

Guía del

SELLO DE LA MODA SOSTENIBLE EN PARAGUAY



Índice

Presentación.....	3
Concepto y Definiciones.....	4
Que es Moda Sostenible.....	5
Características.....	5
Beneficios de formar parte del Movimiento.....	6
Impactos Negativos del Sector.....	9
Sello de la Moda Sostenible en Paraguay.....	10
Objetivos, Etapas del proceso.....	11
Manifiesto, Quiero formar parte.....	20
Estándares del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay.....	21

Asociación Industrial de Confeccionistas del Paraguay

Una de las más antiguas y prestigiosas Cámaras Gremiales de Paraguay, fundada en 1951. Actualmente cuenta con más de 220 socios. Representa los intereses del sector textil y confecciones ante los Organismos Gubernamentales del Paraguay y Entidades Internacionales.

La misión principal es la de promover a toda la cadena de la industria confeccionista paraguaya en ejes fundamentales como: el desarrollo tecnológico, capacitación, calidad, diseño, productividad, promoción y ventas con el fin de impulsar la competitividad del sector en el mercado nacional e internacional. Se suma a la tendencia internacional de liderar en temas relacionados a la Moda Sostenible.

Con apoyo de la Misión Técnica de Taiwán y el Ministerio de Industria y Comercio a través del proyecto FOMIPYMES desde el año 2019, la AICP ha impulsado una serie de actividades tendientes a generar conciencia sobre el consumo responsable alineados a los criterios que rigen la Sostenibilidad, así como la economía circular, el “slow fashion”¹ entre otros.

Formando parte de la Red de Pacto Global del Paraguay ha realizado conversatorios con destacados referentes del medio así como ha realizado el acompañamiento a empresas miembros para fortalecer la capacidad empresarial al compromiso de la Agenda 2030.

Bajo el liderazgo del Presidente Diego Auad, los demás miembros del Directorio y el equipo técnico liderado por la Gerente General Adriana Chaparro se lo reconoce como uno de los gremios más proactivos con espíritu asociativo.

Un gremio que trabaja con pro actividad reconociendo el liderazgo de las empresas parte y destacando la vasta e importante cadena de valor haciendo de las Alianzas estratégicas la plataforma clave en el logro de los objetivos que se propone.

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Slow_fashion



Conceptos y Definiciones

Que es el Desarrollo Sostenible

« El desarrollo sostenible como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades»²

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible

También conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030

“El sector privado es un actor clave para alcanzar de manera efectiva los ODS y la Agenda 2030. Su rol ha cambiado de un aliado



2

<https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml#:~:text=Se%20define%20C2%ABel%20desarrollo%20sostenible,para%20satisfacer%20sus%20propias%20necesidades%20BB.>

financiero tradicional a uno más activo al involucrar a las comunidades, los gobiernos y demás actores para promover el desarrollo sostenible. Los ODS representan un lenguaje común para todos los actores en la sociedad para contribuir al desarrollo sostenible y constituyen un marco global para que las empresas se alineen y contribuyan a la sociedad”. (undp.org)

Que es Moda Sostenible

El objetivo número 12 de la Agenda 2030 propone una “Producción y consumo responsable” siendo la industria textil y de la moda una actividad productiva con varios sectores económicos involucrados (agricultura, ganadería, hilado, teñido, comercialización, tecnología, entre otros) dejando en todo este proceso una gran huella ecológica a disminuir.



*El objetivo que busca la moda sostenible: **diseñar y crear prendas de calidad y longevas fomentando modos de producción ecológicos y salarios justos con la idea de minimizar la huella de carbono y los residuos derivados de la moda.***

La nueva conciencia. Todos los involucrados en la cadena asumen parte de la responsabilidad y aportan a la solución.



Algunas características de la moda sostenible

- promueve el uso y no la posesión
- reduce y mitiga los efectos negativos con el medio ambiente, promueve el uso responsable y sostenible de los elementos de la naturaleza que se empleen en la producción
- promueve la producción local y ecológica, se distinguen las pequeñas e impactantes colecciones
- destaca los valores socioculturales de las comunidades cercanas y vulnerables, los incorpora al diseño
- promueve el consumo justo y responsable, insta al consumo consciente
- se enfoca en el ciclo de vida del producto, que se puede traducir en una reducción del impacto medioambiental y de los recursos en el proceso de producción, su transporte, packaging
- promueve la producción de calidad, busca reducir del uso de sustancias químicas en el proceso de elaboración
- apuesta por productos que puedan reciclarse, la actividad industrial genera gran cantidad de desperdicios, el desafío es reducirlos a la menor cantidad y reincorporarlos al proceso productivo, directa e indirectamente
- promueve la compra local, glocalización : utiliza productos y servicios de cercanía, el comercio local se pone de relieve y se fortalece la cadena de suministro dando lugar a los locales.
- promueve la generación de empleo y el emprendedurismo, las condiciones laborales deben ser las adecuadas, asegurando un salario digno y el cumplimiento de los derechos laborales así como la formalización de la actividad, de preferencia se debe contratar personas cercanas a la comunidad a fin de crear entornos que mejoren la calidad de vida. Se da valor al trabajo manual
- busca la transparencia en todo momento : en el uso de materiales, como en la adquisición y venta de los mismos, beneficios, comunicación, reportes, certificaciones, etc.³



³ <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/caracteristicas-de-la-moda-sostenible-que-debes-conocer#>

Beneficios de formar parte del movimiento

La Sostenibilidad se ha puesto de Moda, y con ello la Moda Sostenible lidera la tendencia del consumo consciente o responsable algo que al fin empieza a notarse en nuestros hábitos de vida,

Cada día se suman más personas a esta línea de consumo, sabiendo que con sus preferencias se unen al cuidado del medio ambiente, al respeto por los factores socioculturales y a través del comercio justo generando prosperidad económica.

Las empresas reconocen y responden a las altas exigencias del consumidor actual y realizan esfuerzos para alcanzar los beneficios de producir con criterios de sostenibilidad.

Se vuelven notables los beneficios de formar parte de este movimiento, se mencionan algunos:

- la empresa que se adhiera pasa a formar parte de un movimiento mundial que busca mitigar los efectos negativos de la industria
- el networking empresarial se fortalece : se vincula con otras empresas de similares objetivos, nuevos grupos de interés
- los consumidores responsables visibilizan y distinguen a las empresas que hayan asumido el compromiso de producir bajo criterios de sostenibilidad
- ayuda a innovar en la utilización de productos que no dañen el medio ambiente y a reducir los procesos innecesarios de transporte y logística
- la “ calidad “ se ha puesto de moda, es una gran oportunidad de rever las líneas de producción e incorporar valor a las mismas, nuevos aliados
- se visibilizan y agregan valor la incorporación de certificaciones de sostenibilidad al proceso de producción y a las de comercio justo y se utilizan para la difusión y dan valor a la comunicación de la marca
- la empresa gana prestigio y alcanza a nuevos nichos de mercado
- insta a modernizar los procesos internos y a formalizar la actividad comercial
- el movimiento invita a ser agentes de cambio en la sociedad, a asumir un rol activo y participativo y da notoriedad sobre esto
- la demanda va cambiando, la oferta debe cambiar más rápido. Los patrones de producción sin conciencia ya no son una opción!
- cuando se comunica de modo sostenible se informa sobre el impacto positivo que deja la empresa en el medio ambiente y en la sociedad, menciona la “ huella verde “ y coloca a la misma en un nivel más elevado.
- se accede a herramientas financieras que buscan apoyar a empresas que situadas en el camino a la sostenibilidad

- ayuda a ordenar los reportes de sostenibilidad y abre las puertas para el acceso a otras certificaciones

El Sello de la Moda Sostenible en Paraguay te invita a formar parte del movimiento universal de la Moda Sostenible, hablando en el mismo idioma que hablan los consumidores responsables, conscientes, ecológicos, emocionales en su mayoría “millenials”.

De la mano de la AICP el Sello promociona a las marcas y productos que cumplan con los criterios de sostenibilidad y da la oportunidad de formar parte de la gran familia asistiendo a eventos nacionales e internacionales, conversatorios, ferias y una amplia gama de plataformas de e-commerce.

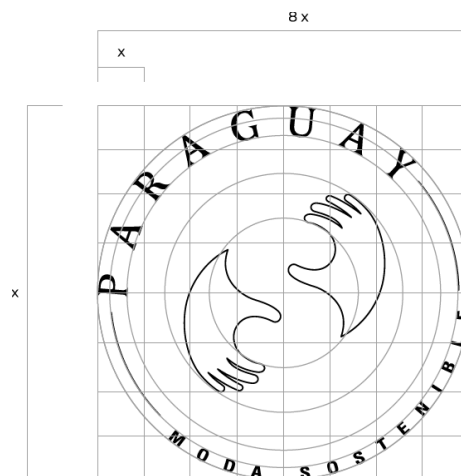
Términos relacionados :

La moda slow o ética rechaza el modo de producción fast fashion y se fundamenta en los materiales y productores locales.

Moda ‘upcycling’: busca alargar la vida útil de los productos a través de la reutilización o la modificación de los mismos. El emprendedurismo ha dado lugar a tiendas de “segunda mano “ en donde adquirir estos productos y talleres en donde se procede a la modificación de los mismos.

Moda consciente: es el término que invita a reflexionar al consumidor el origen de los productos que consume, conocer más sobre el proceso de elaboración, etc

Moda circular: es una transformación del concepto de producto que, en lugar de ser entendido como algo que acabará en las manos de un consumidor, se concibe como algo que será utilizado por alguien en concreto durante un tiempo, pero luego continuará circulando sin perder su valor.



Impactos negativos globales de la industria

Sabías que la Industria de la moda contribuye al 10 % de la huella de carbono global. Si nada cambia, en 2050 esta industria será la responsable de una cuarta parte de la emisión mundial de carbono.

Producir prendas libera medio millón de toneladas de microfibras al océano cada año, es decir, el equivalente a más de 50 billones de botellas de plástico.

El sector textil es el 2º mayor contaminante de agua dulce en el mundo por detrás de la agricultura.

Alrededor del 22 % del impacto ambiental de la industria de la moda está representado por el transporte.

El 87 % de las fibras utilizadas para fabricar 100.000 millones de prendas a nivel mundial terminan en un vertedero o son incineradas.

Una sola prenda de poliéster libera hasta un millón de microfibras de plástico en un único lavado.

Los pronósticos cifran en 102 millones de toneladas el consumo de ropa en 2030.

Tal y como informó Greenpeace en su informe “Destino cero: siete años desintoxicando la industria de la moda”, el 85 % de la industria de la moda todavía está lejos de eliminar la sustancias químicas peligrosas de su cadena productiva.

Sello de la Moda Sostenible en Paraguay, cómo nace, qué es?



Inicios

Esta iniciativa nace en la Asociación Industrial de Confeccionistas del Paraguay – AICP en el año 2019 con apoyo de la Misión Técnica de Taiwán y con la participación activa, conformándose la Comisión de la Moda Sostenible con empresas del sector.

Es un movimiento que sustenta la tendencia de la Moda Sostenible en nuestro país, apostando por la moda ética y sostenible, conectando el diseño con la cultura e identidad local, con el valor del respeto al medio ambiente, a la naturaleza y que propicie la dinámica económica generando prosperidad, al tiempo de observar el comercio justo, la justicia social, la generación de empleo e inclusión social.

Las actividades que impulsa el Sello de la Moda Sostenible promueven el uso y no la posesión, la transparencia en la cadena de valor, en los procesos de producción.

Invita a trabajar coordinadamente por un bien común, con proactividad y teniendo de base las alianzas estratégicas, siendo altamente inclusivos en la cadena de valor : diseñadores, proveedores, talleres y fábricas, marcas locales, tiendas, educadores, organizaciones afines, comunicadores, funs, influencers, consumidores. Asumiendo los desafíos de forma compartida con toda la cadena de valor.

El Sello aspira a mostrar la responsabilidad, el compromiso y esfuerzo de las empresas y marcas para despertar la compra consiente asumiendo la misión de

comunicar de forma transparente e involucrando al consumidor como eslabón protagonista de la historia del producto promoviendo el consumo responsable.



Objetivos

Que busca esta guía

La presente guía busca orientar a las empresas del sector textil y confecciones así como a la cadena de valor de la industria en el Paraguay en el camino que conduce a la Sostenibilidad, entendiendo como el equilibrio entre el medio ambiente, lo social y prosperidad colocando a la persona en el centro de la acción.

Cada día es más importante que se generen mecanismos de verificación y exigencia de los estándares sociales y ambientales a lo largo de la cadena de abastecimiento o suministro. El compromiso con la transparencia a lo largo de la cadena de valor: desde la utilización de materia prima local e internacional, diseño responsable e inclusivo, producción, ventas al mayoreo o minoreo, e commerce, conocimiento de nichos de mercado, clientes responsables, economía circular.



Etapas del Proceso

1. Compra y transformación de Materia Prima

Las empresas se interesan en conocer la procedencia de la materia prima, origen, solicitan a los proveedores el listado y características de las

certificaciones vinculadas a la materia prima que utiliza en el proceso de elaboración del producto.

Se aprovechan los espacios que generan mayor conocimiento de los procesos de elaboración en origen, ya sea en territorio nacional o extranjero a fin de conocer las condiciones y exigencias medioambientales y sociales.

Esta información es utilizada para la comunicación estratégica a través de los canales de difusión y promoción de los productos que comercializa en la certeza de generar confianza y fidelidad al consumidor final.

2. Diseño

Las empresas reconocen y destacan la identidad local incorporando elementos que forman parte del acervo cultural del país en el diseño final. Fomentan el emprendedurismo, dan valor a las técnicas ancestrales en cuero, ñanduti, aho poi y otros que pasan de generación en generación evitando la pérdida de estos conocimientos

Se reconocen como agentes de cambio cuando propician la incorporación de colectivos sociales vulnerables en la cadena de valor de los productos que comercializa apoyando la formalización y las alianzas estratégicas.

Buscan generar catálogos innovadores, creativos en espacios donde se aprecie la naturaleza diversa, aspectos de la cultura local poniendo de relieve a la persona, al ser humano por encima del producto.

La empresa ha sabido moverse al ritmo del mercado incorporando nuevas colecciones con innovaciones sostenibles, nuevos productos, nuevas líneas pensadas en identidad y calidad : “slow fashion”.

La agenda de Responsabilidad Social Empresarial adoptada asume el impacto que genera las acciones vinculadas a la economía circular.

3. Producción

Tanto en los talleres propios como en los tercerizados, se logra el conocimiento de las condiciones de trabajo de los colaboradores, ya sean estos directos e indirectos.

Se identifica la territorialidad de las operaciones de producción, se conoce la comunidad e incluso los proyectos locales en curso cercanos, se realiza un acercamiento a las autoridades y organizaciones locales para generar alianzas estratégicas



Es de interés llevar adelante investigación e inversión en tecnología de eficiencia en la producción para mitigar efectos invernadero (aire, agua, electricidad, vertimientos, disminución en el uso/tratamiento adecuado de químicos contaminantes, tecnología led de bajo consumo, etc) y se realizan los esfuerzos de cumplimiento con la normativa vigente.

La empresa cuenta con máquinas con garantía de eficiencia energética y reducción de residuos, están al día los seguros para la prevención de accidentes, cumple con los requisitos de protección social.

En los procesos de lavado pre y post producción, la empresa incorpora tecnología de medición del uso y vertimiento del agua y utiliza productos ecológicos que ayuden al cuidado del medioambiente, así como también terceriza los servicios dando valor a empresas nacionales que utilizan productos ecológicos. Se realiza controles periódicos de tratamiento de aguas negras y cuenta con la licencia ambiental respectiva al día y en orden.

4. Proveedores

La empresa se interesa y conoce a los proveedores, las condiciones de la comunidad en la que viven tanto social como medioambiental. Busca mejorar la calidad de vida de los mismos a través de proyectos con organizaciones dedicadas a ello. La prosperidad en la cadena de valor es la consigna, se asume el liderazgo del trabajo cooperativo constituyéndose en un eslabón de vital importancia. La organización ha propiciado entablar alianzas con proveedores mipymes, empresas familiares, etc

La formalización de los proveedores ayuda al crecimiento de la economía local y nacional. Se asume el desafío de acercar a los proveedores a los canales públicos establecidos a fin de fortalecer la actividad de los mismos y evitar la informalidad. Se apoya en generar nuevas habilidades que redunden en beneficio de la calidad de vida de los que conforman la cadena de suministro.



La empresa asume el compromiso de trabajar por y con comunidades vulnerables , mujeres de la base de la pirámide, recluidos de libertad, indígenas, ex convictos, personas discapacitadas, etc.

5. Colaboradores

Ya sean directos e indirectos, la empresa asume su responsabilidad social brindando un ambiente digno en donde puedan crecer profesional y humanamente. Se cumple con toda legalidad los estándares salariales. El crecimiento personal de cada uno en cuestiones relacionadas a la educación,

asistencia social, cuidado de mujeres y niños, la salud física y emocional es muy importante y la empresa asume el compromiso de velar por ello vinculándolos a programas y públicos y proyectos privados. Periódicamente se realiza contactos y alianzas con organizaciones y/o fundaciones a fin de mejorar aspectos de la vida de los colaboradores.

Se llevan a cabo programas de pasantías y/o de incorporación de emprendedores para generar nuevas oportunidades y captar nuevos talentos, en especial a mujeres madres de familia, jóvenes estudiantes, promoviendo el empleo parcial, personas con capacidades y habilidades diferentes, discapacitados, otros.

La empresa cuenta con un manifiesto de colaboradores instando a los cuidados que deben tener en el manejo de máquinas, cuidando el bienestar de los mismos. La empresa mantiene al día el plan de seguro social para los colaboradores directos (Instituto de Previsión Social)



6. Gestión de Residuos

El sector de Textiles y Confecciones genera una gran cantidad de residuos reciclables, algunos de ellos con valor para volver a incorporar en la economía circular directa y/o indirectamente, interconectada entre otras, ya sea como parte de nuevos productos o relleno. La empresa se muestra activa en la generación de nueva línea de productos bajo esta descripción y/o vincula con otros posibles usos con comunidades vulnerables, de esta manera contribuye con la generación de empleo, mejorando la calidad de vida de las personas, etc.

7. Uso de residuos / desechos

La empresa asume compromisos y realiza alianzas con los municipios en donde actúan, con las comunidades vulnerables, con vertederos, con organizaciones ligadas a la actividad, para lograr el conocimiento del paradero final de los residuos. Presta especial atención en lograr que los residuos se aprovechen incorporándolos en la producción de nuevos productos, y para lograrlo responder a la necesidad de capacitación de las comunidades.

Se dispone espacios de separación de residuos y disposición final, contratando mano de obra para este fin. La empresa conoce el trayecto de los residuos textiles, y se hace cargo de los mismos bajo la premisa de la economía circular.

8. La venta, mayorista o minorista, distribución

El liderazgo de la empresa ha demostrado la adaptación a nuevas modalidades de venta y distribución, las alianzas colaborativas son claves en el proceso. Los

productos que comercializa se encuentran disponibles en locales propios, en multitiendas o compartiendo espacios comunes.

El e-commerce se ha implementado eficazmente respondiendo a nuevas exigencias del consumidor responsable que exige la respuesta rápida en cuestiones de seguridad y confianza.

La innovación se incorpora a los procesos de comercialización, venta y distribución. Se tiene en cuenta nuevos eslabones, tercerización, franquicias y nuevas modalidades a fin de satisfacer la demanda del consumidor.

En los locales de venta, ya sean propios o compartidos se comunica en términos de concienciar a los proveedores, colaboradores y consumidores sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, utilización de recursos escasos, etc. Se aprovecha cada espacio con creatividad para comunicar la responsabilidad social y ambiental de la empresa o de la iniciativa.

9. Etiquetado y Empaques:

La empresa cumple con todas las exigencias legales incorporando información mandatorio y de utilidad en sus etiquetas o en etiquetas adicionales, con o sin código QR, Marcas y Moda con Propósito.

Coloca además etiquetas o distintivos que hacen mención a campañas sostenibles y temáticas. Prioriza acuerdos con marcas nacionales para maximizar el impacto comunicacional.

Brinda información transparente, veraz, geo referenciada, sobre los elementos que hacen al producto (químicos, cuidados, etc), garantías, utilidad, y datos relevantes a la durabilidad y cuidado del producto. Ha realizado inversión en tecnología para el logro de estos objetivos.



10. Logística, distribución

La empresa observa, mide y se encarga de los residuos derivados del transporte y embalaje de productos, los empaques y bolsas de entrega, el mobiliario de tienda, etc y realiza esfuerzos en hacer una “ reingeniería “ en la distribución de los mismos

Periódicamente se realiza controles de mantenimiento de sus unidades de distribución

Se asocia estratégicamente con otros sistemas de distribución a fin de minimizar las emisiones de carbono. Incorpora nuevas modalidades de distribución y

logística a través de los “ delivery” de productos, tanto para mayoristas como minoristas.

Asimismo elimina el uso de recursos relacionados a la papelería en la logística y venta, utiliza materiales de empaques reciclados, reciclables o degradables.

11. Postventa

El Producto final pasa por un proceso de producción y transformación hasta llegar al momento de la venta. Toda esta trayectoria forma parte de la historia del producto. Pero no termina aquí ; El proceso no culmina con la transacción de venta, aquí comienza una relación estrecha con el consumidor que se convierte en el tenedor del mismo. La Moda Sostenible también se interesa en conocer la historia del producto desde el momento de la venta al consumidor hasta su disposición final.

La empresa busca conocer las preferencias de los consumidores, informaciones que le son de ayuda para generar nuevas líneas de productos y/o adaptar los ya existentes. En el marco de la Sostenibilidad, la empresa debe poder vincularse al producto hasta después de la transacción de venta.

La empresa realiza campañas de difusión de la moda circular instando al re uso, reciclaje, renovación de los productos, de forma individual o bajo acuerdos con otras empresas o vinculados a proyectos de donación.

Se realiza de forma periódica encuestas de satisfacción al cliente realizando el acercamiento que genera la fidelización de la marca.

12. Responsabilidad Social Empresarial

La empresa entiende el valor trascendental de adoptar una política de Responsabilidad Social Empresarial de carácter sostenible, adhiriéndose a campañas de difusión y promoción de la industria que respeta el medio ambiente al tiempo de cuidar al talento humano destacando los valores socio-culturales y la autenticidad nacional. La RSE entendida de esta forma genera prosperidad a nivel país.

La RSE puede darse dentro o fuera de la cadena de valor y debe generar impacto cuantitativo. Comunicar en estos términos a través de las herramientas de evaluación de los procesos en las organizaciones constituye un valor agregado y de prestigio.



La empresa emplea herramientas de planificación, medición y evaluación de indicadores de la política de RSE y realiza reportes públicos al respecto.

13. Comunicación y Marketing

La comunicación eficaz deja efectos muy positivos en la empresa: mejora la competitividad de la organización, así como la forma en la que se puede adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno, con el fin de conseguir los objetivos que se hayan propuesto.

Tanto la comunicación interna como externa son de vital importancia para socializar los objetivos de la organización traducidos en los esfuerzos de producción y de servicios.

La empresa se reconoce como agente de cambio en la sociedad por lo tanto tiene el deber moral de comunicar las actividades que promueve y realiza tendientes al mejoramiento de la calidad de vida del entorno en el cual se mueve

Comunicar Sosteniblemente es generar conciencia a través de las acciones que se realizan en las organizaciones cuyos esfuerzos son edificar una sociedad más justa, equitativa, sostenible.

En constante cambio, el marketing es de vital importancia cuando la comunicación es veraz. Ya sea de forma tradicional o convencional o se incorpore elementos de la cultura tradicional debe darse de forma creativa y con el fin de alcanzar el segmento de mercado objetivo.

La empresa destaca la identidad y autenticidad y se adhiere a campañas de comunicación sostenibles en alianzas colaborativas.

Se concentra en la “historia”, en la narrativa creativa generando conexión entre la marca, el producto y el consumidor a través de la comunicación de valores.



14. Valor compartido y Sostenibilidad

La organización se ha comprometido con la causa nacional de fortalecer la red industrial y empresarial al tiempo de cumplir con las obligaciones y requisitos legales que rige la actividad.

La empresa genera valor a los accionistas, promueve la inversión extranjera y nacional, participa activamente en los gremios y asociaciones a que pertenece. Se vincula con los medios de prensa, el Gobierno, organizaciones del tercer sector etc.

Promueve el comercio justo, apoya e impulsa acciones puntuales para mitigar flagelos como el contrabando, informalidad, subvaloración de precios.

Ha sabido innovar en épocas de recesión económica reactivando la dinámica económica nacional. La innovación forma parte del desafío empresarial, aliándose con diseñadores locales para dar mayor valor agregado al producto.

Lidera y contribuye con iniciativas ligadas a investigaciones en I + D, mostrando competitividad en la adopción de técnicas innovadoras de carácter cultural destacando la personalidad étnica, artesanal.

Realiza esfuerzos notables en la internacionalización del producto que redunde en beneficio del posicionamiento de la “marca Paraguaya “. Participa en eventos nacionales e internacionales representando a la marca y al país.

La organización participa activamente en las actividades de la AICP que buscan destacar la Moda, el diseño y la creatividad del país. Se compromete con los objetivos asociativos adhiriéndose a campañas sostenibles de la AICP



Apoya a la industria nacional realizando alianzas estratégicas para la provisión de servicios, conectar con empresas paraguayas, garantiza la dinámica económica local.

La empresa muestra interés acerca de la Moda Sostenible incorporando criterios de sostenibilidad en sus procesos, sensibilizando al consumidor sobre la importancia de mantenerse en esta senda. Reconoce la motivación de compra del cliente y de la tendencia en consumir productos que generan valor en la vida del consumidor. Destaca al “ser humano “detrás del producto y da a conocer el compromiso con las comunidades vulnerables.

La empresa ha incorporado cambios en los procesos a fin de mitigar el uso de plásticos de un solo uso. Utiliza envases reciclables, de papel, otros y de empresas paraguayas que reportan sostenibilidad.

La sostenibilidad brinda equilibrio, tiene un pilar social, uno económico y uno medioambiental. Los tres tienen su peso y, sin uno de ellos, no es posible hablar de sostenibilidad. Si tenemos una marca de moda sostenible, tenemos que serlo en las tres dimensiones, social, económica y medioambiental.



Si ! Quiero formar parte del Sello de Moda Sostenible en Paraguay!

Pasos a seguir

1. En la página web de la AICP www.aicp.gov.py , da click sobre el Sello de la Moda Sostenible en Paraguay. Te llevará a enviar un mail con la intención de formar parte de este Movimiento.
2. La AICP entrará en contacto, enviará el formulario que debes completar con los datos de la Marca / Empresa.
3. Se concretará un encuentro con el fin de explicar el estándar de cumplimiento del Sello. Una vez de acuerdo se debe pagar el canon establecido, el mismo se destinará a los gastos de verificación y seguimiento de los estándares, así como de la comunicación, difusión y promoción.
5. Se oficializa con la firma del código de cumplimiento de los estándares del Sello, con duración de un año, la empresa debe demostrar cumplimiento de los mismos.

La AICP, a través del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay dará amplio destaque a las actividades de las empresas en las redes sociales y medios de comunicación destinados para el efecto.

LISTO ¡!



Estándares de cumplimiento del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay

EMPRESA :				
Estándares del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay				
		SI	NO	N/A
	Elaboración, compra y transformación de materia prima :			
1	Se conoce el origen de la materia prima, las certificaciones de las mismas, de producción, de comercio justo, otras			
2	En la difusión y promoción de los productos / marca se mencionan las certificaciones vinculadas a los mismos			
3	La empresa comunica y socializa el proceso de producción a través de materiales audiovisuales con énfasis en cuestiones medioambientales y sociales			
	Observaciones adicionales			
Diseño :				
4	La empresa incorpora a su cadena de valor elementos de la identidad local. Utiliza elementos del acervo cultural y natural del país en sus productos, líneas de productos, marca, etc			

5	En la difusión y promoción se menciona la localización de tales acervos incluyendo a los colectivos sociales			
6	Se elabora catálogos físicos y digitales mencionando e incorporando a los colectivos sociales. Se distingue a la "Persona" por encima del producto			
7	Promueve y fomenta el re uso, la re utilización y la reducción de recursos así como el reciclaje y la customización de los productos. (moda circular, slow fashion, otros)			
	Observaciones adicionales			
	Producción			
8	Se interesa en conocer las condiciones ambientales y laborales en talleres propios o tercerizados, directos o indirectos			
9	Ha observado la " territorialidad " de sus operaciones (talleres con los que trabaja de forma directa o indirecta, sean propios o tercerizados). Se ha realizado un acercamiento a las comunidades locales a través de proyectos en curso , a las autoridades y organizaciones locales, realizando alianzas estratégicas para el logro de los resultados			
10	Se realiza prospección de inversión en tecnología de eficiencia en la producción para mitigar efectos de gases invernadero (aire, agua, electricidad, vertimientos, disminución en el uso/tratamiento adecuado de químicos contaminantes, otros,)			
11	Se cumple con la normativa medioambiental y social vigente			

12	La empresa cuenta con máquinas con garantía de eficiencia energética y reducción de residuos.			
13	Estan al día con seguros de prevención de accidentes			
14	En los procesos de lavado pre y post producción, la empresa utiliza tecnología de medición del uso del agua y productos ecológicos que ayuden al cuidado del medioambiente			
15	Realiza tercerización de servicios dando valor a empresas paraguayas que utilizan productos nacionales ecológicos			
16	La empresa se adapta al ritmo del mercado incorporando nuevas colecciones con innovaciones sostenibles, nuevos productos , nuevas líneas pensadas en identidad y calidad,			
	Observaciones adicionales			
	Proveedores y Colaboradores			
17	La empresa se interesa e involucra en la calidad de vida de sus colaboradores / proveedores generando impacto social			
18	Participa de proyectos con organizaciones que buscan mejorar la calidad de vida de sus colaboradores / proveedores			
19	En la cadena de valor se incluye a emprendedores y /o mypimes fomentando la formalización del sector			
20	La empresa invierte en la prevención de accidentes y seguros , en la protección social, insta a los colaboradores y proveedores a utilizar elementos de seguridad en la actividad.			
21	Implementa encuestas a los colaboradores y proveedores para conocer el grado de satisfacción y/o necesidades			

22	Ha participado de programas de apoyo a la formalización del sector contribuyendo con la formación especializada y técnica de los proveedores y/o de los colaboradores, incluyendo habilidades blandas y para la vida.			
23	Cumple con la legislación en la inclusión de personas con capacidades especiales así como comunidades vulnerables, mujeres de la base de la pirámide, etc.			
24	La empresa se esmera en brindar un ambiente digno a sus colaboradores en donde puedan crecer profesional y humanamente.			
25	Se lleva adelante programas de pasantías y/o incorporación de emprendedores para generar nuevas oportunidades y captar nuevos talentos			
26	Se cumple con el plan de seguro social IPS			
	Observaciones adicionales			
	Gestión y uso de Residuos			
27	La Empresa realiza esfuerzos en la reutilización de los residuos en la cadena de suministro propia o interconectada con otras.			
28	Realiza alianzas con el Municipio u organizaciones para donar/vender los residuos textiles para que se elaboren otros productos y que esto genere mejoramiento en la calidad de vida de comunidades vulnerables			
29	La empresa dispone de espacios destinados a la separación de residuos e incorpora colaboradores externos para esta tarea dando oportunidad			

30	La empresa conoce el trayecto de los residuos y se hace cargo de los mismos bajo la premisa de la economía circular			
	Observaciones adicionales			
	Venta, mayorista / minorista, distribución			
31	La empresa se adapta a nuevas modalidades de venta : comparte espacios con otras marcas			
32	Brinda mensajes sobre el cuidado del medio ambiente y de la sociedad en espacios públicos (internos / externos) en donde los clientes / consumidores / proveedores / colaboradores puedan observar.			
33	La empresa realiza esfuerzos en la comercialización on line, redes sociales, e-commerce, etc .			
34	Se adapta a nuevas modalidades con redes de distribución. (delivery)			
	Observaciones adicionales			
	Etiquetado y Empaques			
35	La empresa cumple con las exigencias incorporando información de importancia en las etiquetas o con etiquetas adicionales			
36	En las etiquetas y/o envases/empaques informa sobre campañas del Sello de Moda Sostenible			
37	Informa sobre el cuidado de los productos, tipología de los elementos, etc			
38	Realiza esfuerzos en reducir el uso del plástico de un solo uso			
	Observaciones adicionales			
	Logística, distribución			
39	La empresa se encarga de minimizar los residuos resultantes de la logística y			

	distribución : embalaje, empaques, bolsas, mobiliario, etc Se realiza controles periódicos de mantenimiento			
40	Realiza alianzas con otros sistemas de distribución a fin de mitigar impactos negativos			
41	Elimina y/o disminuye el uso de papeles en los procesos, utiliza materiales de empaques reciclados, reciclables o degradables.			
	Observaciones adicionales			
	Postventa			
42	La Empresa mantiene el contacto con los consumidores, realiza sondeos , encuestas de satisfacción con el fin de conocer preferencias , da seguimiento a los productos vendidos buscando conocer tiempo de uso del producto, de la disposición final, etc			
43	Realiza y se suma a campañas de " moda circular " : recuperación del producto para involucrarlas en otra cadena de valor o con algún fin social, descuentos por nuevas compras, plantación de árboles, otros			
	Observaciones adicionales			
	Responsabilidad Social Empresarial			
44	Se adhiere a campañas de difusión y promoción de la industria incorporando el respeto al medio ambiente, aspectos socio culturales y la prosperidad de las personas.			
45	Mantiene una agenda de RSE dentro y/o fuera de la cadena de valor			
46	Emplea herramientas de planificación, medición y evaluación de los indicadores y realiza reportes			

	Observaciones adicionales			
	Comunicación y Marketing Sostenible			
47	La empresa comunica de forma eficiente y eficaz, interna y externamente, la pagina web esta actualizada y utiliza de forma activa las redes sociales.			
48	Se adapta a los constantes cambios, la comunicación estratégica es creativa, participativa e inclusiva. Destacando la cultura Paraguaya, la flora y fauna, aspectos socio culturales, dando destaque a la Persona detrás del producto			
49	La Organización comunica en términos sostenibles, mencionando el Re Uso, Re utilización, Renovación de productos, etc instando a consumir de manera responsable			
50	La empresa destaca la identidad y autenticidad y se adhiere a campañas de comunicación sostenibles en alianzas colaborativas			
	Observaciones adicionales			
	Valor compartido y Sostenibilidad			
51	La organización se compromete con la causa nacional de fortalecer la red industrial y empresarial al tiempo de cumplir con las obligaciones de la actividad			
52	Genera valor a los accionistas, promueve la inversión extranjera y nacional.			
53	Participa activamente en los gremios que pertenece , brinda apoyo en la mitigación del contrabando, informalidad, subvaloración de precios, temas de comercio justo , etc			
54	Genera y se inserta en programas de apoyo a productores nacionales a fin de			

	dar mayor valor agregado a los productos y a la marca.			
55	Propicia el diálogo y participa en eventos con medios de prensa, comunicadores, gobierno y sociedad civil, fundaciones, organismos internacionales, otros para dar apoyo al sector.			
56	Lidera y contribuye con investigaciones en I+D , técnicas innovadoras, sobre temas relacionados a la actividad y que dejen un legado en la sociedad.			
57	Realiza contactos con Universidades, centros técnicos, otros, promoviendo pasantías, capacitaciones, sondeos, encuestas, etc			
58	Realiza esfuerzos en la internacionalización del producto que redunde en beneficio del posicionamiento de la “marca Paraguaya “ y de otros productos / eslabones de la producción. Participa en eventos nacionales e internacionales.			
59	La Empresa mantiene contacto con las comunidades de Artesanos en Paraguay, los incorpora a los diseños de los productos y promociona la actividad artesanal bajo estricto cumplimiento de los requisitos establecidos en el " protocolo de intervención / manual de buenas practicas " elaborado por el Instituto Paraguayo de Artesanía-IPA .			
60	Busca aliados con otras empresa/organizaciones del sector o no, en la generación de productos/campañas/ que maximizen y multipliquen el impacto en la sociedad y el medioambiente			
61	Participa en las actividades de la AICP, instando a otras empresas a formar parte de esta iniciativa que busca posicionar la			

	MODA SOSTENIBLE, EL DISEÑO , la creatividad del Paraguay.			
	Observaciones adicionales :			

A continuación encontrará los estándares de cumplimientos que la Empresa debe cumplir para alcanzar el Sello de la Moda Sostenible en Paraguay, previa firma del Acuerdo.

Anualmente, la AICP realizará el análisis y evaluación de cumplimiento de estos estándares y de otros que pudieran agregarse con la aprobación de la Comisión impulsora del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay. La participación en la Comisión mencionada es de carácter voluntario y destaca la pro actividad que merece tan importante actividad industrial.

Doy fe del cumplimiento de los estándares del Sello de la Moda Sostenible en Paraguay y me comprometo a generar conciencia como agente de cambio en la sociedad en el camino a la Sostenibilidad.

Reconozco el valor de los mismos en la tarea de apoyar e impulsar la actividad industrial y comercial del sector textil y confecciones y su importante cadena de valor.

Paraguay, a los días del mes de del año .

Nombre de la Empresa/Empresario

Firma

