

6,4

1. Google democratizó la publicidad con Adwords, permitiendo que empresas pequeñas y de nicho pudieran llegar a posibles clientes con su publicidad, este modelo es un ejemplo de:

- ☒ **Economía del Long Tail**
- ☐ Sombras de Información
- ☐ Freemium
- ☐ Economía de los éxitos



Alternativa Correcta: A

Para las pequeñas empresas que apuntan a nichos específicos es complicado llegar con su publicidad a sus clientes debido al costo en los canales tradicionales como TV, Radio o diarios.

Google a través de sus programas AdWords y Adsense le permite a las empresas pequeñas publicitar sus servicios y ser encontradas por sus potenciales clientes. Con esto las empresas existen y pueden generar sus negocios, impulsando la economía de la Cola Larga o Long Tail.

2. ¿Cuál de estos factores harán que las pequeñas empresas se vean beneficiadas con la nueva economía basada en la web y las crisis económicas?

- ☐ Disminución en los costos de distribución y publicidad
- ☐ Aumento en la regulación de las Grandes empresas
- ☐ Mejora en el acceso a la cadena de suministro
- ☐ Flexibilidad en modelos distribuidos de trabajo e información
- ☒ **Todas las anteriores**



Alternativa Correcta: E

Después de la última crisis financiera, las empresas grandes son más reguladas, lo que acarrea una pérdida de flexibilidad. Además, la webificación de la cadena de distribución hará más competitivas a las empresas pequeñas. La Web entrega innumerables herramientas para distribuir trabajo e información, como genera disminución en los costos y acceso a publicidad para los productos

3. Según lo estudiado en el curso, ¿Por qué sería más valioso para una empresa en Chile entrar a Facebook y no a Orkut (Red social de Google)?

- ☒ **Por el tamaño de la red de usuarios de Facebook**
- ☐ Porque los usuarios de Orkut no compran online
- ☐ Porque Facebook permite publicar publicidad de la empresa
- ☐ Por la facilidad de comunicación Empresa - Cliente
- ☐ a) y c)



Alternativa Correcta: A

Debido a los efectos de red, es más valioso para una empresa entrar en una red con un mayor número de usuarios, ya que puede aprovechar todas las ventajas de conectividad y distribución, aumentando con su entrada los costos de salida de esa red.

4. ¿Cuál es el principal riesgo de la economía de las redes?

- ☐ Que la valoración de la empresa en la red sea negativa
- ☐ Que los usuarios de la red no generen información suficiente para que ésta sea sustentable
- ☒ **Que la red no crezca rápidamente**
- ☐ Que una empresa domine el mercado



Alternativa Correcta: D

La economía de las redes promueve que el grande sea más grande y el chico sea más chico. Según la ley de Metcalfe, el número de conexiones de una red crece exponencialmente cuando aumenta el número de nodos conectados. En el largo plazo puede ser que una empresa monopolice el mercado

5. El valor agregado de un modelo orientado a la información es:

- ☐ Satisfacer necesidades de nichos específicos
- ☐ Ofrecer servicios gratuitos
- ☒ **Permite generar valor al mercado a partir de información disponible**
- ☐ Despreocuparse de la competencia
- ☐ Armar paquetes de productos, para reducir el costo.



Alternativa Correcta: C

Las empresas deben entender que mucha información es generada por el mercado, sus clientes y ellos mismos. La oportunidad se encuentra en reconocer donde está el valor que podemos extraer desde esa información para mejorar nuestros productos y servicios.

6. El popular sitio Flickr permite a sus usuarios subir fotografías gratuitamente. Asimismo, cuenta con cuentas premium pagadas que permiten subir una cantidad superior de fotografías. ¿Qué modelo de negocio está aplicando Flickr en este caso?

- ☒ **Freemium**
- ☐ Economía de la gratuidad
- ☐ Contenido pagado por la publicidad
- ☐ Subsidios cruzados
- ☐ Ninguno de los anteriores



Alternativa Correcta: A

Es Freemium, ya que la mayoría de los usuarios pueden usar casi la totalidad de las funcionalidades del servicio y aquellos que utilizan cuentas con mayor capacidad de beneficios, como por ejemplo más espacio, subsidian al resto de los usuarios con el pago de su mensualidad.

7. ¿Por qué el costo de cambiarse a otra red (desde Facebook) es tan alto?

- ☐ Porque las personas están acostumbradas a utilizar Facebook
- ☐ Porque los rivales de Facebook no cuentan con las mismas herramientas



- ☐ Porque otras redes sociales no tienen juegos
- ☒ **Porque el cambio implica volver a formar el gráfico social**
- ☐ b) y d)

Alternativa Correcta: D

Es muy poco probable cambiarse a una red rival, ya que el tiempo que nos tomará formar un nuevo gráfico similar al que teníamos en Facebook es muy grande. Además implica que todas las personas en él debieran cambiarse a la otra red, generando un costo de cambio altísimo.

8. ¿Qué factor NO influyó en la cantidad de usuarios que tiene hoy en día Facebook?

- ☐ La herramienta para que desarrolladores externos introdujeran juegos y aplicaciones.
- ☐ El concepto de "Social Graph"
- ☐ La promoción de información dentro de la red mediante News Feed
- ☐ El uso del "friending" para generar confianza
- ☒ **Ninguna de las anteriores**



Alternativa Correcta: E

Todos estos conceptos son clave para el éxito de Facebook. La API atrajo desarrolladores de juegos y aplicaciones, que consiguieron la permanencia de los usuarios y el fortalecimiento del sitio. El concepto del gráfico social (Social Graph) es la base de las relaciones interpersonales en la red. Los news feed son la forma de entregar valor al usuario y su red. Y todas estas herramientas permiten la confianza que los usuarios tienen al ingresar sus datos a la plataforma.

9. ¿Qué factores permitieron el triunfo de Facebook por sobre MySpace?

I El apoyo y la presencia de grandes empresas en la red

II Inteligente estrategia de crecimiento y distribución de su red

III Fallas constantes en la plataforma de MySpace

IV El apalancamiento en la red de Facebook generada en torno a las universidades y Colegios

- ☐ Todas
- ☐ I, II y IV
- ☐ I y III
- ☒ **II, III y IV**
- ☐ Ninguna



Alternativa Correcta: D

Fallas sistemáticas, limitaciones técnicas producidas en la red de MySpace, sumadas a la agresiva e inteligente estrategia de crecimiento de Facebook apalancada en el mercado educacional y basada en una inteligente distribución de su red, le permitió a la red posicionarse rápidamente como la red dominante.

10. Radiohead alteró el modelo tradicional de la industria musical, utilizando varios modelos de la economía de la gratuidad. Con esto, logró ganancias por sobre lo que hubieran obtenido con un sello. ¿Cómo lo consiguieron?

☐ **Con la posibilidad de que los propios clientes pagaran los que quisieran por el disco**

☐ Promocionando su disco en la radio

☐ Con un valor menor al de un disco pero mayor a la comisión que entrega un sello

☐ Entregando regalos adicionales al disco

☐ Manteniendo su alianza con un sello musical



Alternativa Correcta: A

El modelo que usaron fue "Pay as you wish", ya que entregó ganancias al grupo en promedio 8 dólares por descarga, muy por sobre lo que recibirían con el modelo tradicional en asociación con un sello musical.