

Test de lectura - La larga cola - C. Anderson

Consiga:

- Leer los capítulos 1, 4 y 8 del libro original *“La economía Long Tail”* de Chris Anderson. Luego responder el siguiente cuestionario:

- 1) ¿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 todos los productos que hoy no se ofrecen en tiendas físicas debido a que el espacio y costo de contar con estos productos es grande, pero sí en tiendas donde los costos de conectar la oferta con la demanda son bajos (tiendas virtuales). Estos elementos que crean la larga cola tienen menores ventas que los populares que pueden adquirirse en cualquier parte, pero en cantidad son muchísimos más, por lo que la sumatoria de todas las ventas producidas por estos es tan grande que puede hacer frente a la producida por todos los productos populares.

Asegura que la larga cola es el presente y futuro de la economía minorista porque representa un gran porcentaje del mercado que está buscando saciar sus necesidades de productos no comerciales pero no encuentra dónde. Al llevarle la oferta a esta demanda, la cual está cada vez creciendo más, se puede contar con un volumen de ventas mucho más alto que el que se cuenta con una economía minorista tradicional de productos populares.



- 2) Defina economía de escasez. ¿Cómo influye Internet en este concepto?

La economía de escasez es aquella en la cual no existe suficiente espacio para poder ofrecer todos los productos existentes. Existía una demanda

insatisfecha porque no se contaba con la oferta para cubrir sus necesidades. Los comercios sólo contaban con los productos de moda o más populares, ya que no tenían el espacio físico para almacenar todos los productos existentes, ni les era rentable hacerlo. Con la masificación del internet, este concepto fue dejado de lado, y actualmente es posible encontrar una oferta que satisfaga cualquier necesidad. Hoy tiendas virtuales como Netflix o Spotify cuentan con muchísimo más contenido que el que tenía Blockbuster o Wal Mart, permitiendo acercar la oferta a la demanda a un costo rentable, y así maximizar las ganancias, aumentando el mercado al que se puede atacar.

- 3) Relacione los términos: Ley de Pareto, Economía de masas y Larga Cola.

La ley de Pareto (también conocida como regla 80/20) dice que el 80% de las ganancias son producidas por el 20% de los productos. Esto es cierto en economías de masas, pero no en aquellas que basan su estrategia en la larga cola, ya que en estas se pueden ofrecer muchos más productos, se utilizan filtros para llevar a la demanda hacia los nuevos nichos generando una distribución mucho más equitativa entre los artículos populares y los nichos, y por último se obtiene ganancia de todos los niveles de popularidad de los artículos, ya que las economías de los nichos son similares a la de los populares, es decir, la sumatoria de las ventas de todos los nichos es aproximadamente igual a la de la sumatoria de los éxitos. Es decir, la regla 80/20 no aplica en las economías de larga cola.

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

Porque en esos hits es donde aún se concentra la mayoría de la demanda. Las tiendas que basan su estrategia en la larga cola reconocen la existencia de nichos y los alientan, pero no desconocen a los productos populares ni al ingreso que estos generan. Es decir que buscan obtener ganancia tanto de los productos que más se venden, así como de los nichos que generan y buscan alentar.

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

Los ejemplos de empresas que basan su modelo económico en la larga cola son: Spotify, Amazon, Ebay y Netflix.

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

La larga cola se basa en tres fuerzas:

1. Democratizar las herramientas de producción: esta fuerza es la que crea contenido, y hacer que la cola sea larga y se agrande

constantemente. De este modo es que cualquier persona puede crear un servicio o producto que quiera ofrecer al mercado.

2. Democratizar las herramientas de distribución: de este modo se busca reducir los costos de consumo, se busca aumentar el acceso a los nichos, a los productos o servicios creados por las personas, lo cual genera que la larga cola sea más gruesa. Esto puede lograrse con el uso del internet, lo cual permitió a cualquiera actuar como distribuidores.
 3. Conectar la oferta y la demanda: se trata de presentar a los consumidores los nuevos productos y servicios y llevar a las personas que antes sólo consumían éxitos, o que no consumían, a que satisfagan sus necesidades con estos nuevos nichos. Como consecuencia la curva se plana, redistribuyendo el consumo.
- 7) ¿Cuáles son las principales reglas de la Larga Cola? Descríbalas brevemente.

Las principales reglas de la larga cola son 6:

1. En casi todos los mercados hay más productos de nichos que populares.
2. Las tiendas online cambiaron la concepción de mercado minorista, abriendo la puerta a más mercados a ofrecer una variedad de artículos muy grande.
3. Se deben utilizar filtros para ayudar a los consumidores a encontrar la oferta que satisfaga sus necesidades.
4. La curva de demanda se aplanan luego de contar con variedad y encaminar a los consumidores hacia el nicho que buscan.
5. Ningún nicho produce grandes cantidades de ingresos, pero la suma de todos ellos es tan grande como la de los éxitos.
6. La demanda encuentra su forma natural, teniendo acceso a todos los productos y encontrando el que mejor se ajuste a sus necesidades.