



**USAL**  
**UNIVERSIDAD**  
**DEL SALVADOR**

---

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Licenciatura en Publicidad

Trabajo Final de Licenciatura

**Ecommerce y Crowdfunding: una solución para los emprendedores en Argentina.**

**Alumna: María Natividad Quiroga**

**Director Académico: Daniel Gutiérrez**

**Tutora de Trabajo Final de Licenciatura: Romina Siniawski**

Buenos Aires, 7 de octubre de 2018

natividad.quiroga@usal.edu.ar

11 40937740

DNI: 38.610.867

# **Ecommerce y Crowdfunding: una solución para los emprendedores en Argentina**

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1: Emprendimientos: ¿Quiénes están detrás?.....</b>	<b>3</b>
1.1: ¿Qué es ser emprendedor? .....	3
1.1.1: Condiciones determinantes detrás de un emprendedor .....	4
1.1.2: Tipos de emprendedores .....	5
1.2: ¿Cómo surgen las ideas?.....	8
1.3: Cifras de emprendedurismo en Argentina .....	12
<b>Capítulo 2: Ecommerce y redes sociales como medio de difusión para los emprendedores.....</b>	<b>14</b>
2.1: ¿Qué es el Ecommerce y qué relación guarda con los emprendedores? .....	14
2.1.1: Modelos de negocio del ecommerce.....	16
2.1.2: Estado actual del ecommerce en Argentina: Estudio de Comercio Electrónico 2017.....	18
2.1.3: ¿En qué beneficia el Ecommerce a los emprendedores? .....	26
2.2: ¿Qué son las Redes sociales y cómo benefician a los emprendedores? .....	26
2.2.1: Redes sociales como herramienta de difusión para emprendedores .....	28
<b>Capítulo 3: Crowdfunding como modelo de financiación para los emprendimientos.....</b>	<b>35</b>
3.1: ¿Qué es el Crowdfunding?.....	35
3.1.1: Crowdfunding y sus diferentes modalidades .....	35
3.1.2 Historia y desarrollo del Crowdfunding.....	36
3.2: ¿Cómo beneficia el Crowdfunding a los emprendedores? .....	37
3.3: Importancia de la comunidad de colaboradores en el modelo Crowdfunding .....	38
3.4: ¿Cuáles son los motivos por los que los colaboradores apoyan a los proyectos? .....	39
3.5: Principales plataformas de Crowdfunding a nivel mundial.....	40
3.6: Estado actual del Crowdfunding: estadísticas globales .....	42
3.6.1: Estadísticas por regiones .....	44
3.7: Marco legal del Crowdfunding en Argentina .....	44
<b>Caso de éxito. Josefina Jolly: de la oficina al dibujo sin escalas.....</b>	<b>49</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>54</b>
<b>Referencias bibliográficas y digitales.....</b>	<b>55</b>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Introducción

Según los resultados arrojados por el Estudio de Comercio Electrónico 2017, el cual se realiza cada año por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico en Argentina, se calcula que en nuestro país 9 de cada 10 argentinos compró alguna vez online y a su vez, 5 de cada 10 lo hicieron en el último semestre de dicho año.

En comparación con el estudio del año anterior, el número de personas que hace compras online una vez por semana aumentó un 4%, por lo que las compras online se están haciendo cada vez más cotidianas.

A su vez, respecto al año anterior, la facturación anual del comercio electrónico aumentó un 52%, el ticket promedio un 28%, hay más jugadores en el mercado, y, gracias a que se empiezan a superar las barreras de compra, la experiencia se vuelve más satisfactoria lo que provoca una recompra cada vez más regular y cotidiana.

Luego de ver estos resultados, se puede inferir que el comercio electrónico en Argentina ha tenido un gran desarrollo y se sigue consolidando.

Otro concepto a destacar es el de emprendedurismo en Argentina. Teniendo en cuenta el estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en conjunto con el Centro de Entrepreneurship del IAE Business School, se observa que durante el 2017 la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) en etapa temprana tuvo 8 puntos menos que el año anterior (de 14.5% a 6%).

Sin embargo, según Silvia Torres Carbonell, Directora de dicho Centro, este descenso no es necesariamente pesimista. Ella hace hincapié en que la mayor caída ocurrió en los emprendimientos que surgen por necesidad, dejando así un porcentaje mayor de proyectos que nacen gracias a la detección de oportunidades de mercado.

Por otra parte, la calidad de los proyectos y su duración en el largo plazo están en ascenso gracias al desarrollo de distintas herramientas y factores: el crecimiento

exponencial de la tecnología; los nuevos modelos de negocio basados en las ideas y en el conocimiento más que en el capital físico; la globalización virtual; la comunicación bidireccional y redes sociales; los nuevos esquemas organizacionales de las empresas y los modelos colaborativos.

Este último aspecto mencionado, nos lleva al tercer tema sobre el que se basará este trabajo: economía colaborativa o Crowdfunding.

Este método es muy productivo para los emprendedores que buscan financiar económicamente su proyecto y así concretarlo. En la actualidad y a nivel mundial, el Crowdfunding lleva recaudado más de 34 mil millones de dólares, lo que da lugar a una gran cantidad de puestos de trabajo, y a muchos emprendimientos llevados a la práctica de manera colaborativa.

Este trabajo se enfocará principalmente en esos tres tópicos: ecommerce, emprendedurismo y Crowdfunding. Se tratará la relación que hay entre ellos; el modo en el que los emprendedores utilizan las redes y el comercio electrónico como principal vía de comunicación y herramienta de venta; y el uso que le pueden dar al Crowdfunding como método de financiación de proyectos.

Al finalizar, se brindará una entrevista realizada a Josefina Jolly, caso de éxito tomado en cuenta para este trabajo, cuya protagonista es una emprendedora que decidió iniciar su proyecto a través de las redes y del ecommerce, y que hoy en día pudo concretarse gracias al financiamiento colectivo.

## Capítulo 1: Emprendimientos: ¿Quiénes están detrás?

Para abordar el tema del emprendedurismo, en primer lugar, se recurrirá el libro de Andy Freire (2004) *Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad*.

Se recurre a dicho autor, debido a su importante desarrollo como emprendedor en el ámbito empresarial y social, a nivel nacional e internacional.

Freire fue uno de los fundadores y líderes de Officenet, empresa innovadora en el ámbito de la distribución de artículos de oficina en Latinoamérica, que ha sido caso de estudio en universidades de todo el mundo.

Además, Freire es creador de la empresa de consultoría Axianet, colabora con la cadena CNN como “emprendedor experto”, fue nombrado como “Líder Global del Mañana” por el Foro Económico Mundial, fue distinguido como “Emprendedor del Año en Latinoamérica” por la Fundación Endeavor y fue uno de los dos finalistas mundiales en el World Young Business Achiever Award.

### 1.1: ¿Qué es ser emprendedor?

En su libro, Freire (2004) da dos definiciones posibles a la hora de desarrollar el concepto de emprendedor: Por un lado, sostiene que “un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para encararla”<sup>1</sup>. (p.27).

---

<sup>1</sup> Freire, Andy. (2004). *Pasión por emprender. De la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Aguilar, p.27.