Marketing en Internet

y Nueva Economía

Trabajo Práctico N°1 - La Larga Cola

# Datos del alumno

**Nombre:** Ivo Ursino

**Legajo:** 149.273-1

**Email:** [ursinoivo@gmail.com](mailto:ursinoivo@gmail.com)

# Resolución

**¿Cómo define Anderson a “La larga cola”? ¿Por qué asegura que es el presente y futuro de la economía minorista? Grafique.**

Anderson define a “La Larga Cola” como un nuevo modelo de mercado centrado en nichos.

Antes, se solían ofrecer los productos más populares o exitosos porque se sabía que iban a tener buena salida. Hoy, gracias al avance de la tecnología y su aporte con respecto al espacio “infinito” de almacenamiento de productos y los bajos costos de distribución, se puede ofrecer una mayor variedad de productos, incluyendo muchos que no son populares permitiendo al consumidor tener una gran cantidad de opciones para elegir.

Si se multiplica la gran cantidad de productos que pueden ofrecer las empresas, por la baja cantidad de compradores por cada uno, resulta un negocio rentable.

Esto también significa una gran ventaja a las empresas pequeñas que contaban con poco espacio, ya que les permite ofrecer una mayor cantidad de productos y así llegar a más clientes y poder crecer.

**Defina economía de escasez. ¿Cómo influye Internet en este concepto?**

La economía de escasez es la oferta reducida solamente a los productos populares (los más rentables) debido a la ausencia espacio suficiente en los comercios, televisión o radio para exhibir otros productos.

Internet influye en este concepto ya que el contenido digital no ocupa espacio físico (o es despreciable en comparación a lo que ocupa un producto físico) y además tiene un costo de distribución mucho menor.

Esto permite a los vendedores ampliar su oferta y a los compradores descubrir productos nuevos que antes no conocían.

**Relacione los términos: Ley de Pareto, Economía de masas y Larga Cola.**

La ley de Pareto o Regla 80/20 es una relación matemática que surgió de analizar la distribución de la riqueza y la población. Describe que el 20% de la población concentra el 80% de la riqueza. Esto resulta en que esa minoría puede provocar acciones que tengan repercusiones significativas en productos y precios.

La larga cola alienta a que aunque el 20% de los productos generen el 80% de los ingresos, no se deje de producir el 80% restante de productos ya que también es rentable. Las críticas y recomendaciones pueden hacer que un producto pase de ser uno de los menos vendidos a uno de los más vendidos.

En los mercados de larga cola, la regla cambia en lo siguiente:

* Se pueden ofrecer más productos
* Hay una mejor distribución de las ventas entre los artículos más populares y los de nicho, en esto influyen las recomendaciones y las críticas
* Se pueden obtener beneficios tanto de productos populares como de productos de nicho

**¿Por qué las tiendas online que basan su estrategia en Larga Cola igualmente necesitan ofrecer “Hits” a sus clientes?**

Las tiendas online que basan su estrategia en Larga Cola necesitan ofrecer Hits porque esos productos son los que atraen al público a la tienda para que luego el mismo descubra otros productos de nicho.

**Dé 4 ejemplos internacionales o nacionales de empresas (productos o servicios) que basen su modelo económico en La Larga Cola.**

* Amazon
* Ebay
* Spotify
* Mercadolibre

**¿Cuáles son las 3 fuerzas o principios en los que se basa la Larga Cola?**

* Democratizar las herramientas de producción
  + La computadora personal se convirtió en un medio que es útil para poder crear una tienda digital, promocionar y vender productos.
* Democratizar las herramientas de distribución
  + Internet permite que los productores de contenido puedan llegar a un gran público con un bajo costo.
* Conectar la oferta y la demanda
  + Los motores de búsqueda, blogs y redes sociales incrementan la demanda de nichos y conectan a los usuarios con los nuevos productos.

**¿Cuáles son las principales reglas de la Larga Cola? Descríbalas brevemente.**

* **Usar un inventario digital**
  + Es más barato y eficiente que un inventario físico, y permite exponer una enorme cantidad de productos.
* **Dejar que los clientes hagan el trabajo**
  + Los clientes pueden hacer trabajo que a una empresa le costaría dinero, por ejemplo, reseñas, recomendaciones, etc.
* **No hay un método de distribución para todo**
  + Las preferencias de logística pueden variar según el cliente, por eso es importante contar con múltiples métodos de distribución.
* **No hay un producto que se adapte a todos**
  + Separar los productos para que la gente pueda elegir según sus preferencias.
* **No usar un precio único**
  + Las diferentes personas están dispuestas a pagar diferentes precios según su situación económica, disponibilidad, etc.
* **Compartir la información**
  + Se puede compartir la información para que otros canales lo utilicen para hacer publicidad de los productos.
* **Pensar en una cosa “y” otra, no en una cosa “u” otra**
  + Como el espacio ya no es un problema, se debe ofrecer la mayor cantidad de productos posible para poder llegar a los distintos segmentos.
* **Dejar que el mercado trabaje para usted**
  + Mostrar críticas y recomendaciones de los usuarios para que los nuevos clientes tengan una fuente de verdad.
* **Reconocer la fuerza de la gratuidad**
  + Ofrecer servicios gratuitos con posibilidad a una extensión de las funcionalidades mediante una suscripción paga. Esto sirve para atraer nuevos usuarios.