

El Derecho de la Moda y los financiamientos que están dando la hora en el negocio de la Moda en Perú

Por Annalucia Fasson. Publicado en la Revista Lexlatin el 4 de agosto de 2016.

Mucha gente se me acerca y me comenta que desea invertir en el sector moda pero no sabe cómo hacerlo, y es que comenzar con cualquier nuevo emprendimiento no es nada fácil, y no solo estoy hablando del sector moda o retail sino en general de cualquier rubro, pues no solo basta tener una gran idea o contar con un capital mínimo, sino se necesita de un periodo de inversión para llevar adelante una empresa.

Actualmente, hay varias modalidades que vienen desde las más tradicionales como *family, friends and fools*, es decir, tus familiares y amigos te financian con cargo a que cuando te vaya bien, devuelvas el dinero o los préstamos bancarios que te otorgan la posibilidad de financiamiento con una garantía ya sea mobiliaria (máquinas) o hipotecaria (inmueble) permitiendo apalancar hasta un 80% o 90% dependiendo del flujo de caja que el negocio lo permite, pero que al no tener historial crediticio a muchas personas se les niega.

A. Frente a estos financiamientos surgen nuevas formas de apalancamiento tales como:

1. **Invitar a participar a un nuevo inversionista, “Business angels”, o “Inversores ángeles”.** Estos inversionistas evalúan proyectos y si ven retorno invierten su capital bajo su propio riesgo en las fases iniciales de la empresa, aportando experiencia, conocimiento y contactos. También pueden aportar “el capital semilla” que les servirá a la empresa para la etapa de investigación y desarrollo de la nueva empresa en su fase inicial o mediante la modalidad del “Venture capital” o “Capital riesgo” en donde aporta capital en la etapa temprana de la empresa pero a cambio de una participación accionaria.

En el Perú existe la empresa “Ángel Ventures Perú”, la misma que tiene presencia también en México y USA y que tiene la misión de permitir que los emprendedores puedan contactar con inversionistas los cuales evalúan sus ideas, analizan el potencial de la empresa y su rentabilidad.

2. **Convenios con Organismos No Gubernamentales (ONG).** Cuando vendemos productos dentro del movimiento de moda sostenible, que buscan proteger el medio ambiente o contribuir mediante el desarrollo con las comunidades (responsabilidad social) como por ejemplo trabajando con los artesanos quienes por ejemplo bordan carteras o zapatos y parte de lo que se vende también se le distribuye a los artesanos.

En el Perú tenemos la ONG Minkando, “Minka” significa trabajo en comunidad. Esta ONG es gestionada por jóvenes y genera desarrollo sostenible en el Perú por los niños y adolescentes, a través de distintos proyectos. Dentro de las empresas aliadas está Awaking liderada por la diseñadora de joyas Claudia Navarro, quien entrega a la ONG Minkando una parte de cada venta de pulseras de diversos colores.

3. **Fondos para Start Up.** ¿Y qué es una empresa *Start Up*?, Son aquellas empresas que recién empiezan, y cuyo modelo de negocio es innovador, se dedican a desarrollar ideas creativas y

que si bien están asociadas a la tecnología permean a distintas industrias. Algunas empresas de moda que han sabido vender sus productos *online* y han creado aplicaciones relacionadas con su producto, por ejemplo “Chicísimo App Moda y Ropa”, que permite ver tanto el look sino como los establecimientos que venden dichas prendas y accesorios.

En el Perú se puede conseguir recursos a través del Fondo Marco para la Innovación, Ciencia y Tecnología (FOMITECT) o Fondo el de proyecto de Innovación para la Competitividad (FINCyT). También se puede participar en el concurso que convoca el Ministerio de la Producción en www.start-up.pe, logrando financiamiento hasta de 50,000 soles en caso de resultar ganador.

4. **Crowdfunding.** Es una apuesta colectiva. Normalmente se impulsa en las redes sociales e internet. Esta modalidad consiste en que el emprendedor envía su proyecto o idea de negocio describiendo de que se trata, detallando la cantidad de inversión que requiere y publica el proyecto por un tiempo determinado en la web. En el Perú, por ejemplo, existe la empresa de crowdfunding Kapital Zocial Perú.

B. Ahora bien, si ya se cuenta con un negocio pero se desea expandirlo podría convenir lo siguiente:

1. **Contrato de Licencia de Marca:** Siendo titular de la marca en Indecopi se autoriza para que un tercero la pueda usar a cambio de una contraprestación (regalía). Este contrato permite comercializar un producto o servicio cuya marca pertenece a otro o cuando se tienen una marca a su nombre y desea ampliar su mercado. El contrato de licencia de marca puede ser exclusivo, temporal, territorial, etc.
2. **Contrato de Franquicia:** mediante este contrato se tiene acceso a la fórmula del negocio, conocido como “Know How”. En el Perú tenemos varios ejemplos de franquicias tales como la joyería Ilaria o la ropa de Michelle Belau, entre otros.
3. **Fondo de Inversión.** Se tiene la alternativa de vender la marca a un Fondo de Inversión. En el Perú existe el Fondo de Inversión denominado “Faro Capital Fondo de Inversión en Retail” que ha comprado más de 15 marcas, entre las que destacan Glamour, Menta & Chocolate, Philosophy, entre otras; y que luego de invertir en ellas, las hará crecer generando rentabilidad para luego venderlas.

La idea es que estas marcas compartan un mejor manejo administrativo y comercial, en donde el Fondo comprará mayores volúmenes a sus proveedores y logrará mejores precios pero evidentemente conservando la esencia y estilo de cada marca. Este fondo recibe aportes de inversionistas privadas e institucionales como AFP. Esto permite que las marcas puedan llegar a tiendas por departamentos o tener una mayor presencia de marca en boutiques a nivel nacional.

Como verán existen varias modalidades de financiamiento. Esperamos que los Gobiernos se fijen en este sector de retail y moda y faciliten medidas para acceder a más modalidades de financiamiento que permitan generar más puestos de trabajo e ingresos en beneficio de este rubro.