

Título Las sociedades por acciones simplificadas como tipo ideal para los emprendimientos de la industria de la moda en Argentina y en el derecho comparado

Tipo de Producto Ponencia (texto completo)

Autores Albanese, Ana Carolina

Presentada en el XIV Congreso Argentino de Derecho societario X Congreso Iberoamericano de Derecho societario y de la Empresa - Rosario, Santa Fe, Argentina

Código del Proyecto y Título del Proyecto

CDS191 - Las sociedades por acciones simplificadas (SAS) como tipo conveniente para los emprendimientos de la industria indumentaria

Responsable del Proyecto

Albanese, Ana Carolina

Línea

Derecho empresarial

Área Temática

Derecho

Fecha

Septiembre 2019

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

AUTOR: Ana Carolina Albanese.

Universidad Argentina de la Empresa: Lima 735, Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Cel.: +54911 5120 5104

analbanese@uade.edu.ar / Carolina@albanesepierini.com

TITULO: Las sociedades por acciones simplificadas como tipo ideal para los emprendimientos de la industria de la moda en Argentina y en el derecho comparado.

COMISIÓN 2

Tema 3 Sociedades por acciones Simplificadas.

Subtema 1 (Efectos de la sanción de la SAS en el sistema de derecho societario. La experiencia en el derecho comparado.)

PALABRAS CLAVE: Sociedades por acciones simplificadas

Emprendedores

Industria de la Moda

NORMAS JURÍDICAS DE LA LEGISLACIÓN ARGENTINA A QUE HACE REFERENCIA LA PONENCIA: Código Civil y Comercial de la Nación, Ley General de Sociedades, Ley 27.349

SUMARIO:

La industria de la moda es tanto en Argentina como en el mundo una industria compleja y globalizada, cambiante y con necesidades únicas de su actividad en cada etapa de los diversos procesos que abarca.

Así al pensar los procesos, podemos decir que una prenda comienza con el diseño o creación de la misma (esto incluye la elección de formas y texturas o textiles), la moltería, el corte y la costura, las diferentes pruebas, la producción (que según sea la empresa comprenderá una cantidad de producción pequeña o más grande), la publicidad que desee o necesite realizar, la venta y entrega al consumidor en sus diversos canales (tienda física, e commerce, catálogos).

La complejidad que en sí misma implica la realidad de la industria o del fashion business da lugar a lo que actualmente conocemos como Fashion Law o Derecho de la Moda.

Dentro de esta nueva y creciente disciplina jurídica que atiende este sector en particular, uno de los espectros particulares a tratar es el arduo trabajo de definir el tipo societario conveniente según las características de cada empresa de la industria.

A través de estas realidades es que propongo el tipo societariamente de la Sociedad por acciones simplificada (SAS) como el tipo societario que mejor se adapta a la realidad de los emprendedores y diseñadores emergentes de la industria de la Moda.

Ello en un doble entendimiento que dialoga, por un lado la realidad de los diseñadores y emprendedores que además de los desafíos propios de la actividad se enfrentan con la eventual posibilidad de realizar su negocio sin encontrarse dentro de un marco jurídico adecuado. Por su parte, este ya no tan nuevo modelo societario que considero paradigmático por las cuestiones que más adelante expongo, para este tipo de empresas.

Las sociedades por acciones simplificadas como tipo ideal para los emprendimientos de la industria de la moda en Argentina y en el derecho comparado.

1. Industria de la Moda / textil indumentaria.

La industria de la moda es tanto en Argentina como en el mundo una industria compleja y globalizada, cambiante y con necesidades únicas de su actividad en cada etapa de los diversos procesos que abarca.

Así al pensar los procesos, podemos decir que una prenda comienza con el diseño o creación de la misma (esto incluye la elección de formas y texturas o textiles), la moltería, el corte y la costura, las diferentes pruebas, la producción (que según sea la empresa comprenderá una cantidad de producción pequeña o más grande), la publicidad que desee o necesite realizar, la venta y entrega al consumidor en sus diversos canales (tienda física, e commerce, catálogos).

Según el tipo de negocio que sea, tendrá asimismo presentación de colecciones, eventos, desfiles, participaciones en exposiciones y demás.

Cuando hablamos de la Industria de la Moda -comprensiva de las industrias textil e indumentaria-, estamos enfocándonos en una industria que, en nuestro país tendrá en 2019 ingresos brutos estimados totales de 960 millones de dólares (incluyendo ropa, zapatos, carteras y accesorios), es decir sin tener en cuenta joyería ni tampoco belleza¹. En el mundo, como negocio global y según informa McKinsey Global Fashion Index, el sector de la Moda tiene un valor aproximado de 2,4 trillones de dólares. Esto correspondería a la séptima economía mundial.²

Como verán, cuando hablamos de números, el Derecho de la Moda, que podía entenderse como una disciplina “light”, deja de serlo. Sucede lo mismo cuando comenzamos a investigar en cada campo de acción dentro de la materia (desarrollo sostenible, normas laborales, derechos civiles, contratos, propiedad intelectual y demás).

Por otra parte, en Argentina es una industria de vaivenes (caída de las ventas en el mercado interno, deterioro de la actividad económica, aumento de los costos de las materias primas y de los insumos, incremento de tarifas y de la presión tributaria), en la que el crecimiento y el retroceso son realidades con las que deben convivir quienes forman parte de la misma.

La complejidad que en sí misma implica la realidad de la industria o del fashion business da lugar a lo que actualmente conocemos como Fashion Law o Derecho de la Moda. Dentro de esta nueva y creciente disciplina jurídica que atiende este sector en particular, uno de los aspectos particulares a tratar es el arduo trabajo de definir el tipo societario conveniente según las características de cada empresa de la industria.

En esta realidad, compleja, por cierto, los emprendedores y micro emprendedores de la industria de la moda se ven en una encrucijada en la que, por lo general, en un principio y mientras puedan extenderlo en el tiempo se inclinan por mantener la informalidad.

Este contexto está acompañado además en parte a algunas de estas causas:

- i. Convicción relacionada con la pérdida de tiempo, dinero y burocracia relacionada con la creación de una sociedad.
- ii. Ignorancia relacionada con posibilidades, tiempos y costos.
- iii. Desconocimiento de ventajas que implica
- iv. Desconocimiento relacionado con la posibilidad de tener tipo unipersonal

¹ Statista: <https://www.statista.com/outlook/244/114/fashion/argentina> Consulta en línea 27/05/2019

² McKinsey: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-state-of-fashion-2019-a-year-of-awakening/es-cl> Consulta en línea 17/05/2019

v. Desconocimiento de ventajas que implica el encontrar un tipo societario adecuado, como pueden ser, por ejemplo, la consecución de inversores o préstamos.

Sin embargo estos considerandos llevan a los emprendedores de moda, diseñadores emergentes, micro emprendedores a responder, llegado el momento, de manera personal e ilimitada, junto con tantas otras contingencias que pueden evitarse mediante la creación de la persona jurídica con el tipo societario indicado.

En la fase de desarrollo y expansión -en los mejores de los casos- de un negocio de moda entiendo deben ser los protagonistas de su negocio quienes, con asesoramiento, conocimientos y nociones adecuadas puedan realizar decisiones inteligentes en relación con su proyecto. Esta intención además de propia, fue también uno de los motivos que originó la sanción de la ley de Emprendedorismo, dentro de la cual se crea el tipo de la Sociedad por acciones simplificada.

Más allá de los diversos escalones que debe tomar previamente en cuenta cualquier emprendimiento a la hora de considerar comenzar un negocio (definir líneas de productos, estrategia de marketing, desarrollo de marca, definir métodos y canales de distribución y retail, desarrollo de redes de negocios y contactos entre otros)³ entre ellos debe considerar junto con el modelo de negocio, el tipo societario conveniente, considerar si será una sociedad unipersonal o no. No es menor destacar que el diseñador de moda, indumentaria o textil muchas de las veces emprenden en sus comienzos “solos”. Desde la creación hasta la entrega al consumidor final del producto, quien emprende en la industria de la Moda por lo general inicia por su cuenta. A veces este emprendimiento puede ser desarrollado por dos diseñadores, pero no más que esto en la mayoría de los casos.

Es así entonces que el diseñador o creativo es a su vez quien lleva adelante el funcionamiento de la empresa, es titular de su marca (registrada o no).

Es entonces que surge el planteo sobre cuál es el tipo societario que mejor se adapta a la realidad entroncada de estos negocios. Entiendo que las Sociedades por Acciones Simplificadas son una versión ideal para los emprendimientos o *start ups* de moda.

2. El tipo ideal

Supra mencioné que la SAS es, como tipo societario, un ideal para los emprendimientos y *start ups* de la industria de la Moda.

A esta comprensión arriba por algunos motivos que expongo a continuación:

1. La posibilidad de creación por acto unipersonal.

Esta característica hace del tipo societario uno de los puntos relevantes a la hora de elegirlo como tipo societario. En este sentido, la legislación ya no tan nueva en Argentina permite también la existencia de la SAU como sociedad unipersonal. Sin embargo como contrapunto, la SAS es flexible en su creación, simple en su inscripción y sus costos son menores, como así también el capital social mínimo (equivalente a dos salarios mínimos vital y móvil). Por ello, a la hora de elegir un tipo para un emprendimiento en desarrollo, es preferible la SAS a la SAU.

En este punto vuelvo a la habitual idea del Emprendedorismo en moda en la que el negocio es llevado a cabo en casi su totalidad por el diseñador

2. Principio de libertad de organización

En las constituciones por acto unilateral la libertad de organización obviamente es amplia. En este sentido, cuando el negocio es llevado a cabo casi en su totalidad por el empresario es beneficioso para la cotidianeidad esta posibilidad. Este grado de libertad que es exponencial en las estructuras unipersonales tiene sin embargo limitaciones propias al ejercicio de las mismas. Así, esta estructura

³Fashion Law and Business: Brands & Retailers. by Lois F. Herzeca, Howard S. Hogan. Practising Law Institute, 2013.

determina el estatus y los roles definidos en el estatuto y en la ley y se crearán deberes y responsabilidades por el hecho de ser socio y administrador que antes de la creación no existían.⁴

Como mencioné anteriormente en los casos de diseñadores emergentes, autores, creativos que desarrollan su negocio, las cuestiones que no pueden o no desean resolver por sí mismos lo tercerizan como prestación de un servicio determinado.

3. Objeto social amplio

Esta posibilidad le otorga flexibilidad para el manejo de su empresa.

4. Cierta grado de “informalidad” en cuanto por ejemplo a la auto convocación cuando existe unanimidad en caso de pluralidad de socios por supuesto.

Este grado de informalidad en aquellas SAS que no son unipersonales le quitan rigidez a cuestiones que, tal vez de estar ceñidos a las mismas, no se cumplen. Sobre todo en estos casos de dos máximo tres socios que tienen ya otra relación personal previa a la mera societaria. Las situaciones son diversas pero no menos importantes a la hora de tomar una decisión en cuanto al tipo societariamente en esta clase de emprendimientos.

5. Menores costos de constitución, registro, aportes que los demás tipos.

Esta cuestión dentro del sector del emprendedorismo no merece más aclaraciones. Es una de las variables que más atrae al momento de decidir constituir una sociedad.

6. Menores tiempos

En varias ocasiones quienes comienzan a plantearse la necesidad de constitución de una sociedad tienen la creencia que ello viene acompañado de un largo periodo de espera y que, en el mientras tanto se encontrarán en un limbo jurídico. Resuelve en gran parte estas cuestiones la constitución en plazos tan acotados como los que ofrece la SAS

7. Posibilidad de constitución de manera digital.

Junto con el punto anterior, se encuentra la creencia que constituir una sociedad además del tiempo llevará engorrosos trámites, visitas a oficinas públicas y demás cuestiones que la mayoría del sector emprendedor preferiría evitar absolutamente. Claro está, la constitución vía digital resuelve asimismo este aspecto.

Estos factores entre otros tantos que seguiremos comprobando seguramente con el correr del tiempo y de la utilización del tipo, que es creciente.

3. Derecho comparado

En nuestro país no han sido escasas las leyes sancionadas con la finalidad de coadyuvar al desarrollo, crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, leyes de fomento, normativa impositiva y crediticia. En definitiva han sido numerosas. La Ley 27.349 surgió en un contexto mundial de recesión económica.

En torno a la comparación de las diversas experiencias del Derecho en otros países surge ya que el ordenamiento jurídico es en principio una experiencia social a mi entender, y como tal para ser comprendida, puede ser también comparada.

El Poder Ejecutivo al enviar el proyecto al Congreso hizo en su momento alusión al Derecho comparado. Así mencionó expresamente que se tuvieron en cuenta la ley francesa de sociedad anónima simplificada (de 1994), la ley de la República de Colombia de sociedad por acciones simplificada de 2008, la ley mexicana de sociedades por acciones simplificada del corriente año, como así también la ley 20.190 de la República de Chile.

En otras legislaciones, Estados Unidos por ejemplo, los emprendedores de la

⁴“Las sociedades de un solo socio SAU y SAS unipersonal. Mecanismos y principios de gobierno.” Botteri (h.) José D.-Coste Diego. La Ley 11/04/2019. Cita online: AR/DOC/818/2019

industria de la moda también encuentran cierta incertidumbre a la hora de iniciar su negocio. En cuanto a la forma societaria a darle al negocio, puede elegir en principio entre algunos modelos societarios que pueden ser: *Sole proprietorship*, *General Partnership*, *Corporation*, *S corporation*, *Limited Liability Company*, *Limited partnership*.

Mientras tanto, mirando hacia América Latina, en Colombia, por ejemplo, encontramos que la SAS ha sido legislada ya en el 2008. Desde su entrada en vigencia en este país, ha crecido exponencialmente su utilización a tal punto que, varias sociedades anónimas incluso se han transformado al nuevo tipo. En este país, el tipo ha sido inspirado en el régimen de las formas asociativas norteamericanas, más claramente siguiendo el tipo de las *Limited Liability Company*. A modo de breve racconto, comento que este tipo fue introducido inicialmente en el Estado de Wyoming y, en la *Limited Liability Partnership*, introducida en el Estado de Texas en 1991. En estas sociedades, se conjugan tres o cuatro elementos, propios de las sociedades cerradas o híbridas, denominadas en Estados Unidos como *uncorporations*, las cuales inspiraron las S.A.S: la flexibilidad desde el punto de vista de la organización, un sistema tributario sencillo y de único nivel y el límite de responsabilidad hasta el monto de los aportes.” Sin embargo, la razón de implementación de las *uncorporation* (LLC, LLP) no tiene relación con los motivos de implementación de la S.A.S, dado que aquellas fueron creadas por interpretación jurisprudencial, principalmente para crear una sola imposición de tributos –en contraposición a las *corporations* que tienen doble imposición de utilidades- y, para limitar la responsabilidad en las *partnerships*.

Por su parte, las SAS al menos en Argentina fueron creadas con el fin de flexibilizar e “informalizar” la rigidez de algunos tipos societarios y obviamente de promover el desarrollo del emprendedurismo.

Por su parte, en Chile existe la denominada “Empresa de un día” con las características similares a la SAS aunque es a veces vista como un modo de simplificar tramites pero que quitaría algo de seriedad al ente, no se cuenta con una asesoría personalizada, y los bancos exigen la acreditación de al menos 6 meses de movimientos en su declaración mensual de IVA para abrir Cuenta Corriente.

4. Más allá del tipo societario

Las ley 27.349 que da origen a la SAS, también denominada *de apoyo al Capital emprendedor*, considero es claramente una normativa innovadora para el emprendedurismo. Más aún, para el emprendedor de Moda que, además de vislumbrar este tipo societario, puede ver también otros sistemas de financiamiento que no sean los tradicionales a los que a veces se les hace difícil acceder.

La normativa reconoce expresamente a los inversores *ángel*, y el *crowdfunding*. A éste último le dedica el Título II y lo trata como régimen especial de promoción para fomentar la industria de capital emprendedor.

Ambos sistemas de inversión que menciono -si bien en nuestro país aún escasean-, son nuevas posibilidades para quienes buscan inversiones en el marco de un pequeño o recientemente iniciado negocio.

5. Conclusión

Lo cierto y provechoso para los diseñadores emergentes y pequeños emprendedores de la industria de la Moda en general es que la SAS puede ser entendida como un tipo en que la autonomía de la voluntad es una característica fundamental y que, va a la par de la necesidad y la forma de ser del negocio de la moda en esas instancias. Autonomía, bajo costo, agilidad en la constitución.

En cuanto a la norma en sí misma, podemos decir que las SAS continuarán obviamente ligadas al Código Civil y Comercial y a la Ley General de Sociedades, en tanto y en cuanto así lo establece el mismo plexo normativo que le da origen.

En este entendimiento surge también el poder comprender que, los emprendedores con el asesoramiento correcto y la información adecuada, podrán elegir estar dentro del marco jurídico de un tipo societario que se adapta a sus necesidades y sigue la dinámica ágil e independiente que hace a la misma idiosincrasia del negocio que representan.