

Texto David Bretos

¿CUÁNDO SE QUEDA ANTICUADO UN GADGET?

¿Me lo compro o espero al próximo modelo? ¿Vale la pena gastarse mucho dinero en un producto que se quedará obsoleto en dos años? El ritmo de innovación de la tecnología hace que los usuarios se planteen si merece la pena hacer grandes inversiones en nuevos aparatos. Pero ¿de qué depende que la tecnología se quede anticuada?

Cada vez es más común ver cómo un teléfono se queda anticuado al cabo de un año y medio de su presentación, una jubilación que a muchos les puede parecer precoz, por la que incluso se pueden sentir en cierto modo engañados: “¿Me he gastado un dineral para que salga un aparato tres veces mejor al cabo de 18 meses?”. La obsolescencia de la tecnología, consecuencia de un ritmo de innovación que en ocasiones puede llegar a dar vértigo, provoca que los gadgets que hoy en día son más punteros en el mercado sean de gama media o baja dentro de un periodo de tiempo relativamente corto. Relativamente porque, en el sector de la tecnología, un año y medio es una eternidad, aunque para los usuarios comunes pase en un abrir y cerrar de ojos.

La última década ha estado marcada por un boom en los avances tecnológicos. De hecho, Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información en la IE Business School, asegura que estamos “en la época más fructífera en innovación de la historia de la humanidad”. A lo largo de la historia ha habido grandes descubrimientos y avances tecnológicos, pero han estado muy espaciados en el tiempo. En cambio, hoy en día, en tan sólo diez años han tenido lugar una cantidad enorme de innovaciones, tanto en el sector tecnológico como en otros ámbitos, por ejemplo la medicina. Hace unos años, la pregunta era: ¿merece la pena gastarse mucho dinero en un ordenador nuevo si quedará anticuado en cinco o seis años? Ese era el quid de la cuestión, pero ese ritmo de innovación se ha acelerado

de forma exponencial con la aparición de nuevos dispositivos, que evolucionan mucho más rápido que esos equipos informáticos de antaño. Ahora, la pregunta es: ¿merece la pena gastarse mucho dinero en un gadget si quedará anticuado en un año y medio?

Pero ¿tiene lógica que el mejor *smartphone* del mercado actual se quede anticuado al cabo de tan poco tiempo? Albert Cuesta, periodista especializado en tecnología, asegura que “decir que un dispositivo se queda obsoleto en menos de dos años es exagerado”. En cambio, Dans considera que “tiene lógica teniendo en cuenta que la llegada de un hardware nuevo posibilita su explotación por parte de los programadores, que incorporan nuevas prestaciones para aprovecharlo”. Por ejemplo: las mejoras en el procesador de los dispositivos otorgan al nuevo gadget la capacidad para llevar a cabo unas tareas que su antecesor ya no es capaz de cumplir con fluidez. Esa relación entre el hardware –los componentes del aparato, como el procesador– y el software –el sistema operativo y los programas– es básica. Los dos elementos combinados dan como resultado una experiencia de usuario mejor o peor y, como consecuencia, hacen que un gadget quede anticuado o pueda aguantar el tirón.

Pero si se habla de la obsolescencia de la tecnología –que no es lo mismo que la obsolescencia programada– hay que saber dónde se pone el foco de atención: en la industria o en los usuarios. Porque ▶





1982

Este ordenador, diseñado por Commodore Business Machines, se construyó sobre todo para videojuegos. Como monitor utilizaba un televisor y los programas se almacenaban en cinta de cassette



1982

El ZX Spectrum se vendió masivamente. Como el anterior, utilizaba televisor y cinta de cassette, que sustituía al disco duro. Su RAM máxima era de 48 Kb. Hoy lo normal es un ordenador con una RAM 100.000 veces superior



1996

Game Boy Pocket
Es la versión más pequeña y ligera del dispositivo que la japonesa Nintendo comercializaba desde finales de los años 80. Tras la salida de la Nintendo DS, fue condenada, y dejó de venderse en el 2003



1998

Teléfono móvil GSM 900
fabricado por Nokia. Se convirtió en el móvil más popular del mundo y fue de los primeros en incorporar Snake. Tuvo una vida muy corta con la revolución de los móviles; murió en el 2001



1998

El iMac G3 de Apple fue aclamado por su diseño creativo cuando se puso a la venta en 1998. Se hicieron sucesivas revisiones, hasta que dejó de venderse en el 2003. El iMac G4 que lo sustituyó fue radicalmente distinto

► un gadget puede estar anticuado en relación con las últimas novedades del mercado, pero no tiene por qué estarlo para el usuario común. Es decir, un aparato puede quedar obsoleto para los fabricantes, pero si su propietario no necesita hacer más de lo que le permite hacer ese dispositivo, no existe tal cosa como obsolescencia para él. En cuanto a los usuarios, Cuesta afirma que “los consumidores se dejan llevar, creen que necesitan las últimas prestaciones pero no es así” y asegura: “El usuario medio de tecnología sólo utiliza el 20% de las funciones”. En cambio, Enrique Dans considera que “en la tecnología, como en la gran mayoría de las industrias, existe la segmentación de mercado: las novedades tecnológicas se dividen en grupos que van desde los más rabiosos *fashion-victims* que hacen cola en una tienda para ser los primeros en tener un producto determinado, hasta los que simplemente buscan tecnologías probadas, seguras y con una buena relación calidad/precio”.

La diferenciación que establece Dans dentro de los consumidores es básica en este aspecto. Los *early adopters*, aquellos compradores que adquieren las novedades el primer día que se ponen a la venta, son un grupo reducido del conjunto general de usuarios. Dans dice que “el estar a la última no es una necesidad ni una realidad en todo el mercado” y afirma: “En moda también tienes un cierto grupo de consumidores vistiendo las últimas tendencias y comprándose ropa que no dura ni unos pocos meses, o sólo hasta el primer lavado, y nadie se escandaliza por ello, es algo común en todas las industrias”. Por el contrario, la mayoría de los consumidores guarda un perfil más bajo, no busca tener el mejor gadget del mercado ni se marca como prioridad estar a la última. Por eso, la mayoría de usuarios forma parte de los que dice Cuesta que no utilizan ni tan siquiera el 20% de las prestaciones de su aparato. Por lo tanto, en lo que se refiere al usuario y la experiencia de uso, la obsolescencia o su inexistencia la marca la necesidad de cada persona.

Por otra parte, en cuanto a la industria, para comprender el ritmo de innovación de los nuevos



SABER ORGANIZAR EL GASTO

A la hora de comprar un equipo relativamente caro, es importante saber en qué elementos de ese dispositivo hay que invertir más dinero. Albert Cuesta dice que “el gasto tecnológico del consumidor medio está mal organizado” y pone el ejemplo de las minicadenas musicales: “El usuario se gasta mucho dinero en el equipo en sí, cuando lo importante para que suene bien son los altavoces”. Igual que en los equipos musicales, con la informática ocurre lo mismo: el usuario medio se gasta el dinero en elementos poco relevantes y destina una cantidad insuficiente a las partes realmente imprescindibles. Además, siguiendo con el ejemplo musical, Cuesta explica que tan importante es la inversión económica como la forma de aprovechar el equipo: “Quizás nos gastamos mucho dinero pero luego colocamos los altavoces en una mala disposición”.

gadgets hay que entender el funcionamiento del sector tecnológico. Es una industria que basa su rendimiento en innovar, un mercado en el que si no se mejoran los dispositivos y se presentan nuevas características no se es productivo, al menos en su modelo actual. ¿Cuántas veces se repite ese cliché de “renovarse o morir”? Precisamente, esa es la máxima de las compañías tecnológicas: no estar en constante adaptación significa perder el tren. Y hay que adaptarse rápido; porque ese tren es un AVE, no un cercanías. El sector industrial de las nuevas tecnologías se conforma, principalmente, por dos actores: los diseñadores de nuevos dispositivos y los fabricantes de los componentes que integrarán esos nuevos dispositivos. Aunque los primeros tengan un papel importante en la innovación, donde se dan los verdaderos saltos cualitativos es en el segundo grupo: aquellas empresas que se encargan de mejorar los procesadores, los gráficos, las baterías o las pantallas, entre muchos otros elementos.

A menudo, se critica que las empresas que diseñan los dispositivos, como Samsung, Apple, HTC o RIM, no incluyan todas las características que deberían en sus nuevos gadgets. Por ejemplo, se reprocha que este o aquel aparato no tenga una tecnología punta que se supone que debería tener. Como consecuencia, aumenta la sensación de que los nuevos dispositivos serán relevados en poco tiempo por una nueva versión. Este hecho se debe, principalmente, a tres motivos: los rumores previos al lanzamiento, la estrategia empresarial del fabricante del dispositivo y el precio. En primer lugar, las filtraciones de los futuros aparatos que todavía no se han presentado provocan que aumenten las expectativas sobre ese nuevo gadget.

Durante los meses previos a la presentación del dispositivo, aparecen fotografías y rumores en la red que indican que el nuevo gadget tendrá una serie de funciones de primera línea. Sin embargo, cuando se pone a la venta, los consumidores se dan cuenta de que no tiene todas las características que los rumores decían que tendría y, como consecuencia, se tiende a pensar que ese nuevo gadget quedará obsoleto en muy poco tiempo.

EL VALOR DIFERENCIAL

Una inversión económica relativamente elevada en un dispositivo puede ser uno de los motivos para no comprar el gadget en cuestión. Sin embargo, el usuario debería plantearse si hay una justificación del precio para el uso que hará del aparato. Enrique Dans pone un ejemplo muy claro del valor diferencial que puede ofrecer un dispositivo según la persona que lo necesite y explica que “hay pescadores artesanales gallegos con los teléfonos móviles más punteros del mercado: para ellos, que pescan en la zona litoral y tienen cobertura desde sus embarcaciones, la propuesta de valor de tener un buen móvil es potencialmente muy elevada”. A la hora de comprar un nuevo dispositivo, el usuario suele fijarse en las prestaciones que ofrece ese nuevo gadget. Sin embargo, la estrategia debería ser la opuesta: ¿qué necesidades hay que solucionar?

QUE UN DISPOSITIVO ESTÉ O NO OBSOLETO DEPENDE DEL USUARIO

En segundo lugar, las compañías del sector tecnológico tienen unas estrategias programadas a meses e incluso años vista, lo cual hace que tomen decisiones puntuales sobre sus dispositivos. Por ejemplo, Apple no ha incorporado un nuevo método de pago electrónico –el chip NFC– en el recientemente lanzado iPhone 4S. Este chip hace posible las transacciones de dinero de forma fácil a través del teléfono y empieza a integrarse de serie con la mayoría de nuevos *smartphones*. No obstante, la empresa con sede en Cupertino todavía no apuesta por él. ¿Por qué? Albert Cuesta asegura que Apple está esperando a que el NFC se consolide en el mercado: “Está claro que el próximo iPhone incorporará el chip”. Es decir, que las vicisitudes del sector tecnológico, como en cualquier otro mercado, llevan a las empresas a calcular los costes y beneficios que les puede representar incluir o no una característica. Aun así, Dans considera que “las innovaciones verdaderamente disruptivas no suelen dejarse en el tintero, porque supone un riesgo muy importante no aprovechar su vida útil”. Además, Dans afirma que hay otras variables que hacen que una compañía decida incluir una característica o no: el tamaño del dispositivo, su grosor, la batería... Finalmente, un factor muy importante a la hora de decidir qué funciones incorpora un aparato es el precio: un elemento básico cuando el usuario se plantea comprarse un nuevo gadget es la cantidad de dinero que se gasta en él. Para



2001

La primera cámara con 4.1 megapíxels Cyber-shot de Sony consolidó su posición de dominio en el mercado de las cámaras digitales. Sony ha ido sacando modelos superiores prácticamente cada año



2001

iPod
Apple lanzó el iPod en el 2001, y se convirtió en el trampolín de la firma hacia su posición actual. El iPod original, no obstante, poco tiene que ver con el actual por capacidad y posibilidades



2004

Canon PowerShot A95
Fue la primera con cinco megapíxels de la marca. En su día fue una gran renovación en cámaras de manejo fácil. Hoy una cámara de este mismo segmento tiene el doble de resolución



2004

Nintendo DS
Es la sucesora del Game-Boy Advance, y es una videoconsola portátil de la multinacional japonesa, Nintendo. La revisión, DS Lite, se lanzó al mercado tan sólo dos años después

ofrecer precios atractivos y mantener una posición de mercado competitiva, las compañías deciden excluir algunas funcionalidades. La clave para las empresas es encontrar el equilibrio entre lo que se deja fuera del aparato y el precio de venta.

En definitiva, el protagonismo en los avances tecnológicos no se lo debería llevar el hecho de que los antiguos gadgets se queden obsoletos. Que se queden anticuados es una sensación del usuario,

que tiene que saber discernir entre el uso que le da al dispositivo y las nuevas funcionalidades que ofrecen los nuevos aparatos. Y lo más importante: no depende tanto del fabricante como de las necesidades que soluciona a su propietario. Ante la pregunta de “¿merece la pena gastarse mucho dinero en un equipo si se quedará anticuado en un año y medio?”, la respuesta es que si el modelo cumple con las necesidades, adelante. Porque si no nunca compraríamos nada. ■