

A Economia da Cauda Longa

Você já ouviu falar da expressão “A Cauda Longa”? Pois bem, esta expressão (no seu formato original em inglês é *The Long Tail*) foi cunhada pela primeira vez por Chris Anderson em um artigo de outubro de 2004 para a revista [Wired](#), na qual ele é o editor de tecnologia, depois de ter sido editor de tecnologia da revista [The Economist](#).

O artigo tinha como objetivo descrever certos negócios e modelos econômicos tais como o [Amazon.com](#) (varejo de livros e outros produtos) e a [Netflix](#) (aluguel de vídeo). Ou seja, negócios com poder de distribuição (ou com massivas redes de distribuição) podem vender um volume bem maior de itens de pequenos volumes, difíceis de encontrar, do que itens populares de grandes volumes.

O termo cauda longa é um nome coloquial de uma característica de algumas distribuições estatísticas (tais como a [distribuição de Pareto](#), a da [lei do Poder](#), por exemplo). Tais distribuições assemelham-se ao gráfico abaixo:



Nestas distribuições uma população de alta-frequência ou alta-amplitude (em vermelho no gráfico) é seguida por uma população de baixa-frequência ou baixa-amplitude que conforma a cauda (em amarelo no gráfico).

Chris Anderson imaginou este conceito em parte a partir de um ensaio escrito por Clay Shirky, de 2003, intitulado “[Power Laws, Weblogs e Inequality](#)” (Leis do Poder, Weblogs e Desigualdade), o qual notou que um relativo punhado de weblogs (blogs) tem muitos links direcionados a eles, mas “a cauda longa” de milhões de blogs deve ter somente um punhado de links indo para eles. A partir daí ele passou a fazer palestras em 2004, e culminou com a publicação do artigo acima descrito em 2004. Em seguida ele publicou o livro *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (2006), e que foi traduzido para o português neste mesmo ano, com o título “A Cauda Longa: The Long Tail. Do mercado de massa para o mercado de nicho”, pela Elsevier com a Editora Campus.

O argumento de Chris Anderson é o seguinte. Produtos que estão com pouca demanda, ou que tenham baixas vendas, podem *coletivamente* perfazer uma fatia de mercado que pode rivalizar ou exceder os atuais best-sellers e produtos chamados “arrasa-quarteirão”, se os canais de armazenamento e distribuição forem grandes o suficiente (este é o fator-chave do lado da oferta: se seus custos forem baratos, ou insignificantes, se torna viável vender produtos pouco populares). Ele se vale de artigos de vários acadêmicos para comprovar seu argumento!

Alguns dos negócios de sucesso da Internet tiveram a Cauda Longa como parte dos seus negócios. Exemplos incluem [eBay](#) (leilões), [Yahoo!](#) e [Google](#) (ferramentas de busca), [Amazon.com](#) (varejo) e [iTunes](#) (música e podcasts).

Se você ainda não sabe se o seu negócio se insere na Economia da Cauda Longa, sintase a vontade para nos contatar!

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.