



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**CROWDFUNDING: ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN ACTUAL Y LA NECESIDAD
DE UN RÉGIMEN ESPECIAL PARA EL FINANCIAMIENTO DE PYMES Y START-**

UPS DE LA MODA PERUANA

Línea de investigación:

Procesos jurídicos y resolución de conflictos

Tesis para optar el grado académico de Maestra en Derecho Empresarial

Autora

Vargas Paima, Kimberly

Asesor

Centurión Portales, Juan Carlos

ORCID: 0000-0002-6021-6335

Jurado

Vargas Rubio, Eleuterio Carlos

Velasco Taipe, Marco Antonio

Rodas Camacho, Lilia

Lima - Perú












2025



Document Information

Analyzed document	1A_VARGAS_PAIMA_KIMBERLY_MAESTRÍA_2023.docx (D163857320)
Submitted	2023-04-13 17:30:00 UTC+02:00
Submitted by	Johnny
Submitter email	jastete@unfv.edu.pe
Similarity	3%
Analysis address	jastete.unfv@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	TESIS REPARADA- SANTI DOMINGUEZ PAULA (1).docx Document TESIS REPARADA- SANTI DOMINGUEZ PAULA (1).docx (D141553083)	 4
W	URL: https://www.garrigues.com/es_ES/noticia/peru-emite-reglamento-actividad-financiamiento-participativo-financiero-o-crowdfunding Fetched: 2021-12-28 08:49:49	 3
W	URL: http://portal.amelica.org/ameli/journal/373/3733082002/html/ Fetched: 2022-12-27 00:17:01	 1
SA	Valeria Sosa TesisT3.docx Document Valeria Sosa TesisT3.docx (D150594734)	 1
W	URL: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622184/Arteaga_ZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y Fetched: 2019-11-29 00:21:13	 3
W	URL: https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/NBR/article/view/285/552 Fetched: 2023-01-04 20:30:45	 1
W	URL: https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17384/80820494.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 2022-05-20 23:09:16	 1
W	URL: https://www.redalyc.org/journal/631/63158905007/html/ Fetched: 2021-08-10 14:09:41	 1
W	URL: https://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/ Fetched: 2019-10-11 14:51:14	 2
W	URL: https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/20625/EI%20Crowdfunding.pdf Fetched: 2022-04-15 23:12:48	 5
SA	CASTELLO BARRACHINA XB03695_20200703_2128_c003.pdf Document CASTELLO_BARRACHINA_XB03695_20200703_2128_c003.pdf (D76085058)	 1



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**CROWDFUNDING: ANÁLISIS DE LA REGULACIÓN ACTUAL Y LA NECESIDAD DE
UN RÉGIMEN ESPECIAL PARA EL FINANCIAMIENTO DE PYMES Y START-UPS
DE LA MODA PERUANA**

Línea de investigación:
Procesos jurídicos y resolución de conflictos

Tesis para optar el Grado Académico de Maestra en Derecho Empresarial

Autora:
Vargas Paima, Kimberly

Asesor:
Centurión Portales, Juan Carlos
(ORCID: 0000-0002-6021-6335)

Jurado:
Vargas Rubio, Eleuterio Carlos
Velasco Taipe, Marco Antonio
Rodas Camacho, Lilia

Lima – Perú
2025

Índice:

Resumen	6
Abstract.....	7
I. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1.Planteamiento del problema.....	10
1.2.Descripción del problema.....	12
1.3.Formulación del problema.....	14
Problema general.....	14
Problemas específicos.....	14
1.4. Antecedentes	15
1.5.Justificación de la investigación.....	20
1.6. Limitaciones de la investigación.....	23
1.7. Objetivos	24
Objetivo general.....	24
Objetivos específicos.....	24
1.8. Hipótesis.....	25
Hipótesis general.....	25
Hipótesis específicas.....	25
II. MARCO TEÓRICO.....	26
2.1.Marco conceptual.....	26
2.2.El Derecho de la Moda.....	29
2.2.1. El Derecho Empresarial y su relación con el Derecho de la Moda....	38
2.2.2. El Derecho de la Moda y su vínculo con el Derecho Financiero: la regulación del <i>Crowdfunding</i>	41
2.3.Propuesta de cambio sobre el <i>Crowdfunding</i>	55

2.3.1.	Régimen especial en la moda peruana.....	55
2.3.2.	El <i>Crowdfunding</i> en Pymes y Start-ups en la Moda Peruana....	58
2.3.3.	Ventajas de una adecuada regulación del <i>Crowdfunding</i>	59
2.3.4.	Rol económico del <i>Crowdfunding</i> en virtud de la Constitución Política del Perú.....	61
2.4.	Legislación comparada.....	63
2.4.1.	Estados Unidos.....	63
2.4.2.	España.....	65
2.4.3.	Reino Unido.....	67
2.4.4.	Italia.....	68
2.4.5.	Colombia.....	69
III.	MÉTODO.....	71
3.1.	Tipo de investigación.....	71
3.2.	Población y muestra.....	71
3.3.	Operacionalización de las variables.....	72
3.4.	Instrumentos.....	73
3.5.	Procedimientos.....	76
3.6.	Análisis de datos.....	77
3.7.	Consideraciones éticas.....	77
IV.	RESULTADOS.....	78
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	81
VI.	CONCLUSIONES.....	84
VII.	RECOMENDACIONES.....	86
VIII.	REFERENCIAS.....	88
IX.	ANEXOS.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variables e indicadores.....	72
Tabla 2: Técnicas e instrumentos.....	73
Tabla 3: Cuestionario para diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana.....	74
Tabla 4: Entrevista para especialistas en Derecho a la Moda.....	75
Tabla 5: Cuestionario para especialistas en Derecho Empresarial.....	76
Tabla 6: Resultados de las encuestas a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana.....	78
Tabla 7: Resultados de las entrevistas a los especialistas en Derecho de la Moda.....	79
Tabla 8: Resultados de las encuestas a especialistas en Derecho Empresarial o áreas conexas.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta realizada a los diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana.....	97
ANEXO 2: Entrevista realizada a los especialistas en Derecho de la Moda.....	108
ANEXO 3: Encuesta realizada a los especialistas en Derecho Empresarial o áreas conexas a este último.....	115

RESUMEN

La presente investigación se ha denominado “Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana” [*Start-up está conformada por un grupo de personas, que pone en el mercado productos o servicios innovadores con ganas de poner como prioridad las necesidades del cliente*], es claro que los emprendedores de hoy requieren capital para iniciarse en el mercado y lo que menos desean es optar por un préstamo bancario [Contrato de mutuo con garantías reales o personales], generando un endeudamiento, que no podría pagarse, no solo el capital sino los intereses, haciendo imposible proseguir con el emprendimiento, en virtud que, la mayoría de los ingresos se generan por las ventas generadas producto de los resultados que genera la moda peruana, un sector que ha incrementado considerablemente la cantidad de emprendedores; sin embargo, estos enfrentan grandes obstáculos económico-administrativos, toda vez que, muchos de ellos, no pueden empezar dicha actividad económica porque carecen de capital de trabajo, lo que, irremediablemente, los hace recurrir a los bancos para gestionar algún crédito con elevadas tasas de interés o, asimismo, recurrir a familiares que puedan prestar el dinero para empezar dicho emprendimiento. Ante este problema, la investigación plantea un cambio en la regulación actual sobre el *Crowdfunding* que permitirá, a los emprendedores de la moda peruana, sentirse estimulados, alentados, y protegidos por el Estado.

Palabras clave: emprendedor, capital, financiamiento, derecho de la moda, *start-ups*.

ABSTRACT

The present investigation has been called "Crowdfunding: Analysis of the current regulation and the need for a special regime for the financing of SMEs and Start-ups of Peruvian fashion" [Start-up is made up of a group of people, who put in market innovative products or services with the desire to put customer needs as a priority], it is clear that today's entrepreneurs require capital to start in the market and what they least want is to opt for a bank loan [Mutual agreement with real guarantees or personal], generating an indebtedness that could not be paid, not only the principal but also the interest, making it impossible to continue with the venture, by virtue of the fact that most of the income is generated by the sales generated as a result of the results generated by the Peruvian fashion, a sector that has considerably increased the number of entrepreneurs; However, they face great economic-administrative obstacles, since many of them cannot start said economic activity because they lack working capital, which inevitably makes them resort to banks to manage a loan with high rates. of interest or, also, resort to relatives who can lend the money to start said venture. Faced with this problem, the research proposes a change in the current regulation on Crowdfunding that will allow Peruvian fashion entrepreneurs to feel stimulated, encouraged, and protected by the State.

Keywords: entrepreneur, capital, financing, fashion law, start-ups.

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro de la disciplina del Derecho de la Moda o también llamado *Fashion Law*: “Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana”. En virtud de este tema, lo primero que cabe preguntarnos es, ¿Existe relación entre el Derecho y la Moda? la respuesta es sencilla, existe mucha relación, la moda, cada día, va creciendo en grandes proporciones y necesita de un estimulante marco legal, sobre todo en el sector de la moda peruana (entendiéndose esto último, como todo aquel rubro que comprende textil, accesorios, zapatos, carteras, entre otros que tengan en sus creaciones diseños en donde destaque la cultura peruana o costumbres peruanas). Por ello, en esta investigación se plasmarán alcances sobre el Derecho de la Moda, ello permitirá conocer más a fondo esta especialidad, ya que, al día de hoy con 7 años aproximadamente que está en el Perú, aún no se ha expandido como realmente se quisiera, a pesar de tener mucha relación con diferentes ramas del derecho, como el Derecho Empresarial.

Por ello, es relevante señalar que, en el Perú existen grandes diseñadores, grandes marcas nacionales y grandes emprendedores de textiles y/o de accesorios (carteras, relojes, joyas, zapatos, etc.), que se encuentran en diversos lugares como en el conocido *Emporio Comercial de Gamarra* o diversas ferias de emprendedores peruanos. La rama del Derecho de la Moda es multidisciplinaria, lo que significa que no solo abarca temas de Propiedad Intelectual, Competencia Desleal, Marcas, sino que surge como una disciplina del Derecho Corporativo, por este motivo, esta área también se relaciona con el Derecho Financiero, con el Derecho Tributario y entre otras.

En efecto, partiendo de esto último, hoy en día la mayoría de las personas desean convertirse en emprendedores, administrar su propia empresa y crear su propio negocio; sin embargo, existe un primer obstáculo, cuando no se cuenta con un capital propio, resulta más difícil para el emprendedor iniciarse en el mercado, porque debe comprar insumos o bienes de capital como la máquina textil o las telas que se van a emplear en el diseño, dado que, sin todo ello el negocio no funcionaría. No debe ser extraño que, el principal problema de un emprendedor textil es cómo financiar su negocio, pues no desea endeudarse con los bancos, por las altas tasas de interés que cobran (más aún en postpandemia), ni tampoco recurrir a un préstamo familiar o, eventualmente a la llamada “banca paralela” [*shadow banking, es un sistema crediticio que esta fuera del sistema bancario tradicional*].

Por consiguiente, la pregunta más importante, en la que se va a basar esta investigación, es ¿Qué beneficios traería instaurar un régimen especial para el sector de la moda en el Perú y reformular la regulación actual del *Crowdfunding*?

Por tal motivo y por todo lo antes expuesto, el proyecto tendría como finalidad que se realicen cambios en la actual regulación sobre el *Crowdfunding* (denominado como el financiamiento virtual, a través de plataformas de *internet*); el Decreto de Urgencia N° 013-2020 – Decreto de Urgencia que promueve el financiamiento de la MIPYME, Emprendimientos y Startups, y la Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02 - Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero, siendo el objetivo principal de esta investigación, proteger el libre mercado e impulsar la competencia en el mercado de la moda peruana, alcanzando, mayores ingresos de divisas para el Perú.

1.1. Planteamiento del problema

En los últimos años, la globalización y los constantes cambios en la sociedad han hecho que el sistema jurídico tenga que adecuarse y ceñirse a él. Las innovaciones tecnológicas como el *Internet* han logrado que algunos negocios o emprendimientos solo se hagan por esta vía, pero no solo ello, las innovaciones han abarcado y se han expandido tanto, que hasta pueden financiar un negocio por *Internet*. Queda claro, que la pandemia ha marcado también un antes y un después del crecimiento de negocios a través de la tecnología.

El *Crowdfunding*, para explicarlo en palabras más coloquiales, es un método o forma de financiamiento a través del *Internet*, mediante el cual, nuevos emprendedores pueden ofrecer sus productos a través de plataformas en sitios *web*. Sobre el particular, el autor Guzmán (2014) señala que el *Crowdfunding*:

se asocia a una forma de financiación colectiva de proyectos de inversión promovidos por personas físicas o jurídicas (denominadas también promotores de proyectos), que utilizan como sede el portal virtual que ofrece Internet, para llegar a un amplio espectro de posibles inversores (...) (pp. 17-18).

En esta misma línea, lo que se desea es que, en el mercado de la moda peruana, exista también una estimulación, la actual regulación del *Crowdfunding* debe beneficiar a las Pymes y a las *Start-ups* de la moda peruana, toda vez que, este mercado ha mostrado un gran crecimiento en el Perú. Así lo señalan las cifras en lo que respecta al fomento del empleo, solo en el año 2016 existieron:

360,000 mil empleados en la fabricación y ventas de textiles, ropa, cuero y calzado, en lo que respecta al número de empleados en la fabricación de ropa existieron 128,000 mil empleados, en la fabricación de textiles eran 32,000 mil y en la fabricación de fibras, naturales y sintéticas fueron 200,000 mil empleados. (Estadísticas de la industria de la moda en Peru, s.f., Párr.1-2)

Si lo que se desea es impulsar el financiamiento de pequeñas y medianas empresas de la moda peruana, qué mejor que hacerlo con métodos innovadores que han demostrado, en otros países, haber potenciado su desarrollo cultural, económico y social.

En lo que respecta a los ingresos generados, “en el primer semestre del año 2019, la industria de la moda sumó un crecimiento de US\$484 millones en exportaciones comparado con el mismo período del 2018. En porcentajes, las exportaciones de prendas de vestir peruanas crecieron un 8%” (Perú: Exportaciones de prendas de vestir subió 8% más en el primer semestre del año, 2019, Párr. 4 -5). Esta es una clara muestra, que la industria de la moda en el Perú genera para el país grandes ingresos.

Tal como señala Guzmán (2014) gracias al *Crowdfunding* “existe un creciente desarrollo de una nueva figura, tal como se pone de manifiesto en las importantes cifras de inversión alcanzadas tanto a nivel internacional como nacional. Por tanto, se plantea la necesidad de una correcta regulación jurídica...” (p. 20).

1.2. Descripción del problema

En la actualidad, el artículo 58° de la Constitución de 1993 señala que, “el Estado actúa principalmente en la promoción del empleo” y en el artículo 59°, de la misma manera, refiere que “El Estado promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades”, pues la Superintendencia del Mercados de Valores, entidad del Estado hasta el año 2020 regulaba métodos tradicionales de financiamiento, contradiciendo lo que señala la Constitución económica del Perú, en el artículo 59°. Con el surgimiento de la pandemia, y las evoluciones tecnológicas, el Perú se ve forzado a regular dicha figura jurídica como el *Crowdfunding*, es así que el 23 de enero de 2020, surge el Decreto de Urgencia N° 013-2020, el mismo que promueve el financiamiento de MIPYME, emprendimientos y Start-ups. Asimismo, como es propio con fecha 20 de mayo de 2021, mediante Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, se crea el Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero y sus Sociedades Administradoras, con este Reglamento se promueve el financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, emprendimientos y Start-ups. Sin embargo, ¿Esta regulación es realmente la adecuada para nuestra realidad peruana?

Es claro que, el Perú es rico en cultura, en turismo, en *folklore*, en gastronomía y en moda (*textilería y/o accesorios*). Solo por citar dos ciudades, en Cuzco, podemos encontrar prendas confeccionadas con materia prima de alpaca (producto nacional). En el *Emporio Textil de Gamarra*, la mayoría de los microempresarios, producen prendas confeccionadas a base de 100% de algodón. En la ciudad de Catacaos, en el departamento de Piura, se puede encontrar accesorios, hechos de cuero nacional, lo que nos demuestra, la variedad de materia prima con la cual se confeccionan las prendas y accesorios, sin dejar de mencionar que contamos con el gran talento de artesanos de la moda peruana y de diseñadores peruanos, que triunfan en el

mercado internacional dando a conocer nuestra cultura con los vestuarios majestuosos que muestran en pasarelas, todo esto comprende la moda peruana.

Sin embargo, muchos de estos pequeños y medianos emprendedores peruanos, con diseños propios, no cuentan con el capital para ingresar al mercado de la moda en el Perú, provocando que, muchos de ellos, no puedan consolidar sus proyectos empresariales, pese a su gran talento y la viabilidad de los proyectos, insisto, contradiciendo lo que señala el artículo 59° de la Constitución económica del Perú, prefiriendo la informalidad. Y aquí, cabe otra pregunta, ¿la implementación actual de esta figura jurídica ha reducido la informalidad actual?, desde un escenario más cercano ¿los emprendedores en general han recurrido a esta regulación actual del *Crowdfunding*?. Desde un punto de vista objetivo, diríamos que no, y la problemática resulta ser que, no basta con una regulación con ímpetu de copiar algunas regulaciones extranjeras, porque los escenarios en cada país son diferentes, nuestra realidad hoy por hoy en el Perú es muy diferente a la de Estados Unidos, Reino Unido, Colombia, entre otros. Lo claro es que la informalidad persiste, muy pocos emprendedores saben de este tipo de financiamiento, debido a la falta de publicidad, además de falta de orientación por parte del Estado para educar a los emprendedores, en este escenario se puede visualizar, la ignorancia existente pues, muchos de ellos desconocen qué es el *Crowdfunding*.

A manera general, si no se les imparte confianza a los pequeños y medianos emprendedores, sobre esta regulación, sus proyectos seguirán frustrados, continuará la inestabilidad económica, precariedad e informalidad empresarial, si el Estado, como lo señala explícitamente, la Constitución económica del Perú, fomentara la libertad de mercado, la regulación existente no tendría algunas falencias.

El Estado peruano debe crear una normativa alentadora, para emprendedores porque son fuente creciente y permanente de empleo, se podría, con ello, ampliar la base tributaria, con el beneficio múltiple que ello significa; se reduciría los niveles de desempleo al contratar mano de obra, los trabajadores tendrían mayor poder adquisitivo, por lo tanto, mayor capacidad de compra y consumo, que dinamizaría otros sectores de la economía, el Estado captaría mayores impuestos indirectos, y sobre todo, debido a que estaría dirigido a emprendedores de la moda peruana, se fomentaría nuestra cultura y costumbres, y sobre todo los diseños únicos elaborados con materia prima peruana.

1.3. Formulación del problema

Problema general

¿Cuáles son las modificaciones a implementar en la regulación actual sobre el *Crowdfunding* en beneficio de las Pymes y *Start-ups* de la moda peruana, en virtud de lo que propugna la Constitución de 1993; una economía social de mercado?

Problemas específicos

- a) ¿Qué ventajas produce adicionar a la regulación actual un régimen especial del *Crowdfunding* en las Pymes y *Start-ups* dentro del rubro de la moda peruana?
- b) ¿De qué manera la legislación comparada implementa una regulación idónea sobre *Crowdfunding*?

1.4. Antecedentes

En el presente trabajo existen algunas investigaciones que servirán de referencia;

Nacionales

El titulado Quintana Salas (2019) en su tesis “La aplicación de la figura jurídica del *fashion law* en la legislación peruana” Tesis para optar el Título de Abogado de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, tiene como objetivo analizar la protección que se le debe otorgar a las creaciones de los diseñadores de la moda. La investigación realizada tiene como base un enfoque cualitativo. Se concluye que “al existir vacíos en la normativa sobre la materia debe fortalecerse la Propiedad Intelectual” (p.iv). Por tanto, esta tesis sirve de base para saber que el derecho de la moda tiene una gran importancia en el derecho como un conglomerado de disciplinas, y que una de las tantas áreas que abarca es la protección de las creaciones, de las marcas de los diseñadores de moda.

Luego, en la investigación de Manzur Filomeno (2016) en su tesis “Propiedad Intelectual y moda: un enfoque desde la perspectiva de la regulación peruana”, Tesis para optar el grado de Magíster en Derecho con mención en Propiedad Intelectual y de la Competencia de la Pontificia Universidad Católica del Perú, tiene como objetivo analizar los derechos de exclusiva, es decir, si el acto de copiar una creación es normal en el mundo de la moda. Es una investigación con método cualitativo. Se concluye en esta investigación “que la copia podría resultar ser un incentivo para innovar” (p.5). Por ende, esta investigación también servirá para determinar que la moda es una especialidad importante en el Derecho y que abarca diferentes disciplinas.

Por su parte, los bachilleres Arteaga Zubiata et al. (2016) en su tesis “*Crowdfunding* como medio alternativo de financiamiento y su viabilidad aplicando el marketing digital en la región de Lima Metropolitana”, Tesis para optar el Título de Licenciado en Marketing de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, teniendo como objetivo demostrar la viabilidad de *Crowdfunding* por medio del *Marketing* Digital en Lima Metropolitana, en las micros y pequeños empresarios emprendedores, porque carecen de historial crediticio. Esta investigación tiene un método cuantitativo. Se concluye, en esta investigación, que “en Lima Metropolitana la viabilidad del *Crowdfunding* por medio del *Marketing* Digital se daría en aquellas personas que tengan la disposición de financiar proyectos y aportar dinero” (p.4). Esta investigación ha servido de base para saber que este medio alternativo de financiamiento; el *Crowdfunding* si resulta beneficioso para los pequeños emprendedores.

También, en la investigación de Ruiz Valle (2020) en su tesis “*Crowdfunding* en el Perú, ¿una alternativa viable para las MIPYMES?”, Tesis para optar el grado de bachiller en Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, siendo su objetivo analizar el Decreto de Urgencia N° 13-2020, que regula el *Crowdfunding*. Es una investigación que contiene un método cualitativo. Se concluye que “el *Crowdfunding* puede ser una herramienta o un mecanismo óptimo para el desenvolvimiento de las pequeñas empresas” (p.1). Por tanto, esta investigación sirve de base relevante, ya que plantea la viabilidad de la regulación del *Crowdfunding*, en virtud de un análisis de las diferentes doctrinas comparadas.

En esta misma línea de investigación, Tovar Ayllón (2018) en su tesis “Análisis legal del Equity-Crowdfunding: ¿Cómo regularlo para convertirlo en un mecanismo atractivo, seguro y viable de financiamiento?”, Tesis para optar el Título Profesional de Abogado de la Universidad de Lima, tiene como objetivo analizar la problemática que se presenta en todo

emprendimiento, el financiamiento para empezar en un negocio, para evitar recurrir a los métodos tradicionales como; el banco, por ello, lo que desea esta tesis es analizar como se podría regular el *equity-crowdfunding*. Esta investigación ha utilizado una metodología con un enfoque cualitativo. Concluyéndose que es “de gran importancia una regulación atractiva y adecuada para el buen funcionamiento del *Equity-Crowdfunding*” (p.3). Por lo tanto, esta tesis nos ayuda a establecer los parámetros de una adecuada regulación del *equity-crowdfunding*, siendo este último un tipo de crowdfunding que también es parte del análisis de la investigación.

En la tesis de Aquisé Niño de Guzmán (2018) titulada “El Crowdfunding financiero como mecanismo alternativo de financiamiento para la micro y pequeña empresa en el Perú: aproximaciones a un esquema ideal de regulación”, Tesis para optar el grado académico de Magíster en Derecho Bancario y Financiero, tiene como objetivo identificar los factores para la regulación especial del Crowdfunding para así fomentar las plataformas de financiamiento colectivo. Esta investigación ha utilizado un enfoque cualitativo. Y concluye que “es importante proponer una legislación especial que la otorgue la SMV para brindar autorizaciones temporales a las plataformas de financiamiento en el modelo de *equity-crowdfunding*” (p.3). Esta tesis sirve de apoyo para confirmar la existencia ya de una regulación actual de *crowdfunding*, en donde se han analizado los factores positivos; sin embargo, como se va a analizar en el presente trabajo la actual regulación no es la adecuada.

En esta misma línea, Tirado Rojas (2021) en su tesis “El *Crowdfunding* y su viabilidad como fuente alternativa de financiamiento para las MYPES del sector textil de San Juan de Lurigancho, Lima. Perú, 2020”, Tesis para optar el grado de bachiller en Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, tiene como objetivo estudiar

la viabilidad del *Crowdfunding* con mayor énfasis en el sector textil. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Se concluye en esta investigación que “si se puede aplicar y ser viable el *Crowdfunding* como método de financiamiento o una alternativa de financiamiento para los emprendedores en el sector textil del distrito de San Juan de Lurigancho en el año 2020” (p.1). Por tal motivo, esta investigación resulta ser de ayuda, debido a que analiza el *Crowdfunding* como medio alternativo de financiamiento en el sector textil lo que nos permite analizar dicha problemática y compararla con la problemática del presente trabajo de investigación.

Internacional

En la investigación De León Moreno (2018) en su tesis “*Fashion Law: El auge de una tendencia jurídica*”, Tesis para optar el grado de Abogado de la Universidad Pontificia Comillas, tiene como objetivo estudiar el auge del *fashion law* como un área del derecho y su independencia. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Se concluye en esta investigación “la delimitación del contenido y las expectativas a futuro que tendrá el *fashion law*” (p.3). Por dicha razón, esta investigación resulta relevante para la presente tesis, toda vez que estudia esta área del derecho como lo es el Derecho de la Moda o *Fashion Law*, siendo la base del presente trabajo.

En la tesis de Charbonneau (2006) “*Essai sur la mode comme phénomène de communication et objet de médiation*”, Memoria para optar el grado de Magíster en Comunicación de la Universidad de Québec de Montreal, tiene como objetivo el estudio de la comercialización de la moda, analiza la moda como un fenómeno social que forma parte integrante de la cultura y como una forma del mundo moderno. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Se concluye en esta investigación que “ la moda es parte de una forma de

comunicación” (p. 1). Para esta tesis, esta investigación sirve de ayuda, toda vez que estudia al derecho de la moda reflejándose así la importancia que tiene difundir a través de ella, la cultura, las costumbres, y la importancia de comunicar algo con ello.

Luego, en la investigación de Fernández Blanco (2021) en su tesis “Influencia y caracterización de los métodos de crowdfunding en la realización de proyectos”, Tesis para optar el grado de Doctor en Ingeniería de Producción, Minero-ambiental y de Proyectos de la Universidad de Oviedo, tiene como objetivo analizar los proyectos a través de la identificación de los factores principales que intervienen en el éxito y el estudio de la clasificación y predicción de éxito en los proyectos, en donde tendrá su máxima intervención como mecanismo alternativo de financiamiento; el *Crowdfunding*, ante la dificultad de financiar dichos proyectos durante la última crisis económica mundial. Es una investigación que tiene un enfoque cualitativo. Se concluye que “los emprendedores si podrían recurrir a este tipo de financiación como el *Crowdfunding*, para llevar a cabo sus proyectos relacionados a la producción, mineroambiental entre otros” (p.11). Por ende, esta investigación servirá de ayuda, para corroborar que si existen beneficios si se instaura de manera correcta el *Crowdfunding*, materializándose en proyecto de gran escala.

Por su parte, en la tesis de Metelka (2014) “Crowdfunding - Startups' alternative funding source beyond banks, business angels and venture capitalists”, Master Tesis of School of Management of Blekinge Institute of Technology, que tiene como objetivo el estudio del *Crowdfunding* ante la necesidad de crecimiento de obstáculos y riesgos que se tienen que afrontar en el desarrollo empresarial, el *Crowdfunding* no solo daría estabilidad, sino que garantiza el financiamiento, el cual si sería posible. Esta investigación utiliza un método cuantitativo. Se concluye en la tesis que “el *Crowdfunding* si es viable como método de

financiamiento para el desarrollo a nivel empresarial” (p.v). Por tanto, esta investigación servirá de ayuda para confirmar que el *Crowdfunding* sí funcionaría como alternativa de financiamiento a nivel empresarial, si este se regula adecuadamente de acuerdo a cada realidad.

Para concluir, en la investigación de Salvador Sáez (2016) “El *Crowdfunding*: función económica, tipologías de la realidad, naturaleza y régimen jurídico”, Tesis para optar el grado de Doctor en Estudios Jurídicos, Ciencia Política y Criminología de la Universidad de Valencia, tiene como objetivo estudiar los beneficios que puede tener instaurar la tecnología en los diferentes problemas de los seres humanos, para progresar y combatir la injusticia social provocada por la economía actual. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo. Se concluye en esta investigación que “ la solución a los diferentes problemas de la humanidad se pueden combatir con la tecnología, mediante el *Crowdfunding*” (p.19). Esta tesis sirve de ayuda, toda vez que estudia el *Crowdfunding* desde una perspectiva social, y cómo generaría beneficios si la tecnología abarcara más ámbitos en la sociedad y en la economía, ello es importante porque cada sociedad tiene una cultura y costumbres, las mismas que deben ser conocidas, y a su vez se fomenta la inversión.

1.5. Justificación de la investigación

El Derecho de la Moda en el Perú surge con la finalidad de proteger la idea, el diseño, la marca de los diseñadores y/o emprendedores en el mercado de la moda, así como brindar soporte al emprendedor en las diferentes etapas de su desarrollo empresarial. Sin embargo, dentro de todo lo que comprende el Derecho a la Moda surgen diversas preguntas, siendo una de ellas la fundamental ¿Cómo obtiene capital un emprendedor de la moda peruana para su propio negocio?

Ante ello, se ha regulado como método innovativo de financiamiento, el *Crowdfunding*, para pequeños y medianos emprendedores; sin embargo, se plantea en esta tesis que exista una regulación especial para el sector del rubro de la moda peruana, destacando así su valor e importancia en lo que respecta a la inversión y crecimiento económico que genera, propiamente este sector. Como se ha mencionado al inicio, las cifras indican que el rubro de la moda origina mayor inversión en el Perú, en comparación con otros rubros o sectores (como, por ejemplo; el inmobiliario). Entonces, a través de este método correctamente regulado se tendrán grandes beneficios.

Primero, se generará empleo e inversión en el Perú, ya que de esta manera se impulsará el financiamiento de empresas de la moda peruana, y se contará con un adecuado y especial marco de protección para quienes deseen invertir a través de este mecanismo. (el subrayado es agregado)

Segundo, existirá un beneficio empresarial porque a través de las ideas creativas de los diseñadores de la moda que quieran colocar su proyecto bajo este tipo de financiamiento, se permitirá obtener dinero en efectivo a través del apoyo y la solidaridad de grandes grupos de personas, lo que a su vez permitirá obtener potenciales clientes. (el subrayado es agregado)

Tercero, en el caso de pequeños emprendedores que quieran lanzar sus negocios en el rubro textil, accesorios, calzado, entre otros, puede ser fundamental la opinión de las personas que financian de esa manera lo que ayudará a poder medir la disposición a aportar para la implementación de la idea creativa. (el subrayado es agregado)

Cuarto, existirá un beneficio social, ya que es la misma sociedad (entendida esta como el grupo de personas) quien decidirá si es relevante o no el apoyo a determinadas ideas, en este caso en relación a la moda peruana, mercado que como ya se ha señalado ha ido marcando territorio gracias al gran potencial de diseñadores peruanos, y a su vez de emprendedores de la moda peruana. (el subrayado es agregado)

Quinto, a través de este método se promoverá la cultura peruana a nivel internacional, pues no debe dejarse de lado que, mediante los textiles, los colores y la forma en cómo se plasman los diseños y creaciones, se puede mostrar a otros países la cultura y costumbres de nuestro país, fomentando el interés por conocerlo, turismo que a su vez generará inversión. (Subrayado agregado)

El Derecho de la Moda o *Fashion Law*, si bien es cierto poco a poco ha ido calando esfuerzos para darse a conocer, aún no se ha expandido en su totalidad a lo largo del territorio nacional como realmente se quisiera. Por dicha razón, el Estado debe promover este tipo de financiamiento como el *Crowdfunding* para así fomentar y realizar acciones a favor del empleo. (el subrayado es agregado)

Por poner un ejemplo, sabemos que en nuestro país existe la *Marca Perú* que es una iniciativa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en asociación con empresas y *Start-ups* peruanas para promover la compra y el consumo de productos creados en nuestro territorio peruano. Además, busca fortalecer el turismo, la cultura, la inversión mediante el uso de innovaciones tecnológicas. Entonces, regulando adecuadamente el *Crowdfunding* saldrán a la luz pequeños y medianos empresarios en el sector de la moda peruana y el éxito, respecto de la idea o diseño de la prenda o accesorio, dependerá de una masa colectiva.

En sexto lugar, está el beneficio tributario, este tipo de financiamiento aumentaría el número de diseñadores y/o emprendedores textiles, ello generará mayor recaudación de tributos, que dejarán el camino de la informalidad y contribuirán, de manera eficiente, con el país, pero solo si ven que la actual regulación les genera una real confianza y resulta alentadora. (el subrayado es agregado)

Pues bien, es necesario que el *Crowdfunding* sea adecuadamente regulado y de forma especial en beneficio de la moda peruana porque este mercado es uno de primera necesidad, al alcance de cualquier tipo de persona. Además, instaurarlo en las Pymes y *Start-ups* reflejaría su objetivo principal, que es crecer o tener una estabilidad en el mercado y, como propósito, captar inversión nacional, ya sea que se tratase de una Pyme de inversión extranjera o de una *Start-ups*. Tal como se menciona, para la realidad del Perú, las Pymes al contar con un mayor número de trabajadores que una Mype (que cuenta con 1-10 trabajadores), y al tener mayor número de facturaciones, se convierten en impulsores de la economía de un país, tomando en cuenta que, en el Perú, una Pyme genera alrededor de “unos 90% de los empleos, y eso se traduce en 50% para el PBI mundial, todo lo contrario, para un Mype que no se consideraría como una fuente de empleo en grandes proporciones” (Monasterio, 2021, Párr.13). Sobre las *Start-ups* al identificarse por su crecimiento rápido y eficiente, al día de hoy estimularía nuevas adaptaciones empresariales.

1.6. Limitaciones de la investigación

Las investigaciones se realizarán en las empresas en el rubro de la moda y en las universidades que cuenten con especialistas sobre las materias a analizar.

La principal limitación respecto a la investigación es la poca bibliografía nacional en Derecho de la Moda; sin embargo, en lo que respecta al *Crowdfunding* no existieron limitaciones en la bibliografía internacional.

1.7. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar las modificaciones a implementar en la regulación actual sobre el *Crowdfunding* en beneficio de las Pymes y *Start-ups* de la moda peruana, en virtud de lo que propugna la Constitución de 1993; una economía social de mercado.

Objetivos específicos

- a) Determinar las ventajas de adicionar a la regulación actual un régimen especial del *Crowdfunding* en las Pymes y *Start-ups* dentro del rubro de la moda peruana.
- b) Analizar la legislación comparada con una regulación idónea sobre *Crowdfunding*.

1.8. Hipótesis

Hipótesis general

Una regulación adecuada del *Crowdfunding* y un régimen especial para Pymes y *Start-ups* dedicadas a la moda peruana permitirá que el Estado cumpla con su rol económico, conforme lo señala la Constitución de 1993 y promueva la cultura peruana.

Hipótesis específicas

- a) Los países como Estados Unidos, España, Reino Unido, y Colombia emplean un adecuado sistema del *Crowdfunding* logrando un mayor crecimiento económico.
- b) Si se regula eficientemente el *Crowdfunding* se genera un sistema empresarial dinámico, ampliando el mercado de la moda peruana.
- c) El *Crowdfunding* permite fomentar la inversión en beneficio de la sociedad y del país.

II. MARCO TEÓRICO

Como ya se ha mencionado el Derecho de la Moda es una disciplina del Derecho Corporativo, novedosa e interesante para quienes poseen interés por el mercado de la moda. Asimismo, el *Crowdfunding* con su reciente regulación ha traído a colación el surgimiento de nuevos conceptos. Para ello, es necesario delimitar las palabras que van a servir de base de la presente investigación.

2.1. Marco conceptual

Alpaca: “1. f. Mamífero, pariente de la llama y su pelaje se utiliza como materia prima para confeccionar un textil. 2. f. Material brillante para confeccionar un textil. 3. f. Abrigo de material alpaca. 4. f. Material procesado también con algodón para confeccionar prendas de verano. (Diccionario de la Real Academia Española [RAE], 2018).

Constitución Política del Perú: Se hace referencia a la Carta Magna de 1993, “norma base que establece los derechos fundamentales de las personas para vivir en una sociedad justa, estableciendo las reglas y principios para que ningún derecho sea vulnerado” (Rubio Correa, 2008, p. 14).

Derecho: “Unión de principios generales y normas legales, que norman a la sociedad y que el Estado impone su cumplimiento para vivir en justicia” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Derecho Económico: “la finalidad principal es mantener a la sociedad, mediante el uso de reglas básicas para vivir en justicia y velando por la vida de todos los que conforman la sociedad” (Camacho Zegarra, 2019, p. 68).

Derecho Financiero: en esta rama se vincula al Derecho y a la Economía, está muy ligado al Derecho Bancario, no existe aún una tesis que pueda separar ambas áreas.

Diseñador: “Persona que crea un boceto o una prenda” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Diseño: “La creación de varios productos en secuencia” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Emprendedor: “Aquella persona que crea un proyecto innovador para colocarlo en el mercado” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Empresa: “La construcción de un grupo de persona que tiene una finalidad en común realizar una actividad económica, o de prestación de servicios con fines lucrativos” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Estado: “La unión de pequeños grupos de gobierno” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Financiamiento: “Acción y efecto de financiar. Brindar el dinero idóneo para continuar o iniciar con una empresa” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

FPF: “Financiamiento Participativo Financiero” (Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, 2021)

Mercado: “La unión de operaciones entre proveedor y consumidor, y afectan a un determinado sector específico” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Mercados financieros: “es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio” (Mankiw, 2007, p. 47)

Moda: “utilizar una prenda o accesorio por un determinado tiempo y en un espacio” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Negocio: “Tiene carácter lucrativo” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

Plataforma: “es el sitio web donde se publicará el proyecto” (Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, 2021).

Sociedad Administradora: “es aquella persona natural o jurídica que administra la plataforma de financiamiento, para ello debe estar debidamente autorizada por la SMV” (Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, 2021)

Textil: “1. adj. Materia prima que al separarse pueden transformarse en hilos. U.t.c.s. 2. adj. tejido” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018).

2.2. EL Derecho de la Moda

El Derecho de la Moda existe desde épocas pasadas, la moda ha representado a la sociedad y su relación con cada uno de los individuos, “Objet particulier de la sociologie la mode a eu différentes façons de se manifester au fil du temps” (Monneyron, 2017, p. 44), lo que significa que la moda ha tenido diferentes acontecimientos a lo largo de la historia, o también, como señala Lipovetsky (1987) “la moda exige salir de la historia positivista y de la periodización clásica en siglos y decenios tan estimada por los historiadores del vestido”(p.16). La moda es versátil y con el tiempo su forma de expresar, de dar a conocer también evoluciona, la moda también vuelve con productos o servicios que se utilizaban en años pasados, y la moda también es futuro porque hoy en día se muestra actualizada mediante el uso de tecnología.

El siglo XIV, marcó un valor importante, era el espejo de la condición social. Luego, se dio un gran cambio con el ingreso de la industrialización, pues se inventó la costura y aquí resulta relevante hacer hincapié en que esta etapa de la industrialización marcó un antes y un después de las sociedades, pues destaca el proceso de liberación, en donde, se consideró que la moda era una forma de expresar la costumbre, el lenguaje y todas las maneras que existían para identificar a una nación de otra, es decir, poder identificar las distintas culturas, como dice Moles & Michel (2019) “la culture représente ce qui est, la pensée ce qu'on en fait : la pensée est le devenir de la culture” (p.1117). En palabras de Besnard & Burgelin (2020) “On pourrait donc être tenté de considérer la mode comme une coutume, analogue à toutes celles qui régissent la tenue, les manières, le langage, le comportement quotidien” (Párr.2).

En esta misma línea, los autores Jiménez & Kolsun (2014) define al derecho de la moda como “an a legal specialty that addresses the legal issues typically faced by fashion companies and fashion designers”(p.2), a manera de traducción, *fashion law* o derecho de la moda, es una

especialidad legal que abarca todos los problemas legales que podrían enfrentar las empresas de la moda o los diseñadores de moda. Por su parte, cuando se hace referencia a la palabra *fashion*, las autoras Cerchia & Pozzo (2020) señalan lo siguiente; “as we have seen, is often the result of lucky encounters. Taking into account other cultures will always be the inspiration of fashion” (p.3). Que, a modo de traducción, significa que la moda siempre ha necesitado de inspirarse de las culturas, pues ello ha predominado en el mundo de la moda.

“La moda es una fusión de arte, sociedad y tecnología, pues la moda cada vez más destina aún mayores recursos para modernizarse” (Ortega Burgos, 2022, pp. 38-39). La moda da a conocer la cultura de un país, las costumbres y sentimientos, las creaciones de los diseñadores muestran lo versátiles que pueden llegar a ser para mostrarle al mundo sus proyectos. No se debe quitar mérito que a través de la moda un país puede invertir, dar empleo, promover cultura y costumbres. “La moda es el significado de utilizar un producto o servicio de manera repetitiva, durante un tiempo determinado” (Di Campo, 2020, p. 140).

En palabras, de Bello Knoll (2022) “la protección jurídica a la figura jurídica de la moda en la actualidad no está funcionando y no es efectiva, pues no existe una herramienta internacional jurídica” (p. 57) o legal que sea la base para todas las normativas nacionales alrededor del mundo.

Continuando con el desarrollo de la historia sobre la moda, en el siglo XIX surgen las casas de Alta Costura siendo una de ellas la casa Chanel, con uno de sus modistos más importantes Charles-Frédéric Worth. En el siglo XX, surge la edad de los creadores, denominada así porque nacen diseñadores y la moda masiva, es así que en los años 50 surgen empresas como la marca Christian Dior y, en los años 60 y 70, con la llegada de los derechos

de la mujer y la moda con pantalones vaqueros (llamados en el Perú, *blue jeans*) o estampados, los más conocidos que se utilizaban en las discotecas. Es así, como llegamos a los años 80, en donde se da a conocer la moda rebelde debido a los distintos movimientos sociales y políticos que existían.

La película “El diablo se viste a la moda” (Frankel, 2006, Párr. 3), es una muestra clara del impacto que genera la moda en la vida del ser humano, muestra en qué proporción abarca la moda en las relaciones con las personas. Para toda mujer, cuando hablamos de moda nos referimos a *glamour*, blusas, faldas, pantalones y todo lo que conlleva estar a la moda, pero para otras personas, hablar de moda solo se resumiría en una pregunta “¿qué te vas a poner hoy?”; sin embargo, la moda abarca muchas disciplinas, desde la marca de la prenda hasta el olor de un perfume, por poner un ejemplo; los clientes de la marca *Paez* de zapatos, saben que, en todas sus tiendas existe un olor particular que permite reconocer automáticamente la marca. Así como refiere Oudoux (2020) “La mode prend en compte non seulement les vêtements mais aussi les accessoires (bijoux, chaussures, sacs, ...) et les cosmétiques (parfum, maquillage)” (Párr.1). Es decir, la moda comprende no solo prendas de vestir, sino accesorios también. Y es mucho más, comprende las pasarelas, las creaciones, los colores, los diseñadores, los aromas, etc.

Pues bien, la pregunta lógica luego de haber descrito un poco de la historia es ¿Qué tiene que ver el derecho con la moda?, el Derecho de la Moda surge como una innovación, detrás del mundo de la moda, como, por ejemplo; las personas que invierten su tiempo para la creación, confección, y comercialización de los productos que se ofrecen. Sobre este punto, la especialista peruana Annalucia Fasson refiere que:

El *fashion law* o derecho de la moda, surge como resultado de los diferentes problemas que se presentan en las fases productivas, requiriendo así la colaboración de otras especializaciones como el derecho laboral, derecho corporativo, derecho tributario, derecho de propiedad intelectual, entre otros. (Fasson Llosa, 2018, p. 14)

La moda es parte de la historia teniendo algunos orígenes desde el antiguo Egipto hasta la Revolución Francesa. En palabras del filósofo Figueras respondiendo a la pregunta “¿Qué es el vestido?» respondiendo a esta pregunta, explicando las finalidades que este cumple: Tres etapas, abrigarse, cubrirse y mostrarse ante los demás” (Figueras, citado por Alcántara-Francia, 2016-2017, p. 244).

Así también, la moda interviene en toda la sociedad, tal como señala el autor Covadonga (2011) “la moda determina la época y la cultura” porque muestra un antes y un después, porque muestra las tendencias en el tiempo y porque a través de ella se difunde las diversas culturas de un solo país.(p. 15). Es así como surge el *prêt-à-porter*, conocido como las transformaciones que se deben efectuar en todo el proceso de fabricación de una prenda, “el *prêt-à-porter* resulta ser una alternativa a la alta costura, porque vendían tallas estándares y para no depender de la toma de medidas, el *prêt-à-porter* pasó a ser más asequible para el público” (Stefania & Salvo, 2016, Párr.1).

Hay quienes consideran, como el profesor René König que “la mode ignore la distinction entre “le natural” et l’artificiel” (Jaccard, 1969, Párr. 1). Lo que significa que para el profesor no se debe considerar que, la moda sea una imitación o una ilusión, en realidad estima que, es autónoma y tiene sus propias reglas.

La mode est un changement de style, dans le temps, et se situe dans la réalité de l'espèce et permet d'identifier les autres, et s'intensifie de plus en plus du fait de notre besoin de rivalité. (Jaccard, 1969, Párr.2)

Tal como señala la cita anterior, la moda reposa en la curiosidad de nuestra humanidad, el “querer ser mostrados” y la necesidad del cambio de estilo en cada época.

Como se señaló en la quinta parte del objeto de conocimiento de la presente investigación, “una característica de la moda es que mantiene su democratización, ello permite reducir desigualdades profundas, disminuir las divergencias entre los antiguos diseñadores, entre los productos de alta y media gama” (Lipovetsky, citado por Salas, 2019, p. 23).

Uno de los acontecimientos internacionales más importantes que marcó la historia de la moda fue Coco Chanel, esta marca revolucionó la manera de vestir, gracias a que puso de moda el uso del sastre y el *Little Black Dress* (LBD), hasta llegar a la época contemporánea con la utilización de los pantalones palazos de los años 70' o las hombreras de los 80'. Por su parte, a nivel nacional, también ocurrieron cuatro acontecimientos importantes:

- El primer hito fue, el desarrollo de los centros comerciales, destacando así un antes y un después con la inauguración del Jockey Plaza, en donde se cambia el concepto, pues se instaura una administración controlada, permitiendo así una mayor supervisión y control de las tiendas.
- El segundo hito fue, el inicio del Centro Comercial Mega Plaza, porque apostó por contar con una zona emergente. Ello benefició que surjan más centros comerciales

y con ello, más marcas internacionales que quieran apostar en el Perú, por ejemplo, *CH Carolina Herrera* o *Versace Collection*.

- Un Tercer hito fue, que se afianzaron marcas como *Moda & Compañía* y *Michelle Belau*. Aparecieron nuevos diseñadores de moda, peruanos que rompieron esquemas, como *Sitka Semsch* o *Sergio Dávila*.
- Un cuarto hito ha sido el inicio de la tienda *Zara*, que abrió un local en Perú en el 2012, con ello vino la apertura de la tienda *Forever 21* y *H&M* en el 2014 y 2015 consecutivamente. (Fasson Llosa, 2018, p. 15)

Para la Real Academia Española, la moda está definida como “el modo o la costumbre que tiene una persona en el tiempo, y también se considera moda, a aquel gusto que tiene un grupo por una prenda de vestir en común” (Diccionario de la Real Academia Española, 2018)

Como ya se ha mencionado, el concepto de moda es tan amplio que, no solo tiene que ver con ropa para mujeres, hombres, niños, bebés, sino que dentro de ello también, se encuentran los accesorios como: las joyas, relojes, cosméticos, perfumes, carteras, billeteras, correas, corbatas, lentes, gorras, sombreros, guantes, entre otros. Asimismo, dentro de la moda se encuentra lo que se ha denominado como; diseño de interiores y muebles; sin embargo, esto último no será parte del estudio de la presente investigación.

Continuando con lo anterior cabe preguntarnos ¿Qué sucede detrás de la confección de una prenda? La respuesta es la siguiente, la moda no solo tiene que ver con el uso que se les da a todas estas prendas o accesorios, sino que tiene que ver con las horas de fabricación, el material para confeccionar, el inicio del negocio, el tiempo empleado por los artesanos o diseñadores para cada prenda o accesorio. (Subrayado agregado)

Es a partir de aquí, que surge la asesoría legal en el sector del Derecho de la Moda o también conocido como *Fashion Law*. Es claro que, así como otros sectores tienen problemas, la moda también presenta dilemas y características, que requieren de asesoría legal para que el negocio de emprendedores textiles y/o diseñadores de la moda crezca. En este sentido, la denominación de *Fashion Law* deviene de:

Es un vocablo inglés referido al mundo de la moda. El mismo que se inicia con la relación de consumo, partiendo con los diseños o bocetos hasta cuando el consumidor final compra la prenda y lo coloca en su armario, y en donde podrían presentarse diferentes temas legales. (López, 2019, Párr. 4)

Pues bien, el Derecho de la Moda se inició en el año 2005 en Estados Unidos, con la doctora Susan Scafidi, quien refiere que “la moda tiene características únicas, de esta manera ayuda a su destaque internacional, como una rama jurídica autónoma” (Fasson Llosa, 2018, p. 17). Debido a ello, “la doctora Susan Scafidi empezó a realizar una investigación, la misma que fue plasmada en un libro y abrió un primer *blog* denominado “Counterfeit Chic”, el cual fue todo un éxito” (Bello & Echevarría, citado por Fasson Llosa, 2018, p. 17).

Luego, de haber planteado las diversas formas en las cuales se ha dado a conocer el Derecho de la Moda, siendo uno de ellos;

el tratamiento y análisis jurídico vinculado a la industria de la moda, que incluye una potencial clientela sumamente variada, tales como diseñadores, empresas textiles, importadores, fabricantes, distribuidores, franquiciantes, fashion bloggers, fotógrafos,

modelos, estilistas, personal shoppers, agencias de modelos y publicidad, institutos de moda, centros comerciales y empresas de retail en general. (Fasson Llosa, 2018, p. 17)

Ahora, es propio hacer referencia, a lo que Susan Scafidi denomina como; los alcances del Derecho de la Moda:

...abarca todo lo que compete sobre el uso de una prenda de vestir, cada etapa desde el diseño hasta que el consumidor lo compra. Para ello hay cuatro pilares: 1) la propiedad intelectual, negocios y finanzas, 2) el comercio internacional y la regulación gubernamental, 3) las cuestiones relativas de la seguridad y sustentabilidad 4) y la cultura del consumo y los derechos civiles. (...). (Bello & Echevarría, citado por Fasson Llosa, 2018, pp. 19-20)

En esta misma línea, Pamela Echeverría señala que el Derecho de la Moda:

“(...) tiene como finalidad el análisis legal relacionado al sector de la moda; y comprende temas como propiedad intelectual, contratos en general, y de franquicias, distribución y licencias en particular, derecho comercial y societario, derecho laboral, derecho informático y comercio electrónico, derecho del consumidor, aspectos tributarios y aduaneros, y contratos internacionales (...)”. (Bello & Echevarría, citado por Fasson Llosa, 2018, pp. 19-20)

Por otro lado, en lo que respecta, a las áreas que abarcaría el derecho de la moda, estas son algunas de ellas:

- **El Derecho Empresarial (contratos de distribución, arrendamiento, franquicia, licencia, entre otros);**
- Derecho laboral (tiene que ver con la contratación de trabajadores en las empresas textiles o de los modelos),
- Propiedad intelectual (registro de marcas de los productos que se comercializan o de la empresa que quiere desarrollarse en este sector);
- Derechos de Autor (cuando atentan contra la idea o la creación innovadora plasmada en una prenda o accesorio que le pertenece a un diseñador o emprendedor);
- Derecho Tributario (no solo en el planeamiento que toda empresa debe tener sino también en el tratamiento de la baja de inventarios, política de descuentos, la valorización de la marca como bien intangible, entre otros),
- **Derecho financiero (actualmente los *retailers* de moda cada vez más están solicitando apalancamientos, ya sea a través de un crédito bancario o en algunas ocasiones recurriendo a fondos de inversión); y**

(...) (el énfasis es agregado) (Fasson Llosa, 2018, p. 18)

Como se puede apreciar de la cita precedente, el derecho de la moda está ligado a varias otras ramas del derecho, siendo una de ellas el Derecho Financiero y el Derecho Empresarial.

En el Perú, el derecho de la moda está orientado en concientizar al mundo ejecutivo que, la moda no es solo lucir un bonito atuendo, sino que es un negocio y como tal, los abogados

de esta rama del derecho deben brindar asesoría legal a los problemas que surgen antes, durante y después de la etapa de producción. Asimismo, este mercado de la moda significa:

- Captar clientes de la industria de la moda, dado que muchos de ellos son nuevos en el mercado y no tienen idea de cómo constituir una empresa.
- La existencia de empresarios que, son informales o que cuentan con una asesoría inadecuada, que no saben lo que negocian porque lo ven como un contrato más.
- Invitar a los inversionistas extranjeros dedicados al sector moda y *retail* en general, para que apuesten e inviertan en el Perú. (Fasson Llosa, 2018, p. 19)

Como ya se ha mencionado, la moda al ser también una necesidad básica el vestir, resulta también de gran relevancia y por lo mismo, presenta problemas que deben ser resueltos por los especialistas en la materia.

2.2.1. El Derecho Empresarial y su relación con el Derecho de la Moda

Para poder definir al Derecho de la Empresa, primero, se debe conceptualizar a qué se entiende por empresa. “La empresa es la unión de capital y trabajo para satisfacer una necesidad en el mercado” (Torres Manrique, 2018, p. 4). El Derecho Empresarial es la rama del derecho que regula la actividad empresarial, valga la redundancia, siendo una de sus principales ramas el Derecho Comercial. Es calificada como, una de las ramas más completas, se vincula al ámbito de los pequeños, medianos y grandes negocios, y comprende temas tanto de carácter comercial como laboral. (subrayado es agregado)

Es claro que, esta disciplina surge con el auge de las pequeñas y las medianas empresas, teniendo como finalidad, demostrar el carácter legal, desde el cual, se puede constituir una empresa, la misma que presenta una organización, decisiones y actividades, pues a través de esta disciplina se puede guiar a la empresa. Asimismo, abarca temas relacionados al ámbito privado, público y social. “(i) Privado: porque abarca en conjunto el derecho civil y comercial. (ii) Público: porque comprende temas de derecho tributario, aduanero, entre otros. (iii) Social: porque abarca temas de carácter laboral” (Ámbito del Derecho Empresarial, 2016, Párr.3).

El Derecho Empresarial estudia y analiza a las empresas, sin limitaciones, dedicándose a las grandes corporaciones, así como a las micro, pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, muchas veces se suele confundir el Derecho Empresarial con el Derecho Corporativo; siendo estas diferentes. Este último, se diferencia con el Derecho Empresarial en que regula y estudia solo las grandes empresas, mientras que, el Derecho Empresarial estudia a las empresas sin importar su tamaño. Además, el Derecho Corporativo abarca el mercado de valores. En cambio, las ramas del Derecho Empresarial son:

Derecho Civil, Derecho Patrimonial, Derecho Comercial, Derecho Societario, Derecho Cambiario o *cartular*, Derecho Concursal, Derecho de Quiebras [Derecho Concursal, llamado en el Perú], Derecho Laboral, Derecho Tributario, Derecho Registral, Derecho Notarial, Derecho Penal, Derecho Constitucional Económico, Derecho Bancario, Derecho Cooperativo, Derecho Procesal Civil, Derecho Aduanero, Derecho Industrial, Derecho de Seguros, Propiedad Industrial (Marcas y Patentes), Derecho de la Competencia, Marcario, Seguridad Social, Contractual, Derecho Minero, Arbitraje Comercial, Contratos Empresariales, Garantías, Derecho Regulador. (Ámbito del Derecho Empresarial, 2016, Párr. 4)

En este mismo orden de ideas, las características del Derecho Empresarial son las siguientes:

- (i) Esta disciplina aparece en la época romana (la edad contemporánea).
- (ii) Es la rama del derecho que abarca la mayor cantidad de ramas del derecho.
- (iii) Es importante, porque beneficia a las empresas, puesto que les informa sobre sus derechos para que puedan crecer como tales.
- (iv) Se ubica en el derecho público, privado y social y
- (v) Es una disciplina jurídica autónoma. (Sarmiento, 2016, p. 1)

Entonces, luego de lo acotado, el derecho de la moda está ligado con el Derecho Empresarial, toda vez que, para colocarse en el mercado de la moda se necesita primero, constituir una empresa, la misma que, debe contener reglas para su constitución y para mantenerse en el mercado, las cuales serán provistas por el Derecho Empresarial.

Por su parte, el derecho de la moda aporta un gran significado a la sociedad, así lo señala el profesor René König, de la Universidad de Colonia, en su libro " Sociologie de la mode", pues la moda para algunos no ha mostrado mayor importancia; sin embargo, sus cambios han traído elementos originales que permiten reflexionar sobre la evolución de las sociedades en la Época Antigua hasta el día de hoy.

“clair, précis, alerte et remarquablement documenté, en cernant au plus près un objet aussi apparemment insignifiant que la mode, ses origines et ses mutations, nous apporte des éléments originaux de réflexion sur l'évolution des sociétés de l'Antiquité à nos jours. (Jaccard, 1969, Párr. 1)

Y el Derecho Empresarial, bajo el principio constitucional de libertad de empresa, es claro entonces que, su relación con el individuo debe ser directa. Precisamente esto, es lo que tienen en común ambas ramas, porque se relacionan con la sociedad, con la cultura, con los individuos, con sus libertades y con sus ganas de formar y crear negocios.

2.2.2. El Derecho de la Moda y su vínculo con el Derecho Financiero: la regulación del Crowdfunding

En un reportaje llamado el “Año del Crowdfunding” (2015) se señaló que “El origen del término *Crowdfunding* se remontaba a un origen anglosajón. En donde “*crowd*”, significa multitud, y “*funding*”, financiación” (Párr.2). En este sentido, las autoras Acosta-Véliz & Jiménez-Cercado (2018) señalan que “su traducción al español es *micromecenazgo* (consiste en financiar ideas o proyectos con pequeños recursos por parte de usuarios o inversores)” (p. 83).

El *Crowdfunding* es denominado “como un financiamiento en masa o también llamada financiación colectiva” (Puyol, 2014, Párr. 3). Y se puede dividir en varios tipos: crowdfunding de recompensas, de préstamos, de donaciones y de inversiones” (Diccionario Financiero, 2018). Sin embargo, más adelante, nos daremos cuenta que, nuestra legislación solo ha considerado algunas de estas, desplazando otras que son de gran importancia para el sector al cual se quiere potenciar.

Uno de los primeros proyectos con respecto al *Crowdfunding* fue el *Open Source*, [Fuente abierta], al respecto Puyol (2014) refiere que;

frente al éxito de las creaciones y también al trabajo que eso conllevaba, los desarrolladores empezaron a pedir donaciones y la respuesta fue de nuevo mayor de la esperada. En ese momento, entre los creadores que solicitaban el financiamiento de su proyecto y los usuarios que apostaban por ello, nacía el *Crowdfunding*, la financiación colectiva, como una nueva opción para financiar, en un primer momento, proyecto creativo. (el subrayado es agregado) (Párr. 3).

En este mismo orden de ideas, *Crowdfunding* traducido al español; *micromecenazgo*, esta denominación se remonta a sus orígenes desde el año 1883.

Joseph Pulitzer mediante su propio diario, *The World*, difundió el proyecto de construir el pedestal que sostendría la Estatua de la Libertad en Nueva York, a cambio, brindaba una réplica del monumento por aportes mayores a un dólar. Y en menos de lo que se pensaba se reunieron los 100.000 dólares necesarios. Pero, lo más importante de estas donaciones, es que unas 160.000 aproximadamente, provenían de gente humilde que aportó a la causa menos de un dólar. Fue un hecho que dio a conocer la solidaridad y colaboración de la sociedad (Un Reportaje de 2015 en el año del *crowdfunding*, 2015, Párr. 8)

Otro acontecimiento importante con el cual se conoce aún más sobre el *Crowdfunding*:

Es la banda británica *Marillion* que en 1997 crearon una página *web* donde vendían sus entradas para una gira que querían ofrecer por EE.UU. La banda no contaba con los recursos necesarios para poder montar el *tour* y acudió a sus *fans*, mediante una

campana de *crowdfunding* con la que consiguieron recaudar 60.000 dólares. La gira fue un éxito. (Un Reportaje de 2015 en el año del crowdfunding, 2015, Párr. 10)

Entonces, el *Crowdfunding* resulta ser, como lo señala Spierer (2013): “The Next Big Thing, money-raising. This author reveals the secrets of raising capital in the digital age” (p. 12). A modo de traducción, el autor Gary Spierer un experto en el tema, se refiere al *Crowdfunding* como la próxima cosa más grande, denominado dinero de fondos, este autor revela, además los secretos para obtener un capital en la era digital.

La pregunta es ¿De dónde surge esta figura? el *Crowdfunding* surge en los Estados Unidos, en donde se dictó la llamada: “*Jumpstart Our Business Startups Act* que, propició distintas normas para promover el financiamiento de pequeños negocios” (Fasson Llosa, 2018, p. 89).

Asimismo, “la U.S. Securities and Exchange Commission - SEC expidió, en octubre de 2015, normas para permitir el *Crowdfunding*, ayudando a empresas mediante plataformas en donde se ofrecen valores mobiliarios para poder salir adelante con su negocio” (Fasson Llosa, 2018, p. 89).

Por otro lado, la historia del *Crowdfunding* en el Perú surge recién en los últimos años, dándole una forma de oferta pública de valores mobiliarios que, se utiliza exclusivamente para financiación de empresas. A manera de mencionar, en nuestra legislación se ha regulado la oferta pública en la Ley N° 30050 - Ley de Promoción de Mercado de Valores, promulgada el 26 junio 2013, así como, en los artículos 3°,4°, y 17° del TUO de la misma Ley. Sin embargo, la necesidad de regular el *Crowdfunding* con el devenir de la pandemia hizo más próximo el

surgimiento de una normativa sobre la materia; el Decreto de Urgencia N° 013-2020 (22 de enero de 2020), que plantea la promoción del financiamiento de la MIPYME, emprendimientos y Start-ups. Asimismo, el 20 de mayo de 2021, surge el Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero y sus Sociedades Administrativas - Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02. Sin embargo, su regulación lejos de brindar un incentivo podría estar mostrando deficiencias.

En palabras de Fasson Llosa (2021), es una necesidad el *Crowdfunding*, es una forma de “apalancar un negocio para crecer como emprendedor en la moda, aquí el emprendedor coloca un proyecto y el modelo de financiamiento, este proyecto se presentará por un tiempo a través de plataformas virtuales” (p. 134).

Sobre el particular, es pertinente señalar que la forma de funcionamiento del mercado en lo que respecta a la financiación es uno de los campos y ejes de promoción de los emprendimientos, es el principal creador de inversión, empleo, y promoción de banca. El *Crowdfunding* tiene un objetivo; “crear una intermediación directa, pues significa la creación de plataformas de internet en donde se puede tener contacto directo con el promotor o inversor. Su creación promueve innovaciones tecnológicas, pero también genera compromisos por parte de la sociedad” (Jiménez Alemán, 2021, p. 252).

Como se ha señalado a lo largo del presente trabajo, existe una necesidad propia y básica para una regulación especial, en virtud de su relevancia generadora de inversión para el Perú, determinando que sean las Pymes y Start-ups del rubro de la moda peruana beneficiadas con esta regulación. Pues como ya se señalado, las Pymes por su composición son generadoras de empleo y una gran potencia de inversión a nivel mundial. Además, por su innovación y

rapidez en el crecimiento empresarial conviene que, también sean beneficiadas las Start-ups como ya lo establece la regulación actual; sin embargo, debe plantearse un régimen especial para el sector de la moda peruana, ello significaría un *plus*, toda vez que, es un sector que genera mayores ingresos para el Perú, por ser de primera necesidad. Por su parte, una Mype por su misma composición no generaría mucho empleo partiendo que tiene entre 1-10 trabajadores, además la realidad del Perú no permite que estas microempresas realmente tengan una mira hacia el futuro, es decir, que quieran crecer a gran escala.

La problemática de la actual regulación sobre el *Crowdfunding* en el Perú radica en que, si bien es cierto se ha regulado, al mismo tiempo se estaría limitando al emprendedor. El artículo 21°.3 del Decreto de Urgencia N° 013-2020 plantea que los proyectos de financiamiento participativo financiero no estarían bajo la supervisión de la Superintendencia del Mercados de Valores, pero incongruentemente esta Entidad si puede determinar la información mínima que deben revelar a través de las plataformas. ¿Cómo es eso posible? ¿Si no supervisas, cómo es que puedes determinar qué información debe el emprendedor publicar? De igual manera, el artículo 30°.1 establece que es la SMV quien determina la información mínima, entonces ¿realmente existe libertad? El artículo 32°.1 y 2 también plantea límites sobre los recursos a recaudar por proyecto, así como el número máximo de veces que un receptor puede ofrecer su producto en las plataformas. Por su parte, el artículo 22°.2 plantea que, si la sociedad solicita una autorización para la modalidad de *Crowdfunding* denominada préstamos, “la SMV requerirá a la SBS emita una opinión previamente sobre la autorización”. Lo que no se puede colegir de la norma, es el sentido de ello, toda vez que, al no determinar qué tan valiosa sería la opinión de la SBS, resultaría perjudicial para algunos emprendedores, si la SBS es quien emite una opinión y siendo que esta Entidad maneja el estado de deudas que una persona natural o jurídica podría tener, la SMV podría no otorgar la autorización para dicha

modalidad, emitir una opinión pudiendo ser positiva o negativa, dependiendo de la evaluación de quien solicita dicha autorización, resulta ser muy amplia dicha regulación. Cabe preguntarnos ¿qué tanto podría influir la opinión de la SBS, por solo poner un ejemplo; una persona podría ser profesional en medicina; sin embargo, debido a la realidad peruana y la falta de pago de sueldos, en algunos establecimientos del Estado, podría ser que dicha persona recurra a un emprendimiento que genere algo extra; sin embargo, dicha persona tiene deudas, y solicita la autorización para que financien su emprendimiento, en modalidad de préstamo, es lógico que no es una persona apta para que le otorguen ello, y eso sería un entrampamiento. Entonces, ¿cuál es la finalidad de una regulación actual como la del *Crowdfunding* bajo esta perspectiva limitativa? Desde ya, si un futuro emprendedor lee este acápite definitivamente no incentiva a recurrir a este tipo de financiamiento, optando al final por la informalidad, es decir, un retroceso para la regulación. Ahora, precisamente por la infinidad de obstáculos que genera solicitar un préstamo al banco es que se requiere de una modalidad de financiamiento menos engorrosa.

Como ya se ha mencionado, en la parte introductoria del presente proyecto de investigación, el crecimiento desmesurado de la tecnología es consecuencia de la globalización. Si un negocio hoy en día no va de la mano con las innovaciones tecnológicas o crecimiento digital, es lógico que ese negocio no tendrá expectativas de crecer. Hoy por hoy, la regulación instaurada es interesante, pero no es del todo adecuada, pues no genera incentivo de apostar por este tipo de financiamiento basándonos en la forma en como se ha regulado.

Un nuevo emprendedor, que desea iniciar un negocio de prendas de vestir tiene muchos obstáculos, siendo una consecuencia lógica de no recibir ayuda económica, la informalidad. Por ejemplo, en el Perú:

Cuando una persona busca financiar su propio negocio basa sus transacciones en aquellos activos generadores de flujo que lo ayudarán a repagar el préstamo en el menor tiempo posible. Sin embargo, un diseñador o emprendedor de la moda, considerado como el inicio de la cadena de producción de esta industria, no cuenta con este tipo de bienes, viéndose en la necesidad de recurrir a personas de confianza, para conseguir los recursos necesarios. (Fasson Llosa, 2018, p. 87)

Tal como señala, la autora Mercedes Fernández Moscol:

Con los avances tecnológicos es lógico que hayan surgido nuevas formas de financiamiento no tradicionales que facilitan el acceso a los profesionales de la moda a este tipo de subvenciones. Siendo algunas de estas nuevas formas, el *Crowdfunding*, el *factoring* y los fondos de inversión. (el subrayado es agregado) (Fasson Llosa, 2018, p. 87)

La cita anterior, hace énfasis en la existencia de financiamientos no tradicionales, como el *Crowdfunding* consecuencia del crecimiento y avance de la era digital (el subrayado agregado). Lo cierto es que,

la mayor dificultad, al momento de emprender un proyecto o negocio, es encontrar la fuente de financiamiento, principalmente porque hay un desconocimiento respecto de la diversidad de tasas de interés, que existen en el mercado financiero, y ello será lo que determinará si el negocio es rentable o no. (Camacho Zegarra, 2019, p. 137)

Esta misma autora Camacho Zegarra (2019) señala que “el *Crowdfunding* es conocido como cooperación colectiva, llevado a cabo por personas que participan de una red para conseguir dinero u otros recursos, en el que se usa *internet* para sumar esfuerzos y financiar iniciativas de otras personas u organizaciones” (p. 137).

Cabe señalar que, el surgimiento en la práctica de la figura del *Crowdfunding* nace:

En el año 2009, después de que en Estados Unidos surgiera la primera plataforma *web* dedicada específicamente al *Crowdfunding*. Es así que, aparecen nuevas ideas tomando en cuenta los distintos tipos de *Crowdfunding*. (Quiróz Zufiria, 2015- 2016, p. 18)

Para agregar, se define “al *Crowdfunding* como una forma de financiación colectiva que se dividen en varios tipos: *Crowdfunding* de recompensas, de préstamos, de donaciones y de inversiones” (Diccionario Financiero, 2018).

- El más conocido es el *Crowdfunding de recompensa* o *reward based crowdfunding*: en donde una persona llamada mecenas, aporta dinero a un proyecto y como pago por la colaboración o inversión, recibe en la mayoría de los casos, productos o servicios.
- *El crowdfunding de donación* o *donation based crowdfunding*: es similar a las donaciones tradicionales a organizaciones sin ánimo de lucro, pero la diferencia es que, en este caso, se difunden a través de las redes sociales. En este caso, el donante no recibe nada a cambio, más que información acerca de la evolución del proyecto. Pero a lo largo de la historia se ha demostrado su gran aporte a la sociedad.

- El Crowdfunding de inversión o equity crowdfunding: es un modelo muy utilizado por startups o empresas de nueva creación, en esta modalidad el dinero aportado por el inversor se traduce en una participación o acciones en la empresa.
- Por último, el Crowdfunding basado en préstamos a empresas o crowdlending: es aquel en el que el inversor recibe un tipo de interés sobre el dinero invertido. Por lo tanto, la empresa debe devolver el dinero que le han prestado más un tipo de interés. (el subrayado es agregado) (Diccionario de la Real Academia Española, 2018)

En esta misma línea, los dos modelos de *Crowdfunding* más importantes son:

- *El Reward-crowdfunding*: Modelo de *reward-crowdfunding*. Es empleado por todo tipo de proyectos, independientemente de que se trate de una empresa o simplemente de una persona física (por ejemplo, un artista). Las personas interesadas tienen la oportunidad de aportar dinero a la compañía y de recibir a cambio algún producto o servicio. Esta compensación acostumbra a corresponder al producto o servicio, que la empresa tiene planeado ofrecer en el futuro, pero sus características concretas varían en función de la cantidad de dinero aportada por el contribuyente.
- *El Equity-crowdfunding*: Es utilizado exclusivamente para la financiación de empresas. Las personas interesadas aportan dinero a las *startups* y reciben a cambio acciones de la empresa. En este modelo, los inversores no reciben una retribución, inmediata, sino que deben esperar a que la empresa se desarrolle y empiece a dar sus frutos, como cualquier accionista. Las aportaciones monetarias acostumbran a ser muy superiores a las de *reward-crowdfunding*, (...) El modelo de *equity-crowdfunding* supone que los emprendedores quedan “atados” a sus financiadores, ya que estos pasan a convertirse en los accionistas de la compañía. (Alemany & Bultó, 2014, pp. 8-11)

Como se ha podido apreciar se tienen hasta cuatro (04) modalidades de *Crowdfunding*; sin embargo, las aplicables en el Perú desde el 2021, solo se materializarían en dos, tal como señala la normativa Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, existen dos modalidades de acuerdo al artículo 4° “**FPF de valores:** Actividad de FPF, mediante la cual, los Receptores; personas jurídicas, obtienen bienes materiales o inmateriales de los inversionista a cambio de acciones”, que no es más que el denominado *Equity- crowdfunding*, y el

FPF de préstamos: Aquí los denominados como receptores a manera de poder financiar el proyecto, quedando obligados a pagar a cada inversionista y retornar el financiamiento, pudiendo materializarse mediante un título valor. (Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, 2021)

Este último, podría asemejarse al denominado *Crowdlending*; sin embargo, no ha sido determinado del todo claro por la normativa antes mencionada. Luego de haber, comparado algunos de las modalidades con la normativa actual regulada en nuestro país, y que será desarrollada con mayor amplitud en otro acápite.

Es importante, determinar ahora cuáles son aquellos métodos que normalmente utilizan los emprendedores o también denominados tradicionales. Por ejemplo; el *asset-based* es “el negocio que basa los activos de la empresa en financiarse y serán los generadores del flujo, con el cual se va a repagar el préstamo, así como en los activos que pueden servir de garantía” (subrayado es agregado) (Fasson Llosa, 2018, p. 88).

También, tenemos la financiación bancaria, es a la que normalmente recurren los emprendedores, exponiéndose a un pago excesivo de intereses para conseguir el préstamo deseado. O también, se suele recurrir a familiares o amigos de confianza que puedan prestar la cantidad de dinero deseada. Todos estos métodos tradicionales generan en el pequeño o mediano emprendedor y/o diseñador preguntas como ¿y ahora cómo se paga el préstamo? o simplemente terminan por no realizar el negocio o dejarlo en *stand by*. (el subrayado es agregado)

Ahora cabe realizar otra pregunta, ¿por qué reforzar el *Crowdfunding* en la moda y no en otro sector? Pues, en el Perú a pesar de haberse difundido la moda peruana, aún estamos muy lejos de entender la problemática que surge detrás de las pasarelas. En los últimos años, han surgido fondos del Estado, teniendo como principales clientes a pequeños grupos de inversionistas, que apuestan cada vez más por la creatividad y el talento de emprendedores peruanos, esta es la gran prueba que el Estado viene siendo el mejor compañero de la moda en el Perú.

Para nadie es raro que, cuando nombran al Perú en un evento importante como *Lif Week* (evento que muestra las últimas tendencias de la moda) nos enorgullece al máximo, saber que existe talento peruano, diseñadores y emprendedores de la moda que difunden nuestra riqueza en textiles, pieles, cuero, entre otros, que son plasmados de tal manera que, los colores unidos con la forma de mostrarlos al público tienen como resultado, dar a conocer nuestra cultura a través de diseños únicos.

En la moda, el *Crowdfunding* se denomina “inventario y cuentas por cobrar. Pero es claro, que muchos de los diseñadores no suelen tener dentro de su empresa activos o inventario

y, por ello, habitualmente, se financian a través de amigos o familiares” (Fasson Llosa, 2018, p. 88).

Para agregar, la especialista Fasson Llosa (2018) refiere que “en Nueva York, solo los diseñadores con dos o más años de producción exitosa pueden aspirar a obtener un préstamo tradicional” (p. 88). En Perú, las cosas son distintas, en muchos casos los nuevos emprendedores de la moda no tienen apoyo económico ni del Estado que dice promover el empleo, y si, recurren a un financiamiento a través del banco existen intereses excesivos (más ahora en postpandemia) lo que, además, varía dependiendo de cada Banco, por lo que muchas veces, ese emprendedor decide esperar, para hacerse de un capital, hasta conseguir el dinero para iniciarse en el mercado de la moda. Queda claro que:

el *Crowdfunding* es un método de financiamiento a través del internet que ha evolucionado en los últimos años. A través de este método muchas empresas que recién se constituyen ofrecen sus productos o valores mobiliarios (generalmente acciones) a través de plataformas de *Internet*. Entre las plataformas más conocidas tenemos a *Kickstarter, Rockethub, Gambitious y Crowdfunder*. (Fasson Llosa, 2018, p. 89)

Y en el sector de la moda existen los sitios como “*Teespring, I am la mode, Born, OutofX, Gustin, Before the Label, The Petite Shop*. Estas plataformas financian a nuevos diseñadores con el objeto de que puedan lanzar, fabricar y enviar las prendas que han ideado” (Fasson Llosa, 2018, p. 89). Que magnífico sería que, en Perú, se impulse de tal manera, que existan recursos digitales, que apuesten por nuevos proyectos de emprendedores o diseñadores de la moda, lo que es claro, es que nos está costando lograr la confianza en la era digital, toda vez que, se regulan normativas sin tomar en cuenta la realidad peruana.

En esta misma línea, y a nivel internacional, “en Estados Unidos se dictó la llamada *Jumpstart Our Business Startups Act* o JOBS Act, que flexibilizó diferentes normas con el objeto de promover el financiamiento de pequeños negocios” (Fasson Llosa, 2018, p. 89).

En la actualidad, se han ido creando nuevas plataformas de financiamiento alternativo en otros países, haciendo de este tipo de financiamiento, uno legal. Por ejemplo:

Kickstarter y *Goteo*, la primera ha permitido que se financien proyectos como: *Pebble* (un reloj inteligente). Gracias al *Crowdfunding* es posible el proceso que, desde la validación de un producto, como este reloj hasta la consolidación de una empresa y el lanzamiento de su segunda generación de productos, todo gracias a mecenas. (Camacho Zegarra, 2019, p. 137)

Cabe aquí preguntarnos ¿por qué el Perú no ha considerado el resto de las modalidades de *Crowdfunding*? No hay duda que, su regulación siempre fue necesaria porque de esa manera se impulsaría el financiamiento de pequeñas y medianas empresas, pero lo que se desea es contar con un adecuado marco de protección, un marco normativo especial para nuevos diseñadores y/o emprendedores que deseen invertir a través de este mecanismo. El *Crowdfunding* es más simple de lo que se ha regulado en nuestra normativa, significa “anunciar abiertamente, mediante el *Internet* el requerimiento de recursos financieros con la única finalidad de ayudar a proyectos de negocio” (Camacho Zegarra, 2019, p. 137). Precisamente, esto último es su potencial máximo, ayudar a otros con sus proyectos de negocio; sin embargo, con la reciente normativa regulada no se logra visualizar realmente ello, y ante esto cabe

precisar que, como sociedad peruana nos falta mucho por realmente llegar a concientizar a las personas sobre lo que significa apoyar un proyecto.

Tovar Ayllón (2021) refiere que “si el beneficio se genera en términos de confianza del público en los Receptores y Sociedades Administradoras, lo que significa mayor participación y volumen de financiamiento, si estaríamos ante una correcta regulación que aportaría al desarrollo del sector regulado” (p.28). Pero el Perú, realmente cuenta con una sociedad colaborativa o solidaria, la realidad peruana es otra, lo principal que buscan es el beneficio propio en muchas ocasiones.

Respecto de las Sociedades Administradoras cabe destacar otra falencia en su normativa, ya que su regulación es rigurosa en lo que se refiere a sus finanzas, en el Reglamento actual sobre la materia, pero al ser solo un canal que facilita la relación entre dos grupos, y no tendrá ninguna capacidad de decisión frente a las inversiones de los clientes, a qué se debe que sus finanzas sean totalmente controladas. Por ejemplo; en Estados Unidos existe la compañía *Crowdpay*, que brinda servicio de pago utilizando cuentas *escrow*, con la finalidad que los inversionistas financien campañas de *Crowdfunding*, sin que la Sociedad Administradora deba tener un contacto con fondos, de esta manera permite que el sector crezca, esto se ha ido aplicando también en Europa.

Esta figura financiera, también se puede definir como *crowd-sourcing*, “un término amplio, que describe el proceso de conectar con grandes grupos de personas, a través de internet para utilizar concatenar experiencias y conocimientos” (Alemany & Bultó, 2014, p. 6).

2.3. Propuesta de cambio sobre el *Crowdfunding*

2.3.1. *Régimen especial en la moda peruana*

Como ya sabemos, “el *Crowdfunding* es consecuencia de la falta de capital para iniciar un negocio, esta problemática la poseen los países pobres...” (Mollick, citado por Acosta-Véliz & Jiménez-Cercado, 2019, p. 83)

Pues bien, somos un país privilegiado, tenemos cantidad de textiles y colores que son la atracción de los turistas. Asimismo, el Perú tiene el mejor algodón, mejor cuero, plata y oro de buena calidad para las joyas, la alpaca que es una piel de primera calidad y cuando los turistas vienen al Perú, es lo primero que desean conseguir, es decir, tenemos todo para salir adelante, y por qué no igualarnos a Estados Unidos o Europa, cuando de diseñadores de alta costura se trata.

Ahora, incorporar un régimen especial en la moda peruana, se debe al negocio en sí, de prendas de vestir porque es un mercado dirigido a todo tipo de personas, hombres, mujeres, bebés, niños, jóvenes, adultos, ancianos, sin distinción. La industria de la moda es una industria creativa y, por ende, es más concurrida y necesaria. En el Perú, la moda ha ido creciendo y con ello han surgido nuevos diseñadores y emprendedores textiles, destacados a nivel nacional e internacional. Por mencionar algunos, tenemos a Ana María Álvarez-Calderón Carriquiry que sigue teniendo una gran presencia en la moda peruana e internacional.

En el 2018 tuvo una gran participación en los “*J Winter Fashion Show 2018*”, donde sus diseños conquistaron. Todos sus diseños se caracterizan por un impresionante

trabajo manual, trabaja con tela con recogidos, plisados y bordados y gracias a ello, esa es su característica única. (Los 10 mejores diseñadores de vestidos de fiesta en Lima. ¡Talento sin igual!, 2019, Párr. 3)

Claudia Jiménez peruana, “se perfeccionó en la Federación Prêt-à-porter en Paris, ha participado en eventos de la moda como *Lif Week*, sus modelos de prendas son femeninos y atractivos, telas delicadas, sedas y cuentan con aplicaciones de cristales y pedrería fina” (Los 10 mejores diseñadores de vestidos de fiesta en Lima. ¡Talento sin igual!, 2019, Párr. 12).

Edward Venero “nacido en la hermosa ciudad de Cuzco, de la Universidad Católica del Perú, destacando sus colecciones por emplear algodón, alpaca y estampado digital” (Los mejores diseñadores de moda peruanos, s.f., Párr. 6).

Norka Peralta es “una emprendedora famosa en el mundo de la moda en el Perú, con un estilo personal propuestas de alta costura, destacándose por finas piezas únicas, trabajadas en seda y alpaca con bordados hechos a mano” (Estrada, 2017, Párr. 1). Y así, se podrían mencionar muchos más diseñadores y/o emprendedores de la moda que han hecho de este mercado una expansión en eventos internacionales, que empezaron de cero y que ahora son reconocidos mundialmente, en eventos internacionales.

Pues bien, lo que se pretende, es el financiamiento al pequeño o mediano emprendedor o diseñador de la moda peruana, y a continuación se explicará con cuatro etapas como debe implementarse este método de financiamiento:

1. La publicación: se debe publicar el proyecto o diseño de moda en la plataforma de *Internet*, presentando; la idea, la prenda o proyecto, a un grupo de personas. Se indicará la cantidad de dinero que se necesita para iniciar el proyecto y, si se desea, también se presenta un plan de recompensas que se quiera ofrecer a las personas que quieran aportar en el proyecto.
2. La difusión: se difunde la creación o el diseño en la plataforma en todos los medios de *Internet* que sean posibles para lograr conseguir el monto deseado. Cabe destacar, que la idea es presentar de manera, creativa, coherente, y novedoso el diseño o proyecto.
3. La recaudación: el diseñador y/o emprendedor de la moda tiene plazo limitado para recaudar la financiación. Existen dos opciones: apostar por “todo o nada” lo que significa que, si el creador no llega a la cantidad deseada, el creador no recibe nada o el creador podría recibir todo lo que recolectó hasta la fecha límite.
4. El logro: lógicamente el logro sería llegar a la cantidad que se desea y el creador y las personas que han aportado serán beneficiados dependiendo de la modalidad de *Crowdfunding* que se genere. Es claro que, esto también ayudaría a que el emprendedor o diseñador muestre un proyecto que destaque y no cualquier diseño o creación, sino uno que realmente valga la pena poner en los ojos del mundo. (Camacho Zegarra, 2019, pp. 138-139)

Con respecto, a promover la cultura peruana es pertinente señalar que, la moda peruana en los últimos tiempos ha sido difundida a nivel internacional gracias a diseñadores con ideas y creaciones innovadoras, en donde se plasma sentimientos, cultura, sensaciones, colores, todo en una prenda de vestir o en accesorios; sin embargo, ello no ha sido difundido de manera

masiva, y algunos especialistas refieren que tampoco se lograría mucho con la presente regulación. Dicho ello, la mejor propuesta sería que incorporen un acápite especial para temas relacionados a nuevos emprendedores y diseñadores de la moda peruana.

2.3.2. El Crowdfunding en Pymes y Start-ups en la Moda Peruana

La propuesta plantea que debe desplazar a las Mypes y considerar solo a la Pyme y Start-up, porque una Pyme tiene como objetivo generar beneficios y valor a largo plazo, por ello el de su rentabilidad que puede crecer a una gran empresa o mantenerse en una posición estable. Asimismo, se centra en servir al mercado local o al nacional. Mientras que, las *Start-ups*, no generan frutos, sino que su interés reposa en generar crecimiento. Es así que, se puede generar una gran captación de financiamiento o capital de grandes empresas. Además, las *Start-ups* buscan tener ambiciones tanto a nivel nacional como internacional; sin embargo, en nuestra legislación reciente, no se considera ninguna modalidad de *Crowdfunding* que se pueda expandir a nivel internacional, estaría, por tanto, alejándose de su objetivo, artículo 1° de la Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02. (el subrayado es agregado)

1.1.El presente reglamento tiene por objetivo establecer el marco normativo aplicable a la actividad de financiamiento participativo financiero que se realice en territorio nacional, así como a las empresas constituidas como sociedades anónimas en el Perú que son las que fiscalizan sus plataformas para poder llevar a cabo dicha actividad.

(...) (el subrayado es agregado) (Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02, 2021)

También, las *Start-ups* se basan en algún tipo de innovación que no necesariamente es tecnológica puede ser en un proceso productivo. Para este tipo de empresa, sería beneficiosa la modalidad de *equity-crowdfunding*.

Pero, tampoco se le debe quitar mérito al *crowdfunding* de donaciones, si bien es cierto somos una sociedad que nos cuesta mucho aún ser solidario con el negocio de otro, esta es una gran oportunidad para promover la colaboración participativa de grupos que quieran apostar por un proyecto de moda o un diseño que dé a conocer la cultura peruana, se debe tomar en cuenta que el apoyo de una idea, significa crecimiento para el país entero.

Es más que claro que, la característica de innovación está en ambos tipos de empresas, la adecuada regulación del *Crowdfunding* lograría mayor inversión y que se posicionen de manera estable en el mercado de la moda peruana, también es claro que, ambos tipos de empresas presentan problemas de acceso al crédito y otras fuentes de dinero en algunas ocasiones.

2.3.3. *Ventajas de una adecuada regulación del Crowdfunding*

Mollick (2014) considera que “el alto nivel de cumplimiento se debe al poder de la comunidad en los solicitantes; ambos, *fundraisers* e inversionistas, progresan durante la campaña en un proceso de interacción vía preguntas, comentarios y foros de discusión sobre las características del proyecto” (p. 5). Por ello, existe un beneficio siendo este, “que a mayores relaciones entre personas disminuirá los fraudes mediante las plataformas de *internet*” (el subrayado es agregado) (Mollick, 2014, p. 8).

En lo que respecta a las campañas exitosas mediante el *Crowdfunding* “se encuentran 25 categorías exitosas, dentro de las cuales están: el Cine, Video, la Música, Teatro, Literatura, Moda o Comics” (el subrayado es agregado) (Rentería, 2016, p. 48).

Desde el año 2009, “el *Crowdfunding* ha venido creciendo a un 74% anual en lo que respecta al dinero contribuido a través de plataformas” (Alemany & Bultó, 2014, p. 7). Asimismo, las ventajas de haber implementado el *Crowdfunding* como método de financiamiento en algunos países radican en el aumento de potenciales inversores, valoración impulsada en el mercado, reducción de sesgo geográfico, desaparición de la discriminación de género, promoción de la empresa, aumento de la reputación, todo ello si la campaña resulta exitosa. (el subrayado es agregado)

En lo que respecta al empleo, el *Crowdfunding* directamente ha logrado retener un mayor control en las empresas, promueve la empresa por parte de los contribuyentes del proyecto. Esto último, resulta interesante, toda vez que, aquel que apoya un proyecto a través de estas plataformas también se incentiva en querer colocar alguna idea mediante el mismo método de financiamiento. Y es lógico que, cuantas más personas deseen colocar un proyecto o una idea creativa y este proyecto sea aceptado por la colectividad será financiado y ello a su vez se convertirá en la creación de una Pyme o *Start-ups* que generará a su vez empleo, pues se necesitará mano de obra para confeccionar y diseñar las nuevas creaciones de moda peruana. Cuantos más proyectos potencialmente interesantes mayor empleo existirá. En efecto, “El *Crowdfunding* combate el desempleo pues la financiación en masa es un nexo para captar capital para las PyMES y *Starts-up*” (el subrayado es agregado) ("*Crowdfunding*": gasolina para el empleo y las pymes, 2015, Párr. 2).

2.3.4. Rol Económico del Crowdfunding, en virtud de la Constitución Política del Perú

Tanto en la derogada Constitución Política de 1979 como en la vigente Constitución de 1993, se instauran un régimen económico que pretende ayudar a la economía del país. A diferencia de la derogada Constitución de 1979 que era más prestadora de servicios, en la cual se permitía la intervención directa en la economía, la Constitución de 1993 busca reducir la participación económica del Estado, [sin embargo, plantea la subsidiariedad económica], fortaleciendo a la empresa privada. De esta manera, se busca más la inversión nacional y extranjera; sin embargo, con una regulación como la actual, solo se limitaría a una modalidad de *Crowdfunding* a nivel nacional.

La mayor fuente de ingreso se encuentra en la creación de riqueza, ello producirá progreso en los pueblos [y en consecuencia del Estado]. La Constitución de 1993 tiene como fin promover la libertad de empleo, la libertad de comercio e industria, siendo el pilar de la iniciativa privada. Es claro, que la función del Estado es brindar oportunidades de superación a los sectores, más por la falta de igualdad y justicia. En este sentido, mejorar la reciente regulación sobre el *Crowdfunding* lograría superar las limitaciones económicas que se tiene como país.

Un país que vaya de la mano con la inversión y la tecnología ayuda al crecimiento económico, si lo que propugna la Constitución de 1993, es el libre mercado y la competencia, pues el *Crowdfunding* sería un gran mecanismo de financiamiento para aquellos emprendedores del mercado textil, que como ya se ha mencionado, es uno de los mayores ingresos que genera el Perú, por su riqueza textil y cultural, que están muy relacionadas entre sí. No debe ser extraño la existencia de diseñadores y emprendedores peruanos que han logrado

que el Perú se encuentre ante la mirada atenta de países extranjeros. Pero la regulación debe ser una adecuada, desde su inicio libre, dando a conocer no solo modalidades de *Crowdfunding*, sino promoviendo la normativa y tomando como punto de partida los logros en otros países, ya que si lo que se propone tiene limitaciones, cuál sería la verdadera ayuda para los emprendedores. (el subrayado es agregado) “La falta de confianza, la poca tolerancia al riesgo y al fracaso” (Vílchez, 2016, p. 40), son factores negativos a la verdadera realidad peruana, es por ello, que aún con la regulación actual cuesta mucho, que un nuevo emprendedor o diseñador apueste por una regulación que no le genera incentivo, por ser rigurosa y limitativa.

La misma Constitución Política del Perú de 1993, señala en el artículo 59° que, “ante diferentes desigualdades, el Estado debe garantizar y promover la libertad de empresa” (Rubio Correa, 2008, p. 130). Como se ha podido leer, el Estado debe velar por dar oportunidades a los sectores que sufren las consecuencias de recurrir a la informalidad, por falta de recursos económicos, siendo el mayor sector informal, el de la moda claramente se puede visualizar en el Emporio de Gamara, en donde, los comerciantes o emprendedores se sienten desprotegidos por el Estado, o también en emprendedores independientes, en donde prefieren a veces mantenerse a escondidas pero también sobreviviendo con lo poco que venden.

El Estado es quien debe promover el inicio y continuación de las empresas sobre todo de aquellos nuevos empresarios. Una adecuada regulación del *Crowdfunding* sería equipararnos a las grandes potencias mundiales, desarrollarnos tecnológicamente, promover el empleo y la cultura, significaría aplicar lo señalado en la Constitución del Perú de 1993, se daría cumplimiento al rol económico del Estado.

El punto de partida de toda regulación es que el marco legal sea realmente óptimo, ceñido a la realidad del país, teniendo como pilares importantes, la protección del inversionista, que la relación de los sujetos involucrados no genere desincentivo para utilizar este mecanismo, pues la clave es incentivar a los nuevos emprendedores, sociedades administradoras e inversionistas. Asimismo, “el marco legal debe reducir riesgos como; el fraude, el lavado de activos y financiamiento del terrorismo” (Mercado Espinoza, 2021, p. 295)

2.4. Legislación comparada sobre el *Crowdfunding*

2.4.1. *Estados Unidos*

En Estados Unidos, el *Crowdfunding* en la moda está regulado de la siguiente manera:

- Empresas de Estados Unidos que no han emitido valores por oferta pública pueden financiarse a través de *Crowdfunding* hasta por US\$ 1 millón en un periodo de 12 meses.
- La oferta debe ser conducida a través de un intermediario (*broker dealer*) o de un portal de financiamiento.
- Los inversionistas individuales pueden invertir, en un periodo de doce (12) meses, hasta:
 - El monto que resulte mayor entre (i) US\$2,000 o (ii) 5% del menor entre sus ingresos o su patrimonio, si es que alguno -su ingreso o patrimonio- es menor de US\$100,000; o

- 10% del monto que resulte menor entre (i) su ingreso anual o (ii) su patrimonio, si ambos -el ingreso anual y su patrimonio- son iguales o mayores a US\$100,000.
- Durante un período de doce (12) meses el monto agregado de valores vendidos a un inversionista particular a través del *Crowdfunding* no debe exceder de US\$100,000.
- Las empresas que confían en el *Crowdfunding* para efectuar una oferta deberán presentar cierta información a la SEC y al intermediario (*broker dealer*).
- Esta información incluye, entre otros, los siguientes requisitos: 1) Una descripción del negocio y del uso de los recursos que se captan a través de la oferta. 2) El precio de los valores o el método para determinar el precio, el monto que se requiere captar, el plazo que se tiene para alcanzar el monto de la oferta y si la compañía aceptará montos por encima del monto ofertado. (Fasson Llosa, 2018, p. 92)

En Estados Unidos, el *Crowdfunding* “permite acceder a la inversión y en especial en Real Estate. Existen varias plataformas desde el año 2012 y estas mismas se van mejorando con el paso del tiempo” (Crowdfunding en Estados Unidos, 2018, Párr. 3). A diferencia de Perú, que la normativa se ha regulado recién el año 2021 a raíz de las dificultades que empezaron a presentar muchas empresas con la pandemia.

2.4.2. España

El origen del *Crowdfunding* en España fue en el año 2008, cuando se acuñó la palabra como tal, cuando el ya mencionado Jeff Howe junto con Mark Robinson, utilizaron el término *Crowdfunding* por primera vez, en el artículo titulado “The Rise of Crowdfunding”.

En España, las plataformas de *Crowdfunding* son el mecanismo clave para que este tipo de financiación alternativa para empresarios de la moda, pues de esta manera se desarrollan de manera escalonada y creciente. Existen varias plataformas online dedicadas a la financiación, para proyectos de diferentes categorías y diversas actividades específicas como: *Verkami*, *Goteo.org.*, *Arboribus*, *Comunitae*, *Bestaker*, *The Crowd Angel*. (el subrayado es agregado)

La ley española regula el acceso y el ejercicio del negocio del *Crowdfunding* o, según la denominación española, plataformas de financiación participativa, esta última denominación se asemeja a la legislación actual peruana sobre *Crowdfunding*.

Las plataformas se definen como “empresas autorizadas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promotores.” Si la plataforma desea actuar como un proveedor de servicios de pago, necesita obtener una licencia. (García, 2015, p. 12)

España señala que las ventajas del *Crowdfunding* son:

- La posibilidad de financiar el proyecto de manera colectiva.
- Asimismo, permite que los creadores conozcan más aspectos del proyecto.
- Y potencia la relación entre creadores e inversores, traspasando la frontera de lo meramente profesional y llegando a las personas gracias a que los inversores se sienten vinculados al proyecto en sus diferentes etapas.

(García, 2015, p. 13)

Se ha instaurado una economía en colaboración con la sociedad, y a través de la influencia de diferentes factores, por ejemplo; crisis económica, nuevas tecnologías, crisis sanitaria, entre otros. Pero el *Crowdfunding* es un cambio, se han dado diferentes formas de colaboración, y se ha expandido a más sectores. En el sector financiero, esta figura jurídica ha brindado un desarrollo de nuevas modalidades de pago como “el *contactless*, el *bitcoin* y el *Crowdfunding*, siendo esta última modalidad una forma de financiamiento por *Internet*, lo que permite abrir nuevas vías de acceso al mercado del crédito para personas y proyectos que anteriormente eran vistos como canales tradicionales” (De la Vega García, 2017, p. 122). Lo que permite que se conecten las personas que quieren apoyar el proyecto y las personas que están detrás del proyecto, eso maximiza la posibilidad de crecimiento en un negocio. Por eso, en España son partidarios de la existencia de una regulación especial para cada sector que quiera fortalecerse a través del *Crowdfunding*. (el subrayado es agregado)

Además, un dato interesante es que, en España existe la posibilidad de optar por un seguro de responsabilidad civil, en vez de cumplir con un capital mínimo, ello significa que el costo de dicho seguro va a depender de la evaluación que haga la aseguradora del nivel de

riesgo de cada Sociedad Administradora, ello significa que el costo sería proporcional al riesgo. Ello a su vez, determinaría un incentivo para que la compañía cree un mecanismo, para contrarrestar el riesgo y conseguir saldar el seguro, un claro ejemplo; es valerse de un tercero para manejar los fondos que se han recaudado en las campañas.

Como se ha podido apreciar, en un primer intento podríamos decir que la legislación española se parece mucho a la regulada hoy en día, en Perú; sin embargo, no es así, ya que en España existe una regulación especial para cada sector que desee utilizar el *Crowdfunding*; mientras que, en nuestra legislación, lo que hay es un intento de regular por la premura de los problemas con las pequeñas y medianas empresas a raíz de la crisis sanitaria por la pandemia. Sin embargo, no le han dedicado mayor estudio a poder regular situaciones concretas o sectores concretos que podrían beneficiarse de este tipo de financiamiento, sino simplemente se realizó una regulación general con algunos errores, contradicciones y limitaciones.

2.4.3. Reino Unido

En el Reino Unido, se ha introducido un régimen para la regulación del *Crowdfunding* en su modalidad de préstamos, siendo los requisitos para efectuar ello:

- Proporcionar información específica sobre la tasa de incumplimiento de los préstamos, una descripción de cómo se sigue la diligencia debida y el nivel de riesgos asociado a los préstamos, si los préstamos se encuentran garantizados, si las devoluciones se encuentran sujetas a algún tipo de gravamen, los procedimientos para enfrentarse a la devolución tardía de préstamos o incumplimiento.

- Toda la información debe ser equitativa, clara y no engañosa, y debe presentarse de forma comprensible para el cliente.
- Los individuos que solicitan un préstamo están protegidos por los requisitos de la Directiva de crédito al consumo. (el subrayado es agregado) (García, 2020, p. 12-13)

Como se puede ver en la cita, parece ser que la legislación peruana en un intento de regular el *Crowdfunding*, también agregó la modalidad de préstamo, en donde lejos de ayudar al emprendedor parecería ser que lo limitó, toda vez que, nuestra legislación reciente señala que la SMV le solicita una opinión a la SBS para que emita una opinión (artículo 22°.2 del Decreto de Urgencia N° 013-2020); en lo que respecta a este tipo de modalidad, sobre quien la solicita, dejando en el aire que tan beneficiosa o perjudicial sería la opinión de la SBS, o que tanto podría influir para poder otorgar el “permiso”, y que puedan acceder a esta modalidad de *Crowdfunding*.

2.4.4. Italia

El *Crowdfunding* en Italia surge a inicios del año 2010, con una plataforma de donaciones; sin embargo, se podría decir que el verdadero inicio se dio en el año 2005, con Produzioni dal Basso, que era un portal italiano que se basaba en financiamiento de donaciones. Ya para el año 2012, “la Commissione Nazionale per le Societ e la Borsa (CONSOB) redactó una normativa sobre el *Crowdfunding*” (Italia ya dispone de una regulación para el crowdfunding, 2022, Párr. 1), en donde se le dedica un capítulo sobre la financiación colectiva, de acuerdo a ello, se podrá recaudar dinero a través de portales especializados para la creación de empresas bajo la fiscalización de CONSOB, así se les da inicio a startups con sede en Italia, es así que surge una plataforma *do it yourself*, en donde se dio a una financiación colaborativa.

Italia ha demostrado ir de la mano de esta figura jurídica y lograr que verdaderamente funcione, por ejemplo; en los años 2015 y 2019 se crearon 54 plataformas de donaciones, una de ellas se llama EpPela, en donde se recaudó 5,5 millones de euros en el año 2021. De lo antes señalado, se puede colegir que definitivamente, no se debió obviar en nuestra legislación la modalidad de *Crowdfunding* en donaciones, una clara muestra del valioso resultado obtenido es Italia.

En el sector de la moda, recientemente Gucci la marca italiana ha realizado “un llamado para ayudar en la época de pandemia, con el uso del *Crowdfunding*, mediante colaboración en la recaudación de fondos de distintas organizaciones para ayudar a médicos y científicos para que realicen sus investigaciones sobre el brote del coronavirus” (Martinez, 2020, Párr. 1). Otra clara muestra que el *Crowdfunding* en donaciones también resulta beneficioso.

2.4.5. Colombia

Para Colombia, tal como señala Rodríguez de las Heras Ballell (2014) “el *Crowdfunding* se presenta como una gran oportunidad en la búsqueda de nuevas modalidades de financiación” (p. 121).

Al igual que en el Perú, el sistema Bancario en Colombia no apoyaba a los emprendedores y ello significa presencia de un gran problema social. Los préstamos fáciles y baratos son escasos, los intereses son altos.

En Colombia, “su desarrollo respecto del *Crowdfunding* es reciente, y por la misma razón, estas son algunas de las plataformas en el mercado; *Publicart.me*, *Help*, *Idbooster*, *Sumame*, *la Chevre*. Asimismo, existen cuatro modalidades: donación, recompensa, inversión

y préstamos” (Peras de las Peñas, 2016, p. 74). Otra vez, un claro ejemplo, del porque no se deben excluir las otras modalidades de *Crowdfunding*.

A diferencia de Colombia en otros países como “Chile y México han adoptado el *Crowdfunding*, pero no hay que olvidar que Brasil ha sido claramente el país pionero en la adopción de esta figura jurídica. No obstante, el crecimiento mayor en términos generales ha sucedido en México” (Rentería, 2016, p. 32)

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es una investigación básica porque tiene como único propósito, potenciar los conocimientos que se generen respecto del problema de investigación. Aquí “se formulan nuevas teorías sobre aquel problema o tema de investigación” (Pimienta Prieto & De la Orden Hoz, 2017, p. 83). Y se ha utilizado un método de enfoque cualitativo.

3.2. Población y muestra

Población

El presente trabajo tiene como población empresarios (diseñadores y/o emprendedores) de la moda peruana, a especialistas en derecho de la moda y especialistas en derecho empresarial o áreas del derecho conexas a este último.

Muestra

La muestra estará conformada por veinte (20) personas que estarán divididos entre diez (10) empresarios de la moda peruana (emprendedores y/o diseñadores), así como dos (02) especialistas en derecho de la moda y ocho (08) especialistas en derecho empresarial o áreas conexas a este último.

3.3. Operacionalización de Variables

Título

Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana

Tabla 1

Variables e indicadores

VARIABLES (Categorías)	INDICADORES
<p>Variable independiente (X) PYMES Y START-UPS de la moda peruana</p>	<p>1. Definición de Pyme. “Es una pequeña y mediana empresa que, por su constitución, poseen un gran valor para la economía y el crecimiento del país porque fomenta el empleo.</p>
	<p>2. Definición de Start-ups. Son empresas cuyo desarrollo implica utilizar la tecnología. Su crecimiento gracias a lo digital se genera en mayor proporción, rápido y eficiente.</p>
	<p>3. Pyme de la moda peruana. Es una pequeña y mediana empresa en el rubro de la moda, haciendo uso de materiales como el algodón, alpaca, cuero, entre otros, que se utilizan para elaborar prendas de vestir u accesorios que permiten transmitir la cultura peruana.</p>
	<p>4. Start-ups de la moda peruana. Es una empresa que, a través de medios digitales o tecnológicos, vende, distribuye, comercializa prendas de vestir u accesorios peruanos.</p>
<p>Variable dependiente (Y) Crowdfunding</p>	<p>1. Definición de Crowdfunding. Es una forma de financiación mediante aportaciones de diversas personas que apuesten por cualquier proyecto. Es diferente a lo que podría aportar una financiación otorgada por un banco, un familiar o un amigo.</p>

Fuente: Propia

3.4. Instrumentos

Los instrumentos que van a ser utilizados en la presente investigación son los cuestionarios.

Tabla 2

Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
<p>1. Encuesta: Se va a utilizar encuestas de opiniones de emprendedores de la moda peruana con la finalidad de obtener respuestas en relación con la problemática: <i>Crowdfunding: análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana.</i></p>	<p>1. Cuestionario: los cuestionarios estarán compuestos por preguntas cerradas objetivas sobre <i>Crowdfunding: análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana.</i> Ese carácter será por el tiempo limitado que tendrán los emprendedores y/o diseñadores de la moda para responder las preguntas.</p>
<p>2. Entrevista: se va a utilizar para los especialistas en derecho de la moda con la finalidad de obtener respuestas sobre los beneficios del Crowdfunding en el derecho de la moda.</p>	<p>2. Cuestionario: estará compuesto por preguntas abiertas y este carácter sirve para conocer la opinión respecto <i>Crowdfunding: análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana.</i></p>

Fuente: Propia

Para estos efectos los cuestionarios realizados fueron los siguientes:

Tabla 3

Cuestionario para diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana

<u>CUESTIONARIO N°1</u>		
(Encuesta)		
La presente encuesta se encuentra dirigida a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana:		
1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?		
b. Mucho	b. Poco	c. Nada
1. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?		
a. Mucho	b. Poco	c. Nada
2. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?		
a. Si	b. No	-
3. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?		
a. Si	b. No	-
4. Si usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:		
a. Préstamo Bancario		
b. Préstamo de un familiar o amigo		
c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.		

5. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?		
a. Si	b. No	c. Muy Poco

Fuente: Propia

Tabla 4

Entrevistas para especialistas en Derecho a la Moda

<u>CUESTIONARIO N° 2</u>
(Entrevista)
Las presentes entrevistas han sido realizadas a especialistas en Derecho de la Moda.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Doctora para conocer un poco sobre esta nueva rama. Primero, ¿existe relación entre el Derecho y la Moda? 2. Entonces, ¿Qué se entiende por Derecho de la Moda? 3. ¿Cree usted que en la actualidad esta nueva rama se ha expandido a nivel nacional? 4. Entrando un poco más a fondo, respecto al financiamiento de los negocios en el mercado de la moda peruana. ¿Considera usted que, uno de los principales factores por los cuales un diseñador nuevo o un emprendedor de la moda deja sus sueños de seguir adelante con su proyecto, es por falta de dinero para iniciarse en el mercado? 5. ¿Qué métodos de financiamiento tradicionales considera usted que suelen usar más los diseñadores y/o emprendedores de la moda? 6. ¿Nos podría explicar brevemente sobre el <i>Crowdfunding</i>? 7. ¿Cree usted que en el Perú se podría regular el <i>Crowdfunding</i>, pero específicamente en el derecho de la moda?

Fuente: Propia

Tabla 5

Cuestionario para especialistas en Derecho Empresarial o áreas conexas

<u>CUESTIONARIO N° 3</u>		
(Encuesta)		
Las preguntas cerradas serán realizadas a especialistas en Derecho Empresarial para destacar la importancia del <i>Crowdfunding</i> en la Pymes y <i>Starts-up</i> :		
1. ¿Considera usted, que las Pymes y Starts-up peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?		
a. Si	b. No	
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del <i>Crowdfunding</i> incentiva el crecimiento económico en el Perú?		
a. Si	b. No	
3. ¿Considera que, la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> es adecuada en base a la realidad peruana?		
a. Si	b. No	c. Podría mejorar
4. ¿Considera usted que, el <i>Crowdfunding</i> como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?		
a. Si	b. No	
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?		
a. Si	b. No	

Fuente: Propia

3.5. Procedimientos

A lo largo de la investigación, en el estudio de campo se va a utilizar diferentes procedimientos como:

Cuestionarios

- **Preguntas abiertas:** pues estas darán a conocer más ampliamente su opinión respecto del *Crowdfunding*: *análisis de la regulación actual y la necesidad de*

un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana

- **Preguntas cerradas:** este tipo de preguntas no da la oportunidad de contestar ampliamente, por cuanto se limita a solo responder de acuerdo a las alternativas que se le brindan.

3.6. Análisis de datos

En la presente investigación se utilizarán:

- **Cuadros de resumen:** porque son el resultado de anotar los datos y hechos de cada pregunta del cuestionario referente al *Crowdfunding* se plasmará en hoja de recuento.

3.7. Consideraciones éticas

En el presente proyecto de investigación no se protege ningún derecho, se pretende describir la problemática sobre *Crowdfunding*: análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana. Por tanto, se ha respetado el contenido de las citas, ideas y normas, cada resultado producto de las encuestas y entrevistas realizadas.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados del Cuestionario N° 1

Tabla 6

Resultados de las encuestas a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana

Resultados				
N°	Preguntas	Respuestas	Cantidad de Pymes y Start ups encuestadas (total=10)	Conclusión
1	¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?	a. Mucho b. Poco c. Nada	Mucho=3/10 Poco= 7/10	La mayoría de las Pymes consultadas determinan que conocen muy poco sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en dicho mercado.
2	¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?	a. Mucho b. Poco c. Nada	Mucho=9/10 Poco= 1/10	La gran mayoría de las Pymes consultadas opinan que el derecho y la moda si se relacionan.
3	¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?	a. Si b. No	Si=6/10 No= 4/10	Más de la mitad de las Pymes consideran que la moda debería ser financiada por el Estado.
4	¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?	a. Si b. No	Si=4/10 No= 6/10	Más de la mitad de las Pymes consultadas no han escuchado sobre el <i>crowdfunding</i> .
5	Si usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:	a. Préstamo Bancario b. Préstamo familiar/amigo c. Método de financiamiento hecho por el Estado	PB=3/10 PF/A=2/10 MFE= 6/10	La mayoría de las Pymes consultadas consideran que debería existir un método de financiamiento a través de plataformas de internet promovido por el Estado. En este campo solo una Pyme marcó dos opciones.
6	¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?	a. Si b. No c. Muy Poco	Si=6/10 No=1/10 Muy Poco= 3/10	La mayoría de Pymes consultadas opinan que la moda peruana en la actualidad si es reconocida a nivel mundial pero podría mejorar.

Fuente: Propia

4.2. Resultados del Cuestionario N° 2

Tabla 7

Resultados de las entrevistas a los especialistas en Derecho de la Moda

RESULTADOS		
N°	Preguntas	Conclusión de las dos (2) especialistas en Derecho de la Moda
1	¿Existe relación entre el Derecho y la Moda?	Las dos especialistas sobre la materia opinan que el Derecho y la Moda si tienen relación.
2	¿Cómo se podría definir o qué se entiende por Derecho de la Moda?	Las dos especialistas sobre la materia opinan que el Derecho de la Moda es un área o sector del Derecho.
3	¿Cree usted que, en la actualidad, esta nueva disciplina se ha expandido a nivel nacional como realmente se ha querido?	Una de las especialistas opina que no se ha expandido el Derecho de la Moda a nivel nacional. La otra especialista considera que si se ha expandido a nivel nacional e internacional.
4	¿Considera usted, que uno de los principales factores para un emprendedor o diseñador de la moda, de repente empezar con su proyecto, es la falta de capital para empezar en el mercado?	Las dos especialistas consideran que uno de los principales factores para iniciar un proyecto en la moda peruana es la falta de capital para empezar en el mercado.
5	¿Qué métodos de financiamiento tradicionales considera usted que suelen usar más los diseñadores o emprendedores de la moda?	Una de las especialistas opina que el primer método de financiamiento de los emprendedores de la moda obtener un préstamo a través del banco. Sin embargo, la otra especialista considera que en principio los emprendedores recurren a un familiar o amistad, y luego, recurren al banco para un préstamo.
6	¿nos podría explicar brevemente, la idea del crowdfunding? ¿qué es lo que desea plantear esta figura?	Las dos especialistas consultadas consideran que el <i>crowdfunding</i> es un mecanismo de financiamiento de pequeñas empresas. Sin embargo, solo una de ellas menciona que el proyecto se coloca en una página web, siendo esto último un carácter especial del <i>crowdfunding</i> .
7	¿Cree usted que en el Perú se podría regular el crowdfunding, pero específicamente en el derecho de la moda?	Una de las especialistas considera que no debería aplicarse el <i>crowdfunding</i> específicamente para el sector de la moda. Mientras que la otra especialista opina que si debería realizarse para el sector de la moda peruana, aparte de otros negocios.

Fuente: Propia

4.3. Resultados del Cuestionario N° 3

Tabla 8

Resultados de las encuestas a especialistas en Derecho Empresarial o áreas conexas

RESULTADOS			
N°	Preguntas	Respuestas de los diez (8) encuestados	Conclusiones
1	¿Considera usted, que las Pymes y Start-ups peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?	Si=3/8 No= 5/8	La mayoría de los especialistas encuestados consideran que la Pymes y <i>Start-ups</i> no tienen apoyo del Estado en la actualidad.
2	¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del <i>Crowdfunding</i> incentiva el crecimiento económico en el Perú?	Si=3/8 No= 5/8	La mayoría de los especialistas encuestados consideran que la regulación actual del <i>Crowdfunding</i> no incentiva el crecimiento en el Perú.
3	¿Considera que, la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> es adecuada en base a la realidad peruana?	Si=0/8 No=0/8 Podría mejorar= 8/8	El total de todos los encuestados consideran que la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> podría mejorar.
4	¿Considera usted que, el <i>Crowdfunding</i> como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?	Si=2/8 No=6/8	La gran mayoría de los especialistas encuestados consideran que el <i>Crowdfunding</i> no está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia.
5	¿Considera usted que, la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?	Si=2/8 No=6/8	La mayoría de los especialistas encuestados opinan que la actual regulación del <i>Crowdfunding</i> no fomenta ni incentiva a los emprendedores a optar por esta finalidad de financiamiento.
6	¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el <i>Crowdfunding</i> adecuadamente?	Si=7/8 No=1/8	La gran mayoría de los especialistas consultados opinan que si debería existir un régimen especial para cada sector, incluido el sector de la moda.

Fuente: Propia

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Respecto de los resultados obtenidos de los encuestados, siendo estos, diseñadores o emprendedores de la moda: la mayoría no saben que existe una relación entre el derecho y la moda; sin embargo, consideran que de existir un método de financiamiento con plataformas internet, este debería ser promovido por el Estado, resulta extrañas las respuestas brindadas porque la mayoría de los diseñadores y/o emprendedores desconocen el significado de *Crowdfunding*.

De ello, podemos colegir que los diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana no se sienten apoyados por el Estado, lo que provocaría en ellos que no puedan ingresar al mercado de la moda, siendo realmente capaces de salir adelante, pero al no sentir apoyo suficiente, lo dejan de lado. Asimismo, se puede evidenciar que, a pesar de, ya estar en nuestra legislación la normativa del *Crowdfunding*, la mayoría no conoce su contenido o implicancia, más aún quienes deberían conocer directamente de este tipo de financiamiento, no lo conocen, provocando así que se queden en la informalidad o en su defecto que recurran a métodos de financiamiento tradicionales como un préstamo bancario o de un familiar o amistad, y al no conseguir dicho préstamo prefieren dejar de lado su sueño de dar a conocer un proyecto de la moda peruana.

Respecto de los resultados obtenidos de los encuestados, siendo estos, especialistas en Derecho de la Moda: Cabe resaltar que, al realizar las entrevistas, se evidenció que a nivel nacional existen muy pocos especialistas reconocidos sobre la materia; Derecho de la Moda, siendo ellas, dos reconocidas Abogadas en la especialidad. La Dra. Annalucía Fasson Llosa y la Dra. Olga Alcántara Francia. De las entrevistas realizadas, se ha podido evidenciar que

ambas reconocen la relación existente entre el Derecho y la Moda, y que, en virtud de ello, es que el Derecho de la Moda es un área o un sector del Derecho como tal. Sin embargo, existen posiciones contrapuestas en lo que respecta a su expansión a nivel nacional e internacional. En lo que confiere a la definición de *Crowdfunding*, ambas especialistas determinan que es un método de financiamiento y solo una de ellas realiza la diferencia es determinar correctamente, pues la característica fundamental del *Crowdfunding* es el uso de plataformas de *Internet*.

Luego de las respuestas brindadas por ambas especialistas, se puede evidenciar que resulta importante en la actualidad la especialidad de Derecho de la Moda, toda vez que, un especialista sobre la materia, analiza específicamente qué problemas se suscitan en el entorno de la moda, desde la confección de una prenda hasta ponerla en el mercado, desde una pasarela para dar a conocer un proyecto de una prenda de vestir o accesorios de la moda hasta el material que se va utilizar en una prenda, y lo principal para iniciarse en este tipo de negocio, también estudia el problema fundamental de la mayoría de pequeñas empresas o Start-ups de la moda, cómo ingresar en este mercado, cómo financiar su proyecto para que sea conocido a nivel nacional y a nivel internacional, surge así la problemática de establecer un régimen especial de la normativa de *Crowdfunding*, solo en lo que respecta a la moda en el Perú. Si bien es cierto, ya existe una norma al respecto, esta no se ajusta a las necesidades ni a la realidad peruana, además de los resultados obtenidos de manera directa de los mismos emprendedores de la moda peruana, a pesar de, ya estar regulada dicha figura jurídica en nuestro sistema, muy pocos lo conocen.

Respecto de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a especialistas en Derecho Empresarial o áreas conexas: se ha podido colegir en líneas generales que, la gran mayoría de encuestados considera que, la regulación actual sobre *Crowdfunding* no ha generado mayores cambios en los emprendedores, por ello, opinan que la regulación podría mejorar. Asimismo, los especialistas siendo todos Abogados de profesión han determinado que no hay apoyo a las Pymes ni Start- ups en la actualidad por parte del Estado. Para finalmente, concluir que, se debe realizar una modificación de la regulación actual del *Crowdfunding*, estableciendo un régimen especial para cada sector, incluyendo como prioridad el sector de la moda. Los resultados demuestran que, los emprendedores o diseñadores de la moda no tienen un apoyo para financiar sus negocios y que la legislación debería ser modificada en virtud de una mejora para la inversión, la creación de más puestos de trabajo, más empresas, más promoción de cultura peruana y menos informalidad en los negocios, ya que esta última ha ido creciendo luego de la pandemia, a pesar de existir una regulación del *Crowdfunding*, lo que en comparación con otros países que si han regulado esta figura jurídica de manera adecuada, nos está dejando al final de la lista.

VI. CONCLUSIONES

En la presente investigación se tienen las siguientes conclusiones, luego de un análisis y estudio a profundidad sobre la problemática: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana.*

- El Derecho de la Moda es una disciplina que se encuentra dentro del Derecho, valiéndose también de otras áreas para dar solución a los problemas que se puedan presentar; por ejemplo, Derecho Empresarial, Derecho Financiero, Derecho Marcario, entre otros. Sin embargo, en el presente trabajo, la problemática se circunscribe en un escenario de pequeñas empresas y Start-ups, que tienen como principal objeto la moda peruana, teniendo estas empresas como principal obstáculo, la forma de financiamiento a recurrir para consolidar y llevar a cabo un proyecto de la moda o negocio.
- El Derecho Financiero provee al sistema normativo, de la figura jurídica del *Crowdfunding*, siendo este, un método de financiamiento por medio de plataformas de Internet. Se tienen diferentes tipo de *Crowdfunding*: el *Crowdfunding* de recompensa o *reward based crowdfunding*, El *Crowdfunding* de donación o *donación bases crowdfunding*, El *Crowdfunding* de inversión o *equity crowdfunding*, el *Crowdfunding* basado en préstamos a empresas o *crowdlending*.
- El *Crowdfunding* es un tipo de financiamiento diferentes a los tradicionales como préstamo bancario o préstamo de algún familiar o amistad. Sirve de ayuda para los emprendimientos que no cuentan con capital para iniciarse en el mercado; sin embargo, su particularidad es el uso de plataformas de Internet para lograr el objetivo: financiar un negocio.

- Constitucionalmente el Estado vela por la protección de la libertad de empresa, permitiendo así que cualquier emprendedor pueda optar por el negocio que más prefiera, sin obstáculos ni comportamientos anticompetitivos.
- La problemática en la presente investigación es la falta de financiamiento de las pequeñas empresas y Start -ups en el rubro de la moda peruana. De acuerdo a la realidad peruana, la moda peruana brinda un soporte económico al País, promoviendo la inversión, la cultura peruana, el trabajo; sin embargo, no recibe el apoyo que merece, originando así la informalidad en el mercado y que muchos negocios de la moda no continúen.
- Si bien es cierto, existe una normativa, el Decreto de Urgencia N° 013-2020 – Decreto de Urgencia que promueve el financiamiento de la MIPYME, Emprendimientos y Startups y la Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02 - Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero, es legislación no se ajusta a la realidad peruana y tampoco ha demostrado cambios en la pequeñas empresas y Start – ups y menos aún en el sector de la moda peruana, pues con el avance del tiempo y circunstancias ajenas como la pandemia, se ha reducido la cantidad de negocios que quieran emprender en dicho mercado de la moda peruana porque no tienen el apoyo del Estado.

VII. RECOMENDACIONES

En esta investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

- El planteamiento de una propuesta, en considerar modificar la normativa sobre la materia, el Decreto de Urgencia N° 013-2020 – Decreto de Urgencia que promueve el financiamiento de la MIPYME, Emprendimientos y Startups y la Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02 - Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero porque no se ajusta a la realidad peruana ni tampoco ha demostrado cambios en la práctica en el mercado de la moda peruana. La modificación de algunos acápite de la normativa vigente sobre *Crowdfunding* en nuestra legislación nacional es de gran importancia, debido a que presenta algunas incongruencias y defectos que no permitirían ejercer el rol del Estado, como lo establece la Constitución Política del Perú ni tampoco incentivaría la inversión ni el el trabajo, y luego de, constatar con los beneficiarios directos de esta legislación, se ha podido observar que hay desconocimiento sobre este método de financiamiento y no hay mayor cambio en el apoyo de los emprendedores y menos aún específicamente del sector de la moda peruana.
- Una propuesta de establecer, un régimen especial para el sector de la moda peruana, en donde, se regule el *Crowdfunding*, considerando los cuatro tipos de *Crowdfunding*, pues de acuerdo a lo planteado en la normativa solo se han considerado dos modalidades; sin embargo, dado el análisis a nivel internacional, y la doctrina comparada, la regulación adecuada en este sector por su naturaleza podría ser el *Crowdfunding* de donaciones, de inversión y el de préstamos. Pero en nuestra legislación se le ha quitado mérito, al *Crowdfunding* de donaciones.

- La razón fundamental para establecer un régimen especial para el sector de la moda peruana en lo que respecta al *Crowdfunding*, es porque dada la existencia de una regulación, en nuestra legislación nacional, esta no ha tenido mayor repercusión e inclusive los beneficiados directos, no saben de la existencia de este método de financiamiento, además de no ajustarse a la realidad peruana y presentar vacíos y deficiencias. Cabe mencionar que de acuerdo a la doctrina comparada se ha podido concluir que la eficiencia del *Crowdfunding* está en regularlo en cada sector, de acuerdo a sus necesidades y naturaleza.

VIII. REFERENCIAS

- Acosta-Véliz, M., & Jiménez-Cercado, M.-E. (2018). El Crowdfunding como alternativa para el emprendedor del siglo XXI. *Fórum Empresarial*, 23(2), 81-93.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7499870>
- Alcántara-Francia, O. (2016-2017). *Régimen Jurídico aplicable a las creaciones de la moda en el Perú*. Instituto de Investigaciones Científicas (IDIC), 37, 243-278.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/6330>
- Alemany, L., & Bultó, I. (2014). Crowdfundng nueva forma de financiación para los emprendedores,. *Harvard-Deusto Business Review*, 237, 6-19.
- Aquise Niño de Guzmán, C. (2020). *El crowdfunding financiero como mecanismo alternativo de financiamiento para la micro y pequeña empresa en el Perú: aproximaciones a un esquema ideal de regulación*. [Tesis de Posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional de la PUCP.
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16120/Aquise_Ni%C3%b1o%20de%20Guzm%C3%A1n_Crowdfunding_financiero_como%20mecanismo1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arteaga Zubiate, A. M., Chamorro Aguero, M. M., León Hoyos, R. C., Michilot Yalán, L. G., & Paucar Rupay, M. E. (diciembre de 2016). *Crowdfunding como medio alternativo de financiamiento y su viabilidad aplicando el marketing digital en la región de Lima Metropolitana*. [Trabajo de Suficiencia Profesional de Pregrado, Universidad Privada de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622184/Arteaga_ZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Bello Knoll, S. (2022). *Imagen y Derecho de la Moda*. (1ª ed.). Editorial Albremática S.A.

Bello, I., & Echevarría, P. (2015). *Derecho y Moda. Fashion Law; Diseñando una nueva disciplina.*

Marcial Pons.

Besnard, P., & Burgelin, O. (23 de marzo de 2020). *Mode, sociologie.*

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/mode-sociologie/2-la-mode-dans-la-societe-industrielle/>

Camacho Zegarra, M. A. (2019). *Derecho Económico, Financiero y Bancario* (1ª ed.). Grijley.

Charbonneau, M. (2006). *Essai sur la mode comme phénomène de communication et objet de médiation.* [Memoria de Posgrado, Universidad de Québec]. Repositorio Institucional de UQ.

Cerchia, R.E., & Pozzo, B. (2020). A New Frontiers of Fashion Law. MDPI.

Covadonga, O. (2011). *Así es Amancio Ortega, el Hombre que creó Zara: Lo que me contó de su vida y de su empresa.* La Esfera de los Libros.

ThinkIN. (18 de Julio de 2018). *Crowdfunding en Estados Unidos.* ThinkINwolrd.

<https://thinkinworld.com/realstate/crowdfunding-en-estados-unidos/>

"Crowdfunding": gasolina para el empleo y las pymes. (9 de Marzo de 2015). Nación.

<https://www.nacion.com/opinion/foros/crowdfunding-gasolina-para-el-empleo-y-las-pymes/OZ7FLCED6FHJRGNVMSQTYT4Y5A/story/>

De la Vega García, F. (2017). Diversidad jurídica en el tratamiento del crowdfunding. *Lex mercatoria*, 17, 121-128.

De León Moreno, B. (abril de 2018). *Fashion Law: El auge de una tendencia jurídica.* [Tesis de Pregrado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Institucional Comillas.

Diccionario. (19 de Diciembre de 2018). RAE. <https://www.rae.es/>

Diccionario Financiero. (18 de Agosto de 2018). *Crowdfunding.* Funding Circle.

<https://www.fundingcircle.com/es/diccionario-financiero>

Decreto Legislativo N° 822. Ley sobre Derecho de autor. (24 de Abril de 1996). El Peruano.

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20787/0/DL+822.pdf/f1ed8416-7438-1ff9-eab6-81fa4dcb7505>

Decreto de Urgencia N° 013-2020. Decreto de Urgencia que promueve el financiamiento de la MIPYME, Emprendimientos y Startups. (18 de noviembre de 2019). Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/2065590-013-2020>

Di Campo, A. (2020). *Moda y Derecho*. (Volumen 2). Fashion Law Institute Spain.

Fashion United. (6 de febrero de 2019). *Estadísticas de la industria de la moda en Peru*. Fashion United. <https://fashionunited.com.pe/statistics/estadisticas-de-la-industria-de-la-moda-en-peru/>

Estrada, J. (13 de Junio de 2017). *Historia emprendedora de Norka Peralta*. Mundo Negocio. <https://mundonegocio.pe/historia-emprendedora-de-norka-peralta/>

Fasson Llosa, A. (2018). *Derecho de la Moda en el Perú*. Estudio Muñiz, Olaya, Meléndez, Castro, Ono & Herrera Abogados.

Fasson Llosa, A. (2021). Derecho de la Moda, sus principales movimientos y lo más trendy: El Fashion Tech. *Advocatus*, 39, pp. 127-136.

<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Advocatus/article/view/5122>

Fernández Blanco, A. (abril de 2021). *Influencia y caracterización de los métodos de crowdfunding en la realización de proyectos*. [Tesis de Posgrado, Universidad de Oviedo. Repositorio Institucional de Uniovi.

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/61603/TD_AladinoFernandezBlanco.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Figueras, J. (2012). *Historia de la Moda. Pasado, presente y futuro*. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Frankel, D. (Dirección). (2006). *The Devil Wears Prada* [Película].
- García, L. (9 de Abril de 2015). *Crowdfunding en la UE. Opinión de la Autoridad Bancaria Europe sobre los préstamos obtenidos mediante sistemas de Crowdfunding*. UCLM.
<http://www.uclm.es/centro/cesco>
- Guzmán, I. (2014). El "crowdfunding": una alternativa de financiación en tiempos de crisis. *AECA*, 106, pp. 17-20.
- Italia ya dispone de una regulación para el crowdfunding*. (06 de octubre de 2022). Universo Crowdfunding. <https://www.universocrowdfunding.com/italia-dispone-regulacion-crowdfunding/>
- Jaccard, R. (1969). Sociologie de la Mode de Ren Konig. *Le Monde*, pp. 1-2.
https://www.lemonde.fr/archives/article/1969/11/12/sociologie-de-la-mode-de-rene-konig_2442276_1819218.html
- Jiménez Alemán, J. A. (2021). Fundamentos de la regulación del Crowdfunding: a propósito del Decreto de Urgencia 013-2020 que establece el régimen jurídico del financiamiento participativo financiero. *Themis*, 79, pp.251-281.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/24876/23662>
- Jiménez, G., & Kolsun, B. (2014). *Fashion Law. A guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. (2^a ed.). Bloomsbury.
- Lipovetsky, G. (1987). *El imperio de lo Efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Flecos.

Lipovetsky, G. (1990). *El Imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas* (1ª ed.). Anagrama.

López, A. (16 de Febrero de 2019). *¿Qué es el Fashion Law o Derecho de la Moda?*. Enrique Ortega Burgos. <https://enriqueortegaburgos.com/fashion-law-derecho-de-moda/>

Los 10 mejores diseñadores de vestidos de fiesta en Lima. ¡Talento sin igual! (08 de Noviembre de 2019). Zankyou. <https://www.zankyou.com.pe/p/vestidos-de-fiesta-en-lima-los-10-mejores-disenadores>

Los beneficios y las necesidades de las Fintech: Consideraciones para su regulación en el sistema financiero peruano. (19 de Setiembre de 2018). SBS. http://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/BOLETIN-SEMANAL/2018/B_S_35-2018.pdf

Los mejores diseñadores de moda peruanos. (s.f.). Myoutfie. <https://www.myoutfie.com/historias/los-mejores-disenadores-de-moda-del-peru/>

Mankiw, G. (2007). *Principios de Economía*. Thomson.

Manzur Filomeno, K. P. (2016). *Propiedad Intelectual y moda: un enfoque desde la perspectiva de la regulación peruana*. [Tesis de Posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7817>

Martinez, J. (01 de abril de 2020). *Gucci hace un llamamiento al crowdfunding contra el coronavirus*. Fashion United. <https://fashionunited.es/noticias/empresas/gucci-hace-un-llamamiento-al-crowdfunding-contra-el-coronavirus/2020040132457>

Mercado Espinoza, R. (2021). El crowdfunding llegó al Perú, ¿para quedarse? *Advocatus*, 39, pp. 285-296. doi:10.26439/advocatus2021.n39.5135

- Metelka, A. (09 de junio de 2014). *Crowdfunding - Startups' alternative funding source beyond banks, business angels and venture capitalists*. [Tesis de Posgrado, Bleking Institute]. Repositorio Insitucional BTH. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:831531/FULLTEXT01.pdf>
- Moles, A., & Michel, S. (22 de marzo de 2019). Sociodynamique de la culture. *Annales. Economies, sociétés, civilisations*, 5, pp. 1117-1119. https://www.persee.fr/doc/ahess_0395-2649_1968_num_23_5_421996_t1_1117_0000_1
- Mollick, E. (13 de Enero de 2014). The Dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29, 1, pp. 1-16. doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005
- Monasterio, C. (22 de enero de 2021). *Diferencia entre Pyme y Mype*. Finanzas. <https://finanzas.com.pe/diferencia-entre-pyme-y-mype/>
- Monneyron, F. (2017). La sociologie de la mode. Presses Universitaires de France. pp.44-122. <https://www.cairn.info/la-sociologie-de-la-mode--9782130795032-page-44.htm>
- Ortega Burgos, E. (2022). Tratado de Derecho de la Moda (Fashion Law). Volumen 1. Thomson Reuters Arazandi.
- Oudoux, E. (18 de diciembre de 2020). *La mode, miroir des sociétés*. EUA. <https://eua.hypotheses.org/4418>
- Peras de las Peñas, Á. (2016). *Fuentes de Financiación*. ESIC.
- Perú: Exportaciones de prendas de vestir subió 8% más en el primer semestre del año. (10 de Septiembre de 2019). Perú Retail. <https://www.peru-retail.com/peru-exportaciones-ropa-subio-8-primer-semestre/>
- Pimienta Prieto, J. H., & De la Orden Hoz, A. (2017). *Metodología de la investigación* (3ª ed.). Pearson.
- Puyol, J. (05 de Octubre de 2014). *El crowdfunding o el micromecenazgo*. Conflegal. <https://conflegal.com/20141005-crowdfunding-o-micromecenazgo-05102014-2346/>

- Quintana Sala, L. R. (2019). *La aplicación de la figura jurídica del fashion law en la legislación peruana*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2021/1/TL_QuintanaSalasLaly.pdf
- Quiróz Zufiria, U. (2015- 2016). *El Crowdfunding*. [Trabajo de Pregrado, Universidad de País Vasco]. Repositorio Institucional VSIP. <https://vsip.info/el-crowdfunding-pdf-free.html>
- Rentería, C. (2016). *Las Plataformas de Crowdfunding en América Latina*. IDL.
- Resolución de Superintendente N° 045-2021-SMV/02*. (20 de mayo de 2021). Reglamento de la actividad de financiamiento participativo financiero y sus sociedades administradoras. Superintendencia de Mercados y Valores.
- Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2014). La regulación del crowdfunding en España. *El Redem-Revista de Derecho Empresarial*, 1, pp. 121-140.
- Rubio Correa, M. (2008). *Para conocer la Constitución de 1993* (2ª ed.). Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ruiz Valle, I. A. (2020). *Crowdfunding en el Perú ¿una alternativa viable para las MIPYMES?*. [Trabajo de Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20238/RUIZ_VALLE_I_GNACIO_AUGUSTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salas Pasuy, B. (2019). *La moda y la propiedad intelectual. Una mirada desde la perspectiva de los diseños industriales en Colombia, Francia y la Unión Europea*. Universidad Externado de Colombia.
- Salvador Sáez, D. (2016). *El crowdfunding: función económica, tipologías de la realidad, naturaleza y régimen jurídico*. [Tesis de Posgrado, Universidad de Valencia]. Repositorio Institucional UV.

<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/56200/Tesis%20doctoral%20Crowdfunding%20Diego%20Salvador%20S%C3%A1ez.pdf?sequence=1>

Sarmiento, F. (4 de abril de 2016). *El Derecho Empresarial*. Prezi. https://prezi.com/c9jdg_buec6w/el-derecho-empresarial/

Spirer, G. (2013). *The Next Big Thing: Money-Reasing Secrets of the Digital Age*. Createspace Independent Publishing Plataform.

Stefania, S., & Salvo, T. (16 de abril de 2016). *La estrategia que cambio el ciclo de la moda: Prêt-à-Porter*. <https://aboutfitsdotcom.wordpress.com/2016/04/16/la-estrategia-que-cambio-el-ciclo-de-la-moda-pret-a-porter/>

Tirado Rojas, M. Y. (2021). *El crowdfunding y su viabilidad como fuente alternativa de financiamiento para las MYPES del sector textil de San Juan de Lurigancho, Lima - Perú, 2020*. [Proyecto de Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16730/Tirado_rm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres Manrique, F. (18 de Diciembre de 2018). *Derecho Empresarial, Derecho de los negocios, Derecho de la Empresa, Derecho Corporativo y Derecho Comercial*. (F. J. Manrique, Ed.) *Revista de Derecho Empresarial*, 17, 1-17. <http://www.derecho-comercial.com/Doctrina/torres02.pdf>

Tovar Ayllón, A. (2021). Regulación del financiamiento participativo financiero-crowdfunding-en el Perú: ¿Estamos cometiendo el error de siempre? *Advocatus*, 40, pp. 285-301. doi:10.26439/advocatus2021.n040.5300

Tovar Ayllón, A. (2018). *Análisis legal del Equity Crowdfunding: ¿Cómo regularlo para convertirlo en un mecanismo atractivo, seguro y viable de financiamiento?*. [Tesis de Pregrado, Universidad

de Lima]. Repositorio Institucional de la UL.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/8410/Tovar_Ayll%C3%B3n_Adrian.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Universidad Privada del Norte. (9 de Marzo de 2016). *Ámbito del Derecho Empresarial*. Blog UPN.

<https://blogs.upn.edu.pe/carreras-para-adultos-que-trabajan/2016/03/09/ambito-del-derecho-empresarial/>

Un Reportaje de 2015 en el año del crowdfunding. (29 de Junio de 2015). *Reasonwhy*.

<https://www.reasonwhy.es/reportaje/2015-el-ano-del-crowdfunding>

Vílchez, K. (2016). Crowdfunding en el Perú. *Semana Económica*, 1577, pp. 40-42.

IX. ANEXOS

ANEXO 1:

ENCUESTA REALIZADA A DISEÑADORES Y/O EMPRENEDORES DE LA MODA PERUANA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 25 de octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Inversiones Roahn S.A.C.

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Mario Anderson Cusma Vásquez

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?

a. Mucho	<input checked="" type="checkbox"/> b. Poco	c. Nada
----------	---	---------
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?

a. Mucho	<input checked="" type="checkbox"/> b. Poco	c. Nada
----------	---	---------
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?

<input checked="" type="checkbox"/> a. Si	b. No	
---	-------	--
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> b. No	
-------	---	--
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:

<input checked="" type="checkbox"/> a. Préstamo Bancario	b. Préstamo de un familiar o amigo	c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
--	------------------------------------	--
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?

<input checked="" type="checkbox"/> a. Si	b. No	c. Muy Poco
---	-------	-------------

FIRMA



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 14 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: G & E

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Elizabeth Ortiz de Orué

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?
 - a. Si
 - b. No
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:
 - a. Préstamo Bancario
 - b. Préstamo de un familiar o amigo
 - c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Muy Poco

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 10 de Febrero de 2020.

NOMBRE DE LA PYME: Harte.hagocosas

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Diana Fiorella Stein Simons

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?

a. Mucho	<input checked="" type="radio"/> b. Poco	c. Nada
----------	--	---------
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?

<input checked="" type="radio"/> a. Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?

<input checked="" type="radio"/> a. Sí	b. No	
--	-------	--
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?

<input checked="" type="radio"/> a. Sí	b. No	
--	-------	--
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:

<input checked="" type="radio"/> a. Préstamo Bancario	<input type="radio"/> b. Préstamo de un familiar o amigo	<input checked="" type="radio"/> c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
---	--	---
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?

<input checked="" type="radio"/> a. Sí	b. No	c. Muy Poco
--	-------	-------------

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 14 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Kosuke 1971 Clothing Company

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Wetman José Marchena Vásquez

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?

<input checked="" type="checkbox"/> Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?

<input checked="" type="checkbox"/> Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> No	
-------	--	--
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> No	
-------	--	--
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:

a. Préstamo Bancario	b. Préstamo de un familiar o amigo	
<input checked="" type="checkbox"/> Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.		
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?

<input checked="" type="checkbox"/> Si	b. No	c. Muy Poco
--	-------	-------------


 FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 14 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Kathika Prêt à Porter 1971

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Wetman José Marchena Vásquez

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?

<input checked="" type="checkbox"/> Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?

<input checked="" type="checkbox"/> Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> No	
-------	--	--
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> No	
-------	--	--
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:

a. Préstamo Bancario	b. Préstamo de un familiar o amigo	<input checked="" type="checkbox"/> Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
----------------------	------------------------------------	---
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?

<input checked="" type="checkbox"/> Si	b. No	c. Muy Poco
--	-------	-------------


 FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 18 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Taller Floyd

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: David La Rosa Sánchez

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?

a. Mucho	<input checked="" type="checkbox"/> Poco	c. Nada
----------	--	---------
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?

<input checked="" type="checkbox"/> Mucho	b. Poco	c. Nada
---	---------	---------
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?

<input checked="" type="checkbox"/> Si	b. No	
--	-------	--
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?

a. Si	<input checked="" type="checkbox"/> No	
-------	--	--
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:

a. Préstamo Bancario	b. Préstamo de un familiar o amigo	
<input checked="" type="checkbox"/> Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.		
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?

a. Si	b. No	<input checked="" type="checkbox"/> Muy Poco
-------	-------	--



 FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 25 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Cathysportfit

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Catherine Calagua Figueredo

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?
 - a. Si
 - b. No
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:
 - a. Préstamo Bancario
 - b. Préstamo de un familiar o amigo
 - c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Muy Poco

FIRMA



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 20 de Octubre de 2022.

NOMBRE DE LA PYME: Carteras Maya Vegas

NOMBRE DE LA EMPRENDEDORA/OR: Mayra Lourdes Vegas Ubillus

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?
 - a. Mucho
 - b. Poco
 - c. Nada
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?
 - a. Si
 - b. No
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?
 - a. Si
 - b. No
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:
 - a. Préstamo Bancario
 - b. Préstamo de un familiar o amigo
 - c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado.
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Muy Poco


RMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido a diseñadores y/o emprendedores de la moda peruana, los mismos que responderán marcando a las preguntas cerradas con opciones.

FECHA: 22 de Febrero de 2023.

NOMBRE DE LA PYME: Heritá

NOMBRE DE LA EMPREDORA/OR: Iniurka Companioni Viña

1. ¿Cuánto conoce sobre el derecho de la moda y las formas de financiar un negocio propio en el mercado de la moda peruana?
 - a. Mucho
 - b. Poco ✓
 - c. Nada
2. ¿Cree usted que el derecho y la moda se relacionan?
 - a. Mucho ✓
 - b. Poco
 - c. Nada
3. ¿Cree usted que la moda debería ser financiada por el Estado?
 - a. Si ✓
 - b. No
4. ¿Ha escuchado hablar sobre el crowdfunding?
 - a. Si ✓
 - b. No
5. Si Usted fuese diseñador o emprendedor de la moda y no cuenta con recursos económicos para comenzar su negocio, optaría por:
 - a. Préstamo Bancario
 - b. Préstamo de un familiar o amigo
 - c. Método de financiamiento a través de plataforma de internet proporcionadas por el Estado ✓
6. ¿Cree usted que la moda peruana en la actualidad ha logrado ser reconocida a nivel mundial?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Muy Poco ✓


FIRMA

ANEXO 2:

**ENTREVISTA REALIZADA A LOS ESPECIALISTAS EN DERECHO DE LA
MODA**



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Esta entrevista estará dirigida a especialista en el Derecho de la Moda, los mismos que responderán a las preguntas abiertas realizadas en cada caso en particular.

FECHA: 10 de febrero de 2020.

Muy Buenos días, me encuentro con la Dra. Olga Alcántara Francia, especialista en derecho de la moda, voy a realizar una pequeña entrevista en relación con esta rama.

1. Dra. Alcántara para conocer un poco sobre esta nueva rama, ¿Existe relación entre el Derecho y la Moda?

Buenos días, Kimberly, si efectivamente, si existe una relación entre el Derecho y la Moda. En realidad, esta digamos no rama sino área del derecho está constituida por una serie de disciplinas que están orientadas específicamente al sector de la moda y textil, como, por ejemplo; la propiedad intelectual, derecho laboral, derecho de medioambiente, derecho tributario, entre otras. Entonces, cada una de estas disciplinas del derecho de la moda aportan situaciones específicas que bien puedan confluir dentro de lo que se ha denominado el día de hoy como derecho de la moda, porque se trata de identificar aquellas empresas o diseñadores del sector textil y de la moda. Es un conglomerado de normas, disposiciones y disciplinas jurídicas se llama derecho de la moda, porque está orientado a identificar la problemática dentro de este sector.

2. Entonces, ¿Cómo se podría definir o qué se entiende por Derecho de la Moda?

Yo diría que, mas que rama del derecho, yo diría mas bien que es una suerte de disciplina o en todo caso es un conglomerado de aportes que dan otras ramas del derecho, que buscan ser aplicados o identificar un sector mas grande, como el derecho de la moda, y brindar soluciones.

3. **¿Cree usted que, en la actualidad, esta nueva disciplina se ha expandido a nivel nacional como realmente se ha querido?**

Lo que pasa es que hablar de disciplina jurídica, no hablamos aquí de derecho civil o derecho penal, en realidad es un conglomerado, es decir, muchas normas del derecho civil y penal se aplicarían, así como normas de competencia desleal, normas de derecho laboral y tributario. Entonces, hablar que se ha extendido a nivel nacional, yo no lo puedo ver así, porque si te das cuenta, nosotros tenemos códigos individualizados y normas individuales que se van aplicando en distintos sectores económicos, entre ellos también en el sector textil y de la moda, más que todo en el sector textil porque el sector de la moda no está muy desarrollado, entonces hay algunos problemas que afectan sí, al sector de la moda y que efectivamente podríamos criticar la ausencia de los vacíos legales que hacen que se sientan vulnerados, pero yo no lo vería como una disciplina expandida a nivel nacional porque no hablamos de una institución jurídica.

4. **¿Considera usted, que uno de los principales factores para un emprendedor o diseñador de la moda, de repente empezar con su proyecto, es la falta de capital para empezar este mercado?**

Si yo creo que sí, efectivamente en los últimos tiempos hay en muchas universidades o academias, jóvenes modistos o diseñadores que terminan su carrera con la ilusión de poder iniciar su negocio propio, de posicionar su marca propia en el mercado. Evidentemente, entrar al mercado es costoso más aún si quieren participar en el *Lif Week*, y todo eso, que también tiene un costo y una inversión que obviamente es una ventana de exposición. Por ello, todas estas actividades que ayudan a posicionarse en el mercado requieren de unos costos de inversión inicial, que no necesariamente son aquellos que han terminado la carrera tienen la posición de poder efectuarlo o pueden pagarlo. Pero para ello, hay mecanismos, créditos de bancos, créditos de inversión y dicho sea de paso, este problema no solamente les afecta a ellos sino en general le afecta a cualquier profesional que egrese, que quiera tener un negocio propio.

5. **¿Qué métodos de financiamiento tradicionales considera usted que suelen usar más los diseñadores o emprendedores de la moda?**

Yo diría en general como cualquier emprendedor, es el recurso al banco, al crédito, me parece que hay productos nuevos que están sacando los bancos para incentivar a la Pymes y empresas, en donde el interés es un poco más bajo. Pero básicamente es a través de los bancos, la obtención de dinero.

6. **Antes de empezar esta entrevista, estuvimos conversando un poco sobre el crowdfunding ¿nos podría explicar brevemente, la idea del crowdfunding?, ¿qué es lo que desea plantear esta figura?**

Bueno, hasta donde yo tengo entendido este es un mecanismo que permite el otorgamiento, mejor dicho, el financiamiento de pequeñas empresas o Start-ups, básicamente estas últimas, busca el desarrollo a través del financiamiento. Ahora quién

lo financia, cómo se financia, hasta donde tengo entendido es a través de empresas personas jurídicas que de alguna manera están orientadas opinión vocación de mecenas. Es decir, quieren ayudar al desarrollo de Start-ups, evidentemente a través de generación de obligaciones para ambas partes y limitaciones. Ahora, evidentemente, ahí estamos excluyendo, a los bancos, porque este es un mecanismo alternativo, es claro que si yo recorro a un banco y sé que me someto a términos de interés, recorro al crowdfunding y el que está detrás no necesariamente es un banco puede ser una empresa cualquiera, puede ser una persona física también que desee promover ese tipo de Start-ups, con vocación de origen de mecenazgo, entonces no hablamos aquí de banco pero no significa que no hablemos también de condiciones a respetar. Probablemente en términos de resultados, habría que ver que pasa después porque si yo logro con esto despegar mi Start-up, hay que ver cuál es la participación de este crowdfunder, respecto del resultado obtenido y ahí habrá que ver también si hablamos de invenciones, desarrollo tecnológico, entre otros.

7. Para finalizar esta entrevista. ¿Cree usted, entonces que en el Perú se podría regular el crowdfunding, pero específicamente en el derecho de la moda?

Es que, yo creo sinceramente que el crowdfunding es un mecanismo interesante, que se aplica para cualquier tipo de emprendimiento, que los jóvenes decidan o quieran realizar, no necesariamente dentro de la moda o textil, que también se puede para incentivar el desarrollo de los diseñadores, obviamente que sí, pero no específicamente para ello, porque entonces se tendría que crear una legislación específicamente para este sector porque también puede incentivar el desarrollo tecnológico, que no tiene que ver con la moda y textil. Por otro lado, también tendría que evaluarse cuál es el impacto económico o cuál es la necesidad digamos de acoger legislativamente a esta figura. Y ahí habría que medir el impacto y la eficacia de esta figura, con una ley que establezca los parámetros y condiciones de cómo van a actuar las personas físicas o jurídicas para disponer de sus propios fondos, habría que evaluar si efectivamente es necesario o no, la adopción legislativa de este mecanismo, o si el mercado hace que este mecanismo funcione sin que tenga una normativa específica, eso habría realmente que evaluarlo.

Muchas gracias Dra. Eso ha sido todo.



OLGA A. ALCÁNTARA FRANCIA



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Esta entrevista estará dirigida a especialista en el Derecho de la Moda, los mismos que responderán a las preguntas abiertas realizadas en cada caso en particular.

FECHA: 25 de Noviembre de 2022.

Muy buenos días, doctora Annalucía Fasson Llosa. Primero, agradecerle por acceder a esta pequeña entrevista sobre el derecho de la moda.

- 1. Dra. Annalucía para conocer un poco sobre esta nueva rama. Primero, es importante determinar la base entre ambos temas, debido a ello, la pregunta correspondiente es ¿Si existe relación entre el Derecho y la Moda?**

La moda es un sector, así como el sector minero, que tiene sus propias características y particularidades, los especialistas en derecho de la moda atienden a este sector en especial. No es lo mismo revisar un contrato de manera general que entender cómo funciona un negocio y adecuar el contrato, por ejemplo; en el rubro minero, uno no sabe cómo funciona ello en la práctica, en la moda sucede lo mismo, y es importante entender cómo funciona el negocio de la moda, porque es un sector muy amplio, las empresas textiles hacen moda, hablar de joyas también es moda, hablar de calzado también es moda, el perfume es moda, entre otros. Las personas tienden a pensar que por moda se debe entender sólo prendas de vestir, pero también abarca otras categorías tales como calzado, joyas, decoración, muebles, carteras, cosméticos, perfumes, así como se brinda asesoría legal especializada a las empresas textiles, tiendas de retail, los diseñadores de moda, contratos de licencia de moda, Fashion blogueros, estilistas, modelos. Es un gran sector, brindándole asesoría a toda la cadena desde la conceptualización del diseño pasando por la fabricación, distribución, comercialización y promoción, hasta que el producto esté en el ropero del cliente.

- 2. Entonces, ¿Qué se entiende por Derecho de la Moda?**

Una nueva especialización en el mercado legal peruano que brinda una asesoría legal al sector de la moda, textil, lujo y fashion retail.

- 3. ¿Cree usted, que en la actualidad esta nueva área del Derecho se ha expandido a nivel Nacional?**

A nivel nacional y a nivel internacional es un boom, hay bastantes abogados en distintas partes del mundo que ya lo ejercen. Se inició en Nueva York y se ha expandido en toda Europa, Asia y Latinoamérica, sobre todo en Brasil, Argentina y Chile. Poco a poco en el Perú se ha difundido esta nueva especialidad, recién tiene un poco más de 7 años desde que la traje a nuestro país.

4. **Entrando ya en la problemática respecto al financiamiento de los negocios en el mercado de la moda peruana. ¿Considera usted que uno de los principales factores por los cuales un diseñador nuevo o un emprendedor de la moda deja inconcluso su proyecto, es por la falta de dinero para incluirse en el mercado?**

Si. He tenido la oportunidad de enseñar a varios diseñadores de moda y en base a los que me comentan no hay capital semilla para emprender como, por ejemplo; si lo hay en otros países como en Colombia por citar un ejemplo, en donde existe, la Ley de la economía naranja, que otorga beneficios tributarios y financiamientos a sus industrias creativas. En general, se están dando proyectos interesantes, INNOVATE del Ministerio de Producción o algunas incubadoras desde el ámbito privado, pero se puede hacer muchas cosas más.

5. **¿Qué métodos de financiamiento tradicionales considera usted que suelen usar más los diseñadores y/o emprendedores de la moda en general?**

Cuando empiezan en este mercado los financiamientos son, primero de familiares y de amigos, quienes otorgan préstamos sin garantías. Luego ya entran al sistema bancario, pero para ello, el emprendedor debe tener ya un flujo de caja y eso es lo que limita el crecimiento empresarial, lo ideal sería que se tuviera acceso para el capital semilla para que luego el emprendedor lo pague.

También, tengo entendido que algunos emprendimientos han postulado a INNOVATE y han ganado el concurso, pero son muy pocos, pero podría ser una opción. Por otro lado, el Crowdfunding también podría ser una alternativa.

Para estos efectos, se tiene que primero tratar de convencer a las autoridades que la moda no es algo superficial ni banal, sino que, como cualquier negocio se necesita de capital semilla. Un claro ejemplo, son las personas que trabajan en Gamarra, ya el Estado hace un mes ha realizado un proyecto para ayuda a las pymes y mypes textiles pero faltaría para los retailers. hay que considerar que el sector retail ha sido fuertemente golpeado por la pandemia.

6. **¿Nos podría explicar brevemente sobre el crowdfunding en las empresas o startups?**

El Crowdfunding consiste en que voy a subir mi proyecto en una página web por un determinado tiempo, y las personas van a apostar (que es un tipo de crowdfunding el filantrópico) y donar dinero si les gusta el proyecto.

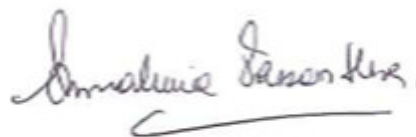
Hay otros crowdfunding que otorgan el capital y luego el emprendedor paga intereses (esta modalidad se encuentra ya regulada en nuestro país).

A la fecha en el sector hay mucha informalidad, es decir, muchos emprendimientos nacen sin las formalidades del caso y eso es lo que se debe combatir diseñando una política pública para pasar de la informalidad a la formalidad.

7. **¿Cree usted que en el Perú se podría regular el crowdfunding como método de financiamiento específicamente en el derecho de la moda?**

Sí, el crowdfunding puede ayudar en general a todos los negocios y obviamente al sector de la moda. Cualquier forma de financiamiento que beneficie a ese sector va a ser bienvenido.

Bueno, se ha culminado con las preguntas Dra. Annalucía Fasson y se agradece por responder a estas pequeñas preguntas que servirán para la presente investigación.



Firma

ANEXO 3:

**ENCUESTA REALIZADA A LOS ESPECIALISTAS EN DERECHO
EMPRESARIAL O ÁREAS CONEXAS A ESTE**



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Start-ups, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dr. Bernardo Vargas Benites

ESPECIALIDAD: Derecho Empresarial

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Start-ups peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si
 - b. No ✓
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si
 - b. No ✓
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Podría mejorar ✓
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si
 - b. No ✓
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si
 - b. No ✓
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regula el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si ✓
 - b.No

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**


TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Edda Obregón Carrera

ESPECIALIDAD: Derecho Civil y Comercial

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Start-up peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
a. Sí b. No
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
a. Sí b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
a. Sí b. No c. Podría mejorar
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
a. Sí b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
a. Sí b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el Crowdfunding adecuadamente?
a. Sí b. No



 FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana.* Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Bertha Garro Verastegui

ESPECIALIDAD: Derecho Empresarial

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Starts-up peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No Podría mejorar
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si
 - b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si
 - b. No

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 24 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Mary Claudia Alvarado Cabanillas

ESPECIALIDAD: Derecho Empresarial

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Start-ups peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si
 - b. No **X**
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si **X**
 - b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Podría mejorar **X**
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si **X**
 - b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si **X**
 - b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si **X**
 - b.No

MARY CLAUDIA PAOLA ALVARADO CABANILLAS
DNI N° 07869850



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Desirée Bianca Orsini Wisotzki

ESPECIALIDAD: Derecho Bancario y Financiero

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Starts-up peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No
 - Podría mejorar
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si
 - b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si
 - b. No

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Vanessa Vigil Ruiz

ESPECIALIDAD: Derecho Empresarial

1. ¿Considera usted, que las Pymes y ~~Start-up~~ peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si
 - b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No
 - c. Podría mejorar
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si
 - b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si
 - b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regula el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si
 - b. ~~No~~

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 22 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dr. Carlos Raúl Jiménez Rodríguez

ESPECIALIDAD: Derecho Mercantil

1. ¿Considera usted, que las Pymes y Start-up peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. Si **b. No**
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual del Crowdfunding incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. Si **b. No**
3. ¿Considera que, la actual regulación del Crowdfunding es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si **b. No** **c. Podría mejorar**
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. Si **b. No**
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. Si **b. No**
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regular el Crowdfunding adecuadamente?
 - a. Si **b.No**



Firmado digitalmente por JIMENEZ
RODRIGUEZ Carlos Raúl F AU
20133840533 hash
Módulo: Soy el autor del documento
Fecha: 24.02.2023 11:32:58 -05:00

FIRMA



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

**ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

TÍTULO Y OBJETIVO: En la presente investigación se abordará un problema actual, dentro del área del Derecho de la Moda: *Crowdfunding: Análisis de la regulación actual y la necesidad de un régimen especial para el financiamiento de Pymes y Start-ups de la moda peruana*. Este cuestionario estará dirigido especialistas en Derecho Empresarial y otros conexos, para destacar la importancia del Crowdfunding en las Pymes y Starts-up, y responderán a preguntas cerradas con alternativas.

FECHA: 24 de febrero de 2023.

NOMBRE DEL ABOGADO: Dra. Amelia Paredes Montaña

ESPECIALIDAD: Derecho Corporativo

1. ¿Considera usted, que las Pymes y ~~Start-up~~ peruanas tienen apoyo del Estado actualmente?
 - a. ~~Si~~
 - b. No
2. ¿A nivel empresarial considera que la regulación actual ~~del Crowdfunding~~ incentiva el crecimiento económico en el Perú?
 - a. ~~Si~~
 - b. No
3. ¿Considera que, la actual regulación ~~del Crowdfunding~~ es adecuada en base a la realidad peruana?
 - a. Si
 - b. No
 - c. ~~Podría mejorar~~
4. ¿Considera usted que, el Crowdfunding como financiamiento de capital está logrando un crecimiento empresarial en los últimos años de postpandemia?
 - a. ~~Si~~
 - b. No
5. ¿Considera usted que, la actual regulación del Crowdfunding fomenta e incentiva a los emprendedores a optar por esta modalidad de financiamiento?
 - a. ~~Si~~
 - b. No
6. ¿Considera usted que, debería existir un régimen especial para cada sector, incluyendo el sector de la moda, para regula ~~el Crowdfunding~~ adecuadamente?
 - a. ~~Si~~
 - b. ~~No~~

Amelia P.

FIRMA