

**Marketing en Internet y Nueva Economía**

**curso: K5052  -  1 Cuat. 2017**

**Profesor:** *Alejandro Prince***Fecha de entrega:** 17/04/2017

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOMBRE Y APELLIDO | LEGAJO N° | EMAIL CONTACTO |
| Brian Daniel Leder | 146.641-0 | briandleder@gmail.com |

1) Qué se entiende por difusión y adopción de innovaciones?

2) Diferencie la posición instrumentalista de la determinista.

3) Indique los 5 determinantes principales del proceso de difusión según Rogers.

4) Explique según Rogers las 5 categorías de integrantes de la adopción. Grafique.

5) Defina según Rogers a los innovadores y adoptantes temporarios.

6) Defina según Rogers las características de los rezagados.

1. Explique según Rosemberg el rol del aprendizaje en la adopción.
2. Explique según HALL el rol de los costos hundidos en la adopción y porque ésta es un ¨absorbing state¨.
3. Según Caselli y Coleman cuales son los 4 principales determinante de adopción de PC, comparando entre diversos países.
4. Explique según Dutton y otros que es y que rol juega el hecho de que la PC sea ¨innovación activa¨
5. Qué utilidad tiene el modelo Bass, descríbalo y formule describiendo los parámetros.
6. La difusión y adopción de innovaciones es un proceso en el que una innovación es percibida y adoptada por grupos y organizaciones en una sociedad y se mantiene durante el tiempo.
7. La posición instrumentalista plantea que la tecnología cambia y evoluciona como consecuencia de las aspiraciones y evoluciones humanas sociales mientras que la posición determinista plantea que la tecnología actúa en paralelo e independiente de hombre
8. Rogers define cinco determinantes en el proceso de difusión:
   * Las Características de la innovación que pueden influenciar su adopción.
   * El Procedimiento de Decisión, que ocurre cuando los individuos consideran adoptar una nueva idea, producto o práctica,
   * Las Características de los individuos que se muestran de acuerdo con adoptar una innovación,
   * Las Consecuencias o Beneficios para los individuos y para la sociedad de adoptar una innovación y, finalmente,
   * Los Canales de Comunicación usados en este proceso de adopción.
9. Según Rogers las categorías de integrantes de la curva de son:
   * Innovadores: Valientes promotores del cambio. Son mecanismos importantes de comunicación
   * Adoptantes Temprano: Gente respetable, líderes de opinión, prueban nuevas ideas, pero de una manera más cuidadosa.
   * Mayoría temprana: La gente racional, acepta el cambio más rápidamente que lo hace la gente media.
   * Mayoría tardía: Gente escéptica, usa los productos recién cuando la mayoría los está utilizando.
   * Rezagados: Gente tradicional, sólo las acepta cuando éstas ya se han convertido en tradición.



1. Los innovadores son personas propensas al riesgo, atrevidas, con los medios necesarios para afrontar tales riesgos, suficientemente hábiles para adoptar una innovación compleja y aceptar su incertidumbre. Los adoptantes tempranos, son personas no tan individualistas, líderes en opinión y consideradas exitosas.
2. Los rezagados no poseen liderazgo de opinión alguno, suelen estar aislados de los otros grupos teniendo como referencia principal de lo “bueno”, cosas del pasado. Les dificulta afrontar el cambio. Tampoco poseen demasiados recursos para afrontar las innovaciones.
3. Rosemberg explica que el aprendizaje sirve a modo de retroalimentación de la innovación, donde el mismo aprendizaje genera mejoras en la misma.
4. Los costos hundidos son aquellos iniciales que se consideran en la adopción de una innovación. Son de mayor importancia en las primeras etapas de la adopción. En base a esto surge que está en un “absorbing state”, una vez que se decide el camino de adoptar la innovación no existe un camino atrás, y el gasto se considera como realizado para llegar luego a ser irrelevante.
5. Los 4 determinantes de adopción según Caselli y Coleman son:

* las fuentes y tipo de comercio con otros países, los países con grandes importaciones manufactureras desde países de la OECD tiene niveles mayores de adopción
* la protección de derechos de autor
* las inversiones por trabajador
* una baja proporción en el PBI del Gobierno y de la agricultura, tanto como una gran proporción de las manufacturas en el PBI.

1. La PC posee la cualidad de “innovación activa”. Se trata de un tipo de interacción distinto, donde el usuario se enfrenta a situaciones problema-solución. Esta interactividad evidencia que existen distintos tipos de usuarios y que estos fueron evolucionando a lo largo de la historia.
2. El modelo Bass plantea una manera de estimar el número de consumidores que adoptarán un nuevo producto, tema importante actualmente con la actual acotada curva de vida de los productos.  
   Se definen dos grupos de usuarios. Los innovadores, que adoptan el producto independientemente del resto de la sociedad, y el resto de los consumidores, también llamados imitadores, ya que comienzan a adquirir el nuevo producto cuando observan que otros lo consumen. Se plantea la siguiente ecuación matemática:

*S(t)= [p+(q/m) N(t-1)] [m-N(t-1)]*

Donde:

N(t) = número de consumidores que adoptaron el producto en el momento t.

S(t) = número de nuevos consumidores que adoptaron el producto en el período t. Entonces:

S(t) = N(t) – N (t-1)

m: máximo número de consumidores que pueden adquirir el producto;

p: coeficiente de innovación*.* Es la probabilidad que un innovador compre o adopte el producto en el período “t”.

q: coeficiente de imitación*.* Es la probabilidad que un imitador adopte el nuevo producto.