# Marketing en Internet y Nueva Economía

**TP Nº2**

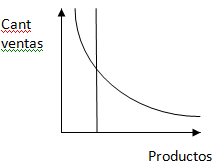
**“Larga Cola”**

* **Curso: K5052**
* **Alumno: Penacino Ignacio**

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

Anderson define “La larga cola” como una economía en la que se ofrece no solo lo “poco” que quiere la mayoría, sino también el gran contenido que busca la minoría de gente. Si vemos la curva de demanda, la misma contiene a los Hits, los productos que tienen más ventas, más descargas, más popularidad entre los clientes, y los nichos, las ventas marginales, y los elegidos por una minoría de gente, por lo que podría parecer que a estos últimos no es necesario ofrecerlos, pero al ser mucha más cantidad que los hits, en conjunto podrían igualar, superar o sumar un alto porcentaje de ventas.

Gracias a las nuevas tecnologías ahora hay espacio ilimitado para poder ofrecer todo. Además hay menos trabas para acercar a la oferta y la demanda, ya que es mínimo el costo de traslado. Esta es la razón por la que asegura que es el presente y el futuro.

****

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

La economía de escasez está basada en el éxito de pocos productos (escasez) destinados a una gran mayoría de público. Por una cuestión geográfica, de costo y por contar con un espacio limitado para exhibir productos, los negocios ofrecen a la venta solamente los hits, los productos que saben que van a generar más ventas, aquellos que van a ser adquiridos por una cantidad masiva de gente, principalmente porque no en su momento no existían medios ni contenidos tan abundantes como ahora.

En Internet, los espacios son ilimitados y su costo es despreciable. Representa lo contrario a lo que sucede en los negocios.

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

En la Larga Cola, se observa que el 20 por ciento de los productos genera el 80 por ciento de los ingresos, lo que comprueba la Ley de Pareto (Regla 80/20). Igualmente, La Larga Cola fomenta a no dejar de producir el 80 por ciento restante de los productos.

Una tienda física minorista necesita basarse en esta regla ya que cuenta con un espacio limitado para exponer sus productos (nichos), y el costo elevado que genera producirlos, transportarlos, etc. En cambio la Larga Cola se basa en la Economía de masas, la posibilidad de llegar a mucha más gente, y de poder ofrecer todo. Cuenta con un costo muy bajo de inventario.

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

En las tiendas que utilizan la estrategia de Larga Cola, la atención de los consumidores se desvía hacia los nichos, al tener más facilidad de búsqueda y acceso a ellos. De todas formas, dependiendo de la industria, esto puede generar menos demanda de los considerados “Hits” o no. Estos representan una importante proporción de las ventas, y además son una forma de derivar al consumidor a los nichos (un hit que habla del mismo tema que un nicho, puede producir que el consumidor de ese hit luego llegue a conocer el nicho por recomendación de la tienda online). Por otro lado, la ventaja de los hits es que con poca cantidad de contenido se satisface la demanda de una gran mayoría.

Por todo esto, es importante que se ofrezcan igualmente en las tiendas online.

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

*Internacionales:*

* Ebay: sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet.
* BestBuy: venta de productos a través de  Internet.

*Nacionales*

* Mercado Libre: venta de productos a través de internet.
* Netshoes: venta de productos deportivos a través de internet.

1. **¿Cuáles son las 3 fuerzas o principio en los que se basa la Larga Cola?**
2. Democratizar las herramientas de producción: Poner al alcance de cualquiera la posibilidad de grabar sus propias películas, canciones, o publicar sus ideas, a un costo muy bajo.

Ejemplo: Soundtrack

1. Democratizar las herramientas de distribución: Internet permite distribuir las creaciones rápida y económicamente, a más personas.

Ejemplo: Amazon

1. Conectar la oferta y la demanda: Reducir los costos de búsquedas (en tiempo, esfuerzo y dinero) de los nichos.

Ejemplo: Google

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

Regla 1, use un inventario digital: consiste en ofrecer una mayor variedad en la web que en las tiendas físicas.

Regla 2, deje que los clientes hagan el trabajo: pues ellos conocen mejor que nadie cuáles son sus propias necesidades.

Regla 3, no hay un método de distribución para todo: Si sólo nos concentramos en la distribución a un grupo de clientes, corremos el riesgo de perder a los otros. Siempre conviene abarcar distintos medios de distribución.

Regla 4, no hay un producto que se adapte a todos: consiste en separar los contenidos en sus partes, para que la gente pueda consumirlos del modo que desea, ya que un producto se adapta a un consumidor; muchos productos se adaptan a muchos consumidores.

Regla 5, no use un precio único: dado que diferentes personas están dispuestas a pagar diferentes precios dependiendo por ejemplo del tiempo o dinero que dispongan.

Regla 6, comparta la información: ofrecer información es mejor cuando se presenta de un modo que ayuda a organizar las opciones, y es una herramienta poderosa de marketing.

Regla 7, piense en una cosa «y» otra, no en una «u» otra: en los mercados que tienen una capacidad infinita, la estrategia apropiada casi siempre es ofrecer *todos* los contenidos. No limitarse a elegir alguno de ellos.

Regla 8, deje que el mercado trabaje para usted: en los mercados abundantes podemos ofrecer todo y ver qué sucede, dejando al mercado que haga la selección.

Regla 9, reconocer la fuerza de la gratuidad: consiste en atraer a un gran número de usuarios con un servicio gratuito y convencer a algunos de ellos de que se pasen a un servicio de «calidad superior» basado en una suscripción.