**Materia:** Marketing en internet

**TP:** N°2 - La larga cola

**Alumno:** Hernán Filannino

**Profesor:** Alejandro Prince

**Ayudante:** Hernán Borré y Maximiliano Bracho

**Curso:** Lunes 1er cuatrimestre

**Año:** 2017

**Preguntas:**

1. ¿Cómo define Anderson a “La larga cola”? ¿Por qué asegura que es el presente y futuro de la economía minorista? Grafique.
2. Defina economía de escasez. ¿Cómo influye Internet en este concepto?
3. Relacione los términos: Ley de Pareto, Economía de masas y Larga Cola.
4. ¿Por qué las tiendas online que basan su estrategia en Larga Cola igualmente necesitan ofrecer “Hits” a sus clientes?
5. Dé 4 ejemplos internacionales o nacionales de empresas (productos o servicios) que basen su modelo económico en La Larga Cola.
6. ¿Cuáles son las 3 fuerzas o principios en los que se basa la Larga Cola?
7. ¿Cuáles son las principales reglas de la Larga Cola? Descríbalas brevemente.

**Respuestas:**

1. La larga cola se refiere a los nichos en los cuales no se concentra lo más “popular”, pero sí se consumen igualmente, y en conjunto significan una gran porción del mercado. Lo considera el presente y futuro de la economía minorista porque ahora la economía se centra en los nichos, en lo que no todos tienen, y no en la popularidad, la cual es limitada. Los nichos están al alcance de todos.
2. La economía de la escasez refiere a la reducida popularidad y lugar que se le da a los productos que no son altamente consumidos. Internet es una facilidad que pone al alcance de la mano todos estos productos, por lo que están cambiando el paradigma de la oferta.
3. Ley de pareto, economía de las masas y larga cola. La ley de pareto puede reflejar que el 20% de los productos puede generar una ganancia elevada(80%), que producen un alto rendimiento. Sin embargo, este 20% de las ganancias se puede mejorar invirtiendo en la oferta de los productos de la larga cola.
4. Porque igualmente significa un alto porcentaje de sus ingresos.
5. Música( spotify), Amazon (productos de todo índole), foros o blogs en los cuáles se tocan temas de interés, que no son populares, y por útimo podemos dar como ejemplo a Netflix, el cuál hay videos de todo tipo, no solo películas si no documentales, o informes sobre investigaciones.
6. Democratizar las herramientas de producción, es decir poner al alcance de todos, todo. Reducir los costes de consumo mediante esta democratización, es decir que todos puedan actuar como productores, y publicarlo, hacerlo accesible al consumidor. La tercera fuerza es conectar la oferta con la demanda, orientando la demanda hacia la larga cola, y pudiendo ofrecer a los consumidores los productos.
7. a) en casi todos los mercados hay más bienes de nicho que productos de exito.

b) los costes de acceso a este nicho está reduciéndose, gracias a la facilidad de distribución.

c) existencia de filtros para orientar la demanda a estos nichos

d) se aplana la curva de la demanda

e) el mercado de nichos rivaliza con los populares si se suman los primeros.

f) al final, se libera la forma natural de la demanda.