

MODELO BASADO EN AGENTES DEL IMPACTO ECOÓMICO DEL SOFTWARE GRATIS (CÓDIGO ABIERTO)

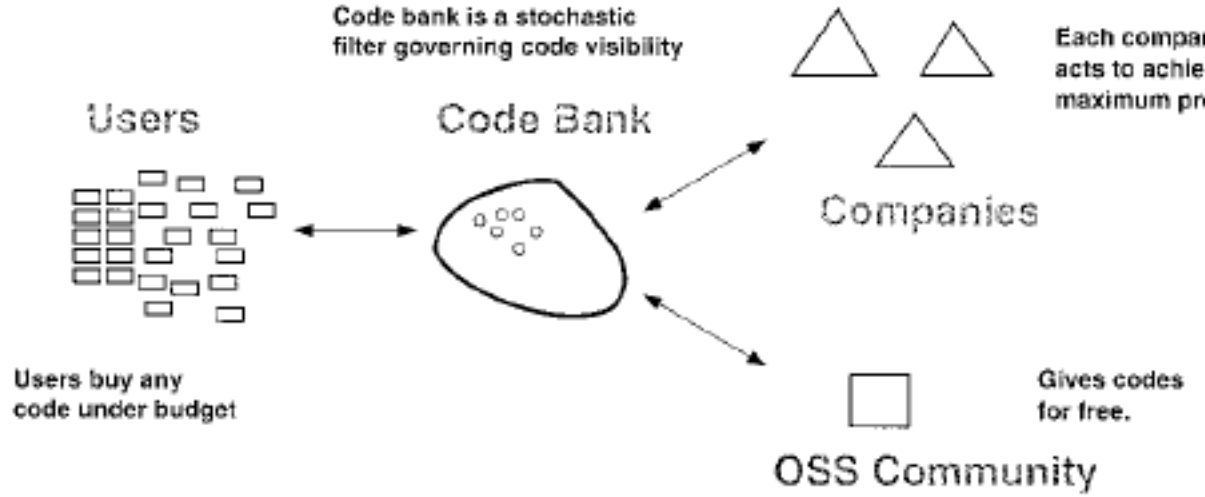
BARCEL NIEVES, VCTOR MANUEL; ,JESÚS JOSÉ

1. OBJETIVO

El objetivo de este modelo es el de simular un sencillo mercado de software cuyos agentes son las compaias productoras de cdigo y compradores, e investigar y estudiar el comportamiento de ste al introducir software gratis

2. AGENTES INVOLUCRADOS

- Compañías productoras de código:
Son agentes maximizadores de utilidades. Tienen un presupuesto definido y administran el gasto en publicidad para subir la visibilidad de su producto y definir el su precio.
- Usuarios que compran el código:
Los usuarios tienen un presupuesto para cuanto deben gastar en software. Para esto reciben una lista de todos los softwares de las distintas compañías ordenadas por visibilidad. Eligen de la lista el primer software que cuyo precio entra en su presupuesto.
- Comunidad Open-Source:
La comunidad produce software gratuito que se introducir al modelo a la mitad de la simulación para observar los cambios que produce a la economía.



3. VARIABLES

Visibilidad: $V_{ij} = (i - b_r)[(1 - b_p)A_i + b_p M_i] + b_r X_{ij}$

i - compañía

j - usuario

A_i - publicidad de la compañía

M_i porción del mercado