

**LEA HOY EN GESTION.PE**

Síguenos en:

**Fotogalerías destacadas:**

- Management: Cinco tendencias de negocios que continuarán triunfando en el 2019.
- Coaching: Seis tips para el éxito personal y profesional.

**Google invierte millones para competir con Apple en relojes. Unión Europea no sabe si McDonald's vende Big Mac.**

**LA EXCLUSIVA**

**Renzo Gomero**  
Com. Bebidas Alcohólicas de la SMI

**Gremio dice que es "incoherente" alza del ISC para cerveza, frente al alza en consumo de pisco y vino.**

**TRIBUTARIO****Más deducción de impuestos**

Gastos en discotecas también servirán para deducir el impuesto a la Renta de los trabajadores, ya sea con rentas de 4ta o 5ta categoría, informó Cecilia Ayllón, de Sunat.

**EL BLOG**

**Alexander Chiu Werner**  
Anuncios, luego existes

**¿Por qué las grandes empresas tuvieron (o tienen) que transformarse digitalmente?**

**VIDEOS**

**LABORAL.** El trabajo persigue a los empleados. ¿Cuán es dañino estar siempre disponible?

**GESTIÓN TV.** ¿Cómo puedo aportar más a la organización para la que trabajo? Comenta Lina Olarte, consultora asociada de LHH DBM Perú.

**ENTREVISTA** Emma Anderson, investigadora asociada del IDF**“Antes que una industria de la moda tenemos una industria textil”**

El Instituto del Futuro realizó un diagnóstico sobre la moda en el país. Diseñadores, productores textiles, empresarios y miembros del Gobierno dieron su perspectiva sobre esta industria.

**PALOMA VERANO**

paloma.verano@diariogestion.com.pe

Con los nuevos patrones de consumo, modelos de negocio y prácticas sostenibles, la industria de la moda ha comenzado a transformarse. El Perú no está exento a estos cambios y por ello el Instituto del Futuro (IDF) realizó un diagnóstico del sector. Emma Anderson, investigadora asociada del IDF, afirma que lo primordial es la articulación de la industria.

**¿El diagnóstico del sector es alentador?**

Todavía no tenemos una industria de la moda, sino una industria textil. Si bien hay diseñadores y emprendedores que buscan producir nuevas marcas y modelos, el mercado está desarticulado. Son varias marcas pequeñas que tratan de producir, pero no existe un interés fuerte en apoyar a diseñadores.

**¿Qué actores deben integrarse?**  
A diferencia de otros países

donde la moda lidera y la industria responde a estas tendencias, acá sucede al revés. La moda tiene que ser transformadora y para eso se necesita calidad en las escuelas de diseño.

**¿Y que el estudiar moda sea mejor valorado?**

Sí. Aquí hace poco las universidades han empezado a incorporar la moda en su currículo, antes era muy técnico. Se debe invertir más en las acreditaciones internacionales.

**¿Cómo debe comportarse el sector académico?**

Se tienen que vincular las escuelas de negocios con la moda, ya que como sector tiene una gran importancia económica. Hay programas de posgrado en el exterior que ofrecen hacer un MBA con el enfoque en moda y eso es revolucionario. Con esos conocimientos, las microempresas y mypes se potenciarían.

**¿Gamarra podría ser nuestro distrito de la moda?**

Existe bastante potencial, pero Gamarra está desorganizado. Hay tanta actividad en compra de telas, pero no hay escuelas de moda cerca. Sería genial tener a todos los estudiantes de diseño cerca



**Potencial.** Emma Anderson considera que Gamarra se puede convertir en nuestro "fashion district", pero requiere organización.

**HOJA DE VIDA****Profesión:**

Diseñadora de modas.

**Grado académico:**

Maestría (en curso) en Adm. de Negocios en UAL Central Saint Martins y Universidad de Birkbeck.  
Intereses: Fabricación y uso de la alpaca en la moda.

porque ahí está todo el movimiento. En Nueva York, las dos mejores escuelas de diseño están alrededor del "fashion district".

**¿Cómo impulsarlo?**

Las nuevas autoridades municipales deberían tener en el radar la transformación de Gamarra como distrito de la moda. Así se podría elevar la productividad. Hay

países donde se han dado incentivos para que las empresas de moda se localicen en un sitio y todo funcione como un circuito.

**¿También se generaría mayor competencia entre tiendas?**

Las tiendas ofrecerían mayor variedad, ya sea en modelos y en telas; elásticas, de cuero, de cierres. Lo que se debería sentir en un distrito de la moda es aventura, no saber qué modelos o trends se va a encontrar.

**Con ello, ¿los diseñadores peruanos podrían impulsarse?**

Las empresas podrían ayudar a los diseñadores para que expongan sus colecciones en ciudades importantes como Londres y París.

**¿En cuánto tiempo podríamos hablar de una verdadera industria peruana?**

Primero, se debería formar un Consejo Peruano de la Moda. Esto permite que los diseñadores, las escuelas, las empresas de moda, e inclusive el Gobierno, se alíen para mejorar la calidad de la educación. Con un Consejo en el Perú se impulsaría el sector y en diez años ya podríamos hablar de una industria de la moda peruana.

**SMARTWATCH****Google invierte para competir con Apple en relojes**

(Bloomberg) Google acordó adquirir la tecnología y el personal de relojes inteligentes de Fossil Group en un intento por impulsar sus esfuerzos nacientes en esa categoría de productos.

La unidad de Alphabet pagará US\$ 40 millones por la propiedad intelectual de Fossil, consigna una declaración de las empresas. Además, una cantidad no especificada de empleados de investigación y desarrollo de Fossil se unirán a Google. Fossil dijo que 200 personas permanecerán con esa división.

Durante varios años, Google ha proporcionado un software gratuito, llamado Wear OS, que otras compañías pueden usar para fabricar sus propios relojes conectados a Internet. Sin embargo, las ventas de esos dispositivos se han rezagado con respecto al reloj de Apple. Google no vende su propio reloj inteligente, pero tiene una creciente división de hardware encargada de fabricar los teléfonos inteligentes Pixel y otros dispositivos. Una portavoz de Fossil dijo que la propiedad intelectual se relaciona con la tecnología que no está actualmente en el mercado.