mipymes.</p> <p>Dinámica económica nacional que inyecta a la economía aproximadamente G. 114.114.000.000. (Guaraníes Ciento catorce mil con cierto catorce millones), colaborando con la reactivación económica del sector.</p> <p>Material innovador NTA98 (no tejido laminado con resistencia antimicrobiana y anti fluido) sin precedentes en la industria nacional, desarrollado localmente, a escala industrial que se requieren para cubrir la producción de batas hospitalarias.</p>

Buenas prácticas ODS desarrolladas en el Año 2020 – Sello de la Moda Sostenible en Paraguay

Título de la buena práctica:	Moda Sostenible: SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE en Paraguay
Objetivo/s de la práctica:	<p>Instalar el concepto de “producción y consumo responsable” a través de la implementación del SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE EN PARAGUAY, liderado por la AICP y por las empresas que forman parte de la Comisión de Moda Sostenible.</p> <p>Invitar a que las empresas del sector textil y de las confecciones y actividades relacionadas que forman parte de la cadena de valor se sumen a la iniciativa y a las activaciones que propone el SELLO: RESPIRA-DONA-SEMBRA-REINVENTA MODA, en el marco de las Alianzas estratégicas.</p> <p>Comunicar en términos de consumo responsable a través de las redes sociales de las empresas que adoptan el SELLO.</p> <p>Instalar conceptos de la tendencia de economía y moda circular, moda ética, moda responsable, encadenamiento productivo, reincorporación de desechos textiles para la creación de nuevos productos dentro y fuera de la cadena de valor, destacar a los colaboradores a través de prácticas sociales virtuosas, promover la inserción laboral, generación de empleo y oportunidades de emprendedurismo a través de capacitaciones y presentaciones dirigidas al sector.</p> <p>Realizar mentoreo a las empresas en apoyo a la adopción del SELLO.</p> <p>Realizar activaciones y eventos que impulsen y destaquen a las empresas a la incorporación de criterios de sostenibilidad.</p>
Descripción introductoria de la práctica:	<p>Se realiza al menos 15 presentaciones, capacitaciones, workshop, charlas, congreso sobre MODA SOSTENIBLE” , cuestionarios de seguimiento, a empresas, jóvenes, mujeres, artesanos para instalar el concepto de la producción y consumo responsable, Desarrollo y Moda Sostenible, moda ética y responsable, reutilización de desechos textiles, cadenas de valor, destaque a elementos socioculturales, artesanía local, buenas prácticas empresariales, etc ...alianza con UNA, MTES, SNPP, Pacto Global, Empresas B, ICDF, MIC,. Curso de operarios para jóvenes. <u>Alcance:</u> más de 370 personas. <i>ODS 12: metas 12.5, 12.2, 12.8. Charlas a mujeres</i></p>

	<p>y jóvenes: ODS 4:4.4., ODS 8.4, 8.3, 8.6. ODS 13: 13.3. ODS 5. 5.5.</p> <p>La Comisión de Moda Sostenible realiza la GUÍA de estandarización del SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE EN PARAGUAY, isologo y manual de marca. Desde el 2019 se realizan presentaciones, mentoreo individual a empresas sobre metodología de aplicación del SELLO de la MODA SOSTENIBLE. Se realizan activaciones en alianzas estratégicas con A Todo Pulmón, Fundación Conin, MTES, ICDF-FOMIPYMES, MIC , PNUD ,Pacto Global, IPA, Influencers. Las activaciones del Sello de la Moda Sostenible: RESPIRA-SEMBRA-DONA-REINVENTA MODA buscan instar al consumidor responsable al respeto del medio ambiente, ayuda social a comunidades vulnerables, REUSO-REDUCIR-REFLEXIONAR sobre el consumo responsable e involucrar a los consumidores en formar parte de las activaciones.</p> <p><u>Alcance:</u> Presentación y mentoreo más de 60 empresas.Comunicación: más de 15 medios de prensa haciendo difusión de la actividad, influencers, empresas.</p> <p>ODS 12:12.2, 12.5, 12.8</p> <p>Se realiza el destaque a empresas nacionales que incorporan prácticas sostenibles en el evento LA AGUJA . (Dic 2019, Dic 2020) Alcance : 12 empresas postularon. Ganador AKI.</p> <p>Se crean las páginas de Redes Sociales “Moda Sostenible Paraguay” en Facebook e Instagram para promocionar las acciones, iniciativas y las empresas que cuentan con el aval de cumplimiento de los criterios.</p>
Descripción para presentación:	<p>“SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE “, busca:</p> <ul style="list-style-type: none"> -compromiso y responsabilidad de las empresas en unirse a la tendencia de la MODA SOSTENIBLE, rever procesos de producción, incorporar criterios de sostenibilidad, adoptar buenas prácticas en manufactura y ambiente laboral, incorporando elementos que forman parte de la identidad nacional, realizando alianzas estratégicas. -despertar conciencia en los consumidores en adquirir productos que incorporen criterios de sostenibilidad, que realicen acciones de responsabilidad social y medio ambiental, bajo la tendencia REUSO, RECICLA, REDUCE, REFLEXIONA. -Invita a sumarse a la campaña de RESPIRA MODA. SEMBRA MODA-DONA MODA-REINVENTA MODA. <p>ODS 12; Metas: 12.2, 12.5, 12.8.</p>

4. Relación con los criterios de valoración

¿Por qué representó una Innovación el Sello de la Moda Sostenible?

La campaña de MODA SOSTENIBLE y la adopción del SELLO busca mitigar y minimizar el impacto negativo de la industria textil, al tiempo de instar al consumo responsable, destacar la identidad sociocultural en la industria, fortalecer las acciones de la AICP, a través de la campaña:

-RESPIRA MODA: “con tu compra plantas un árbol “, en alianza con A Todo Pulmón, la empresa conecta el consumidor con la acción de plantar, lo ayuda a dejar la huella verde. Los árboles se plantan en Guaira, cuna de artesanos, muchos de ellos sin trabajo. La alianza permite asegurarnos que ese árbol plantado crezca y genere oxígeno. Eje Medioambiental, prosperidad

-SEMBRA MODA: “la etiqueta que siembra “, la empresa incorpora la etiqueta sembrable a los productos, el consumidor hace su huerta, la etiqueta con el logo del SELLO no se tira, cobra vida. Se evita desechos. Se destaca a emprendedores que realizan huertas en cajas. Eje Medioambiental, prosperidad

-DONA MODA: “con tu compra ayudas a familias vulnerables “, el consumidor dona prendas en buen estado, la empresa da un descuento a cambio. La empresa conecta la necesidad de comunidades vulnerables con el consumidor responsable, necesidades que se agudizan con la pandemia. En alianza con Fundación CONIN. Eje Social, Prosperidad

-REINVENTA MODA: contenido comunicacional de REUSA-RECICLA-REPARA-REFLEXIONA-REDISEÑA, instando a la compra responsable, slow fashion, incorporando elementos de la cultura e identidad local, fomentando el emprendedurismo. Conectando con nichos de mercado, millenials que buscan el consumo responsable.

La campaña busca incorporar los 3 ejes de la sostenibilidad, potenciando las alianzas estratégicas, comunica en redes sociales los avances de la plantación y crecimiento de los árboles, de la donación, de la siembra de etiquetas, destacando la mano de obra y talento nacional, invitando a los consumidores a formar parte.

<p>¿Cómo se logró la colaboración entre actores del sello?</p>	<p>Se mencionan los aliados estratégicos de la campaña y activaciones del SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE y el apoyo:</p> <p>ICDF, Programa FOMIPYMES MIC: capacitación, mentorías, elaboración de Guía, grilla, Isologo, Manual de marca del Sello, comunicación, promoción, eventos. Mentorías a las empresas en los años 2019 y 2020.</p> <p>MTESS, SNPP: convenio, capacitaciones a jóvenes, mujeres, emprendedores en Desarrollo y Moda Sostenible.</p> <p>UNA: capacitación a los alumnos de la carrera de Diseño sobre Desarrollo y Moda Sostenible, Economía circular, moda ética, responsable siendo los <i>millenials</i> los que lideran el consumo responsable.</p> <p>A TODO PULMÓN: convenio con AICP y con empresas de la activación de RESPIRA MODA. Difusión y promoción.</p> <p>FUNDACIÓN CONIN: alianza en DONÁ MODA, donación de prendas en buen estado de los consumidores a las familias vulnerables a través de las empresas participantes.</p> <p>IPA: se incorporan criterios para destacar elementos de la identidad artesanal, en la Guía del Sello.</p> <p>Pacto Global: AICP es miembro, se realiza presentación a las empresas. Difusión y promoción de las activaciones.</p> <p>Empresas B: presentación a las empresas del sector a fin de invitar a que formen parte de la iniciativa.</p> <p>PNUD: Se socializa sobre las activaciones del SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE. Se logra apoyo en la difusión del lanzamiento de la campaña.</p> <p>BANCARD: difusión de las activaciones y lanzamiento, del SELLO, tecnología para venta online y código QR. Convenio con AICP.</p> <p><i>Influencers</i>: Se involucran influencers de moda, medio ambiente y otros que contribuyan al logro del impacto comunicacional en redes sociales: ANA IVANOVA, Bruno Sosa, Vero Vega, Belén Stark. Se incorporarán otros.</p>
---	--

<p>¿Cuáles fueron las gestiones realizadas para lograr los objetivos?</p>	<p>El Sello de la MODA SOSTENIBLE en Paraguay es una iniciativa de la AICP involucrando a empresas que desde el 2019 forman parte de la Comisión de Moda Sostenible.</p> <p>El Objetivo inicial fue la de contar con el SELLO, no sin antes llevar a cabo una serie de presentaciones, capacitaciones, charlas, conversatorios, workshops, congreso.</p> <p>Se logra el empoderamiento y apropiación de las empresas que forman parte de la Comisión de Moda Sostenible. La incorporación del sector privado es clave. Se cuenta con un calendario de actividades desde la AICP. Los beneficiarios son las empresas del sector textil y confecciones y busca alcanzar a los consumidores de los productos y marcas, logrando así convertirse en Agentes de cambio en la sociedad constructores de la sostenibilidad, reconociendo el impacto medioambiental y social del sector.</p> <p>Se implementa la mentoría individual del SELLO midiendo el impacto en las actividades que forman parte de los procesos de producción de las empresas, según la guía del Sello. Se realizan encuentros periódicos para revisión de los indicadores de cumplimiento y capacitaciones según las fases de implementación.</p> <p>Actividades del 2021: se pretende continuar con las campañas RESPIRA-DONA-SEMBRA-REINVENTA MODA e incorporar otras en alianzas estratégicas. Se pretende vincular a campañas internacionales similares. Contar con plataforma E COMMERCE de los productos/marcas que adoptan el SELLO, apoyo en la comercialización y/o exportación.</p>
<p>¿Cuál es el impacto alcanzado?</p>	<p>El proyecto se inicia en el año 2019, pretende dar continuidad en los años subsiguientes incorporando iniciativas de MODA SOSTENIBLE.</p> <p>Empresas: se logra conocer más sobre el Desarrollo y Moda Sostenible, el impacto que genera la industria, comprender el equilibrio que busca la sostenibilidad y poder incorporar</p>

	<p>los 3 ejes estratégicos: medio ambiente, social, prosperidad. Se logra que las empresas identifiquen sus debilidades, fortalezas, oportunidades y avances, y comunicar acciones que contribuyan y caracterizan a la MODA SOSTENIBLE. Se da a conocer la tendencia internacional del Consumo Responsable como parte de las acciones de las empresas, agentes de cambio en la sociedad. Se logra la participación activa de las empresas, la creatividad y el impulso de la comisión de moda sostenible. Se amplifica la capacidad de generar alianzas estratégicas con empresas del sector e intersectoriales.</p> <p>Se ha logrado llegar directamente a más de 60 empresas del sector en forma directa, 20 mentorías de sensibilización de las ODS, 39 empresas registradas y participantes de las iniciativas y 17 empresas en proceso de obtener el sello de Moda Sostenible.</p> <p>Con las acciones de colaboración se llegaron a capacitar a más de 150 personas entre jóvenes aprendices de oficios, estudiantes universitarios, micro emprendedores, artesanas.</p> <p>Consumidores/Influencers: se instala en el mercado campañas de moda sostenible en donde se invita al consumidor responsable a unirse como eslabones activos y agentes de cambio en la sociedad. La Sostenibilidad no es tarea de algunos, es tarea de TODOS. El consumidor millennial busca marcas y productos que le ayuden a dejar la huella verde, la contribución al medio ambiente, en lo social.</p> <p>La promoción y difusión de las ODS y el Sello llegan a más de 30.000 seguidores en redes sociales de la AICP y Moda Sostenible Paraguay.</p> <p>AICP a través de sus canales de difusión y estrategias de comunicación en prensa logra posicionar sus acciones con un alcance de más de 50 publicaciones y menciones desde el inicio de las actividades. 29 de ellas sólo del sello de moda sostenible.</p> <p>AICP: se fortalece la red de valor en las empresas. Se adhiere a Pacto Global reconociendo el impacto que arroja</p>
--	---

	<p>la industria textil en Paraguay, se compromete a mitigar y minimizar el impacto de las empresas del sector a través de actividades de respeto al medio ambiente, destacando elementos socioculturales, buscando la prosperidad. Se logra acuerdos con aliados estratégicos que apoyen las iniciativas de impacto en el mediano y largo plazo.</p> <p>RESPIRA MODA: “Con tu compra plantas un árbol” Se realiza la plantación de árboles, con A Todo Pulmón, se garantiza el crecimiento de ese árbol. Impacto medio ambiental y prosperidad.</p> <p>SEMBRA MODA: “las etiquetas se plantan”, las etiquetas se siembran. Impacto Medio Ambiental y prosperidad (se impulsa la compra de empresas nacionales).</p> <p>DONA MODA: “con tu compra ayudas a familias vulnerables”: El consumidor se involucra en la donación de prendas a la Fundación Conin.</p> <p>INVENTA MODA: REUSA, RECICLA, REDUCE promueve el consumo responsable, la compra inteligente, el slowfashion.</p>
--	---