



LA OBSOLESCENCIA PROGRAMADA Y SUS BENEFICIOS SOCIALES EN LA ECONOMÍA DE EMPRESAS

19/02/16

AUTORES: ANA PAOLA CHÁVEZ GARCÍA, SAMANTHA CONTRERAS ARTEAGA, ALEJANDRO VIRGEN VERA Y

DANIELA ZEPEDA BAEZA

ASESOR: DIXIANA PARADA CELIS OCHOA

ESCUELA TOMÁS ALVA EDISON

CIN2016A30111

ÁREA: CIENCIAS SOCIALES

DISCIPLINA: CIENCIAS POLÍTICAS Y ECONÓMICAS

TIPO DE INVESTIGACIÓN: DOCUMENTAL



Resumen

La obsolescencia programada es una táctica de mercadotecnia en donde se determina cuánto tiempo va a servir un producto. Ha sido utilizada desde la aparición de la bombilla eléctrica hasta nuestros días. Normalmente se ve como una táctica negativa, pero nosotros creemos que sí tiene su lado positivo ya que impulsa tanto la economía de las empresas como de las naciones y apoya a generar empleos y a la innovación tecnológica. También pensamos que no es una creación de la mercadotecnia en su totalidad, sino de la sociedad consumista de hoy en día. Para comprobar esto nos hemos basado en diversas fuentes de información junto con una encuesta a adultos económicamente autosuficientes y, a pesar de que existen distintos obstáculos, pudimos comprobar que la obsolescencia programada tiene más repercusiones positivas que negativas en la sociedad, pues la mayoría de los adultos entrevistados concuerda en que ésta favorece a la sociedad.

Palabras clave: Obsolescencia programada, consumismo, mercadotecnia, innovación.

Abstract:

Planned obsolescence is a marketing technique where a product's lifespan is determined. It has been used ever since the light bulb and up to nowadays. It is normally seen as a negative technique, but we think it has its positive side because it boosts the enterprises' economies as does with countries' and helps create jobs and technological innovation. We also think it is not only a marketing creation, but also of the consumerist society nowadays. To prove this, we have based ourselves on many different sources of information together with a survey to economically self-sufficient and, despite different obstacles, we were able to prove that planned obsolescence has more positive consequences than negative ones in society, since the majority of surveyed adults agrees that it favors society.

Key words: Planned obsolescence, consumerism, marketing, innovation

Introducción

Hoy en día vivimos en la sociedad del momento, en una época de consumismo donde las compañías utilizan, sin que los consumidores se den cuenta, la obsolescencia programada que consiste en determinar el tiempo de vida útil de un producto. Del mismo modo, esto se ve reflejado en que la mayoría de los productos están diseñados para usarse y tirarse, pues es la manera en que se aplica, resultando en un perjuicio y un beneficio a la vez; perjudica a la economía personal de los consumidores, pero beneficia al crecimiento económico de las empresas.

Ahora bien, aquí debemos preguntarnos, ¿cómo afecta a los consumidores? Siempre se considera que es negativa pues influye negativamente en su economía personal, entonces, ¿realmente tiene un beneficio para ellos? Comprobar que tiene un beneficio es una de las metas de esta investigación además de saber, ¿cuál es en realidad el beneficio de la obsolescencia programada para las empresas? En un principio puede suponerse que uno considerable, pues esta táctica ha sido utilizada desde la aparición de la bombilla hasta nuestros días, pero no queremos centrarnos sólo en qué tanto ayuda a impulsar su economía, sino saber si además de éste conlleva otros beneficios.

Creemos que la gente sólo ve el lado negativo de la obsolescencia programada debido al impacto que ésta tiene sobre el medio ambiente y la economía personal. La mayoría de las fuentes consultadas toman esta postura y suelen explicarla desde este punto de vista. Por ello, queremos que la gente vea la importancia que esta práctica tiene en nuestra sociedad, basándonos en fuentes como el artículo "¿Obsolescencia programada o consumidores caprichosos?" de Javier Navarro, donde se expone que los consumidores y sus demandas la ocasionan.

También consultamos el documento llamado "Ending the Depression Through Planned Obsolescence" escrito por un agente de bienes raíces llamado Bernard London en 1923 en donde proponía a la obsolescencia programada como solución para salir de la crisis económica.

Además en la investigación titulada: *An economic theory of planned obsolescence*, desarrollada por Jeremy Bulow, se encontró, al analizar la situación económica, que la implementación de la obsolescencia programada es la mejor opción y estrategia de mercado para mantener la economía activa. Su análisis se basó en la búsqueda de la relación entre la calidad y durabilidad de un producto contra su costo mediante el uso de teorías matemáticas aplicadas a la economía, con lo que demostró cierto su análisis. Es importante enfatizar que, como argumenta Bulow en su investigación, esto sólo se puede lograr mediante un esquema sustentable, punto importante de diferencia ante la obsolescencia programada descontrolada que provoca graves afectaciones sociales y económicas. Con esto nosotros podemos afirmar que la obsolescencia programada es una buena práctica para garantizar un equilibrio económico, lograr mejores ganancias y poner en movimiento la economía de toda una sociedad.

Por último, gracias a ella hay una innovación continua en los productos, en especial de los tecnológicos; el único problema que trae consigo es que a veces no es tan benéfica en lo que respecta al medio ambiente, pero hay varias soluciones para este problema, como el uso de materiales reutilizables, por lo que es más positiva que negativa en cualquier ámbito. Por lo tanto, creemos que si se consideran todos los puntos ya mencionados y se ponen en una balanza, es posible comprobar que la obsolescencia programada resulta más positiva que negativa en todos aspectos.

Objetivo General

Demostrar que la obsolescencia programada o predeterminada es benéfica para las sociedades ya que impulsa la economía tanto de las empresas como de las naciones y porque apoya la generación de empleos.

Objetivos secundarios

Demostrar que gracias a ella también se obtienen beneficios en la innovación tecnológica.

Demostrar que genera resultados benéficos para los ciudadanos, en lugar de negativos, debido a que impulsa la competencia entre las empresas para ofrecer mejores productos a precios menores.

Fundamentación teórica

El término obsolescencia predeterminada o programada proviene de la palabra obsoleto, o sea, algo que no sirve. Se define como el acto de diseñar un producto, alterando ciertos factores en su fabricación, para determinar su vida útil, acortándola.

Sabemos que todo comenzó con la bombilla, planeado por el cártel Phoebus para hacer que ésta durara menos, tan sólo mil horas de vida, pues era uno de los productos con los que se notó en primera instancia que la economía y las empresas se verían seriamente afectadas si no se realizaba algo al respecto, pues una bombilla podía servir hasta más de cien años. Hoy en día, la obsolescencia es necesaria en la mercadotecnia, especialmente a la hora de diseñar un producto, pues es un factor clave para que las empresas obtengan una ganancia mayor a la inversión.

Para que la obsolescencia programada pueda llevarse a cabo, se necesita una sociedad que consuma. En nuestra sociedad, el consumismo está en todas partes.

El consumismo es la tendencia de gratificarse a sí mismo mediante el consumo de bienes, generalmente innecesarios, en cantidades excesivas y cada vez más grandes.

Muchas personas critican a la obsolescencia programada y dicen que los mejores productos son los SOP (Sin Obsolescencia Programada). Estos son artículos cuya vida útil no ha sido alterada de manera alguna por el fabricante. “Duran lo que deben de durar”; pues no le generan al consumidor la necesidad de comprar el producto más de una vez, sin embargo, la obsolescencia programada contribuye a mejorar la

economía mundial y evitar la crisis, pues mantiene el dinero fluyendo y evita que se estanque como pasaría si las personas no compraran nada.

En realidad, la obsolescencia programada no es más que una estrategia económica entre muchas otras. Se puede observar que se necesita un continuo flujo de dinero por lo que, en una relación en la que a mayor durabilidad de un producto, mayor será su costo de producción, mayor el tiempo de recompra, por lo que llevará más tiempo no sólo en recuperar las ganancias, sino también en generar el dinero suficiente para seguir produciendo sus productos.

Es esencial decir que al ser el monopolio de un mercado, se tiene total control sobre éste, por lo cual existe un margen de acción con el cual la empresa se puede manejar y encontrar el más conveniente. Pero en el caso contrario en el cual existan varios grupos de competidores, se deberá no sólo cuidar la imagen del producto, sino la sustentabilidad del mercado existente; si alguien introduce un producto con menor precio y mayor calidad, provocará la desestabilización y cambio de estrategias así como una turbulenta temporada para sus competidores, como para sus empleados. Así que se aplica la ya establecida obsolescencia programada con el fin de mantener en una circulación rápida y fácil del dinero con el cual se mantendrá a una sociedad completamente activa, así como eficientemente suministrada de los recursos necesarios para mantenerse en un correcto funcionamiento.

Existen diferentes tipos de obsolescencia. Primero, está la obsolescencia de función. Ésta sucede cuando un producto tiene una mejora o una actualización, lo que nos lleva a comprar el producto más nuevo. El siguiente tipo es la obsolescencia de calidad. Este tipo de obsolescencia es la más común y la más problemática. Consiste en la programación ya para que el equipo se estropee en un determinado tiempo, provocando el consumo de otro. Esto “casualmente” ocurre cuando la garantía ha finalizado. Por último, tenemos la obsolescencia por moda. Ésta es causada por un fenómeno social, ya que a pesar de no presentar los problemas de las anteriores en el producto, el problema reside en la persona que lo quiere o

adquiere. Las personas dejan de desear el producto por estética o moda, es decir, el producto ya no es de su agrado debido a la influencia social.

Las principales consecuencias negativas por las que la obsolescencia programada se ha caracterizado son en relación al medio ambiente. El abuso en el uso de los recursos renovables y la contaminación de los recursos no renovables son unas de las consecuencias más preocupantes de la práctica de la obsolescencia predeterminada. Al igual que la tala masiva de árboles en el Amazonas, donde cada año se talan toneladas de árboles destinados a la creación de distintos productos y la fabricación de embalaje, que es el empaque que protege a las productos para que éstos puedan ser transportados. Uno de los argumentos más fuertes de los críticos hoy en día referente a esto es que “no es posible tener una economía infinita en un mundo finito”.

A la obsolescencia programada también se le suelen atribuir repercusiones psicológicas en los consumidores, pues se cree que incentiva el consumismo de hoy en día; se cree que ella es la que genera falsas necesidades y, por tanto, la necesidad de tener más y más aunque sea innecesario. Generalmente, los consumistas usan a la obsolescencia programada como justificación de su consumo desmedido, pues de acuerdo a ellos, los objetos se descomponen, aún cuando su uso es el debido y el tener que reemplazarlos es imprescindible.

Pero así como la obsolescencia programada tiene consecuencias negativas, también tiene consecuencias positivas, especialmente para las empresas y para la sociedad. Algunas de las consecuencias positivas que ésta trae para las empresas y para la sociedad es el impulso de la economía, la creación de empleos para trabajadores, la modificación y la innovación tecnológica.

Toda esta información nos es útil, pues defenderemos a la obsolescencia programada y es imprescindible conocer el tema a profundidad, para saber cuáles son sus puntos fuertes y cuáles no. En especial nos ayudará a elaborar contraargumentos basados en ella, pues la población en su mayoría ve a la obsolescencia programada como negativa. Además, esta investigación a fondo de

nuestro tema nos ayudará a comprobar nuestra hipótesis y a tener resultados que sean favorables y que tengan sustento. Esta información también servirá de ayuda para su divulgación, pues ayuda a que los lectores que nunca hayan escuchado sobre la obsolescencia programada puedan comprender el tema con claridad, desde cómo se originó hasta cómo es que afecta en su vida cotidiana.

Metodología de investigación

Investigación documental y de campo:

- Investigar qué es la obsolescencia programada y las posturas existentes.
 - Establecer nuestra postura (a favor) basándonos en documentos ya existentes y realizar un profundo análisis de ellos, consultando documentos que estén tanto a favor como en contra para ser capaces de encontrar contraargumentos para los argumentos en contra de ella.
 - Realizar la siguiente encuesta para estimar los tiempos de duración de nuestros artículos de uso diario y así determinar qué tan frecuentemente es utilizada y que tanto molesta a los consumidores, pero sobre todo, si al aportarles una pequeña introducción y hacerlos reflexionar por medio de las preguntas iniciales, ellos mismos consideran que favorece el desarrollo de la tecnología o lo entorpece.
 - Encuesta:
 - Introducción: la obsolescencia programada es una táctica de mercadotecnia en donde se determina cuánto tiempo va a servir un producto. Normalmente se suele ver como una táctica negativa, pero nosotros creemos que tiene un lado positivo por lo que estamos realizando una investigación para comprobarlo. Te agradeceríamos mucho que nos apoyes contestando esta encuesta.
1. ¿Cada cuánto cambias de celular?
 - a. Medio año
 - b. Un año

- c. Dos años
 - d. Cuando se descompone
2. ¿Cuál de las siguientes determina tu elección al comprar un nuevo producto?
- a. Su funcionalidad
 - b. Su diseño
 - c. La marca
 - d. El precio
3. ¿Consideras que el valor del producto es congruente con su precio?
- a. Sí
 - b. No
4. ¿Crees que tu círculo social influye en lo que compras?
- a. Sí
 - b. No
5. ¿Todos tus amigos tienen el mismo modelo de celular?
- a. Sí
 - b. No
6. ¿Cuánto utilizas las garantías de tus productos?
- a. Nunca
 - b. De vez en cuando
 - c. Siempre
7. ¿La durabilidad de un producto influye en tu decisión de cambiar de marca, permanecer en la misma o dejar de comprar dicho producto?
- a. Sí, cambio de marca
 - b. Sí, dejo de comprar este producto
 - c. No, permanezco con la misma marca
8. ¿Consideras que tus ingresos contribuyen a que cambies de productos constantemente?
- a. Sí
 - b. No

9. En tu opinión, ¿esta práctica favorece el desarrollo y mejoramiento de la tecnología o entorpece su desarrollo?
 - a. Favorece a su desarrollo
 - b. Entorpece su desarrollo
- Llegar a una conclusión en donde se demuestre que tiene más repercusiones positivas que negativas.

Resultados

Después de consultar diversas fuentes de información además de realizar una encuesta obtuvimos información que resultó en favor de nuestra hipótesis.

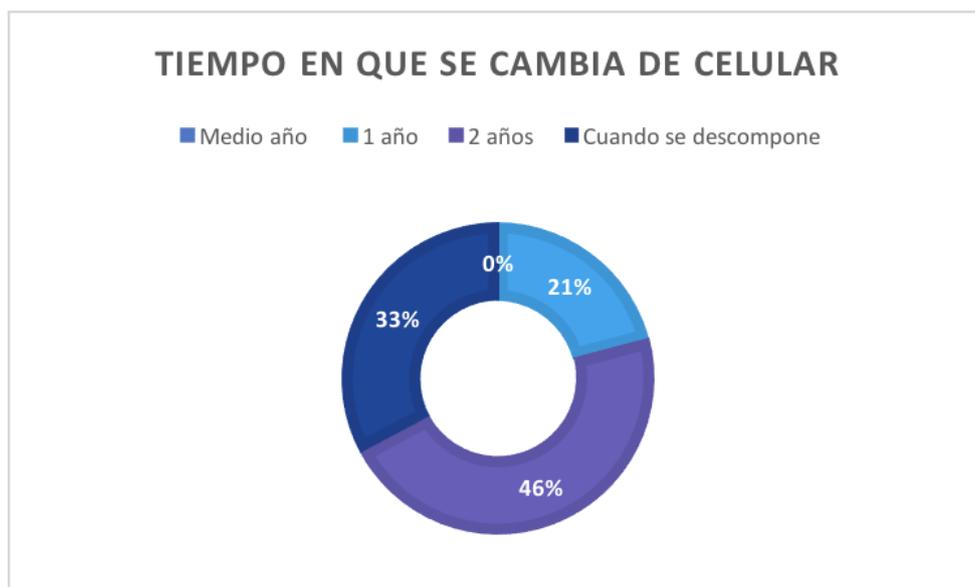
Primero que nada, sabemos que la obsolescencia programada fue planeada y propuesta como una solución a un problema que afectaba a las empresas. Ellos no lo hicieron pensando que iban a afectar a los consumidores, simplemente lo hicieron para subsistir, pues si todos los productos tuvieran una vida muy larga habría gráficas muy drásticas en los ingresos de todas las compañías pues éstas tendrían una pendiente muy pequeña, subiendo rápidamente y justo al estar en su apogeo, caerían. Sus ingresos caerían con la misma rapidez que subieron y después habría un momento de estática sin ninguna ganancia. Dicho patrón se repetiría cada vez que se necesitara una nueva producción.

Al realizar nuestra investigación nos dimos cuenta que es muy difícil encontrar argumentos a favor de la obsolescencia programada, pues la mayoría de los artículos que existen sobre ella son de consumidores y ecologistas, que son los sectores afectados más negativamente por ella. Sin embargo, viéndolo desde el punto de vista de la mercadotecnia y de libros que la enseñan, lo ven como algo común y realmente no la abordan como tal, no es una materia o un capítulo, realmente está presente a lo largo de todo el proceso de diseño y venta de toda clase de productos.

Es obvio que la mayoría de las personas a primera instancia considera que la obsolescencia programada es negativa, ya que todos preferiríamos ahorrar en la

situación económica que vivimos hoy en día. El individuo de nuestra sociedad por lo general solamente le da importancia a un beneficio individual y busca qué es lo que le conviene a cada uno sin darse cuenta que para que la sociedad funcione de manera activa necesitamos un proceso que beneficie a todas las partes.

Realizamos una encuesta a 68 adultos independientes económicamente y los resultados fueron favorables para nuestra investigación. En primer lugar preguntamos la frecuencia con que cambian sus teléfonos celulares y obtuvimos como resultado que la mayoría lo cambia cada dos años, siendo 31 personas quienes entran en esta categoría; 22 personas lo cambia sólo cuando se descompone y en 14 casos, cada año. A continuación una gráfica que muestra lo drástica que es la diferencia, cambiando en dos años su celular prácticamente la mitad de los entrevistados.



La mayoría de los entrevistados, 49, se basan en la funcionalidad del producto antes de adquirirlo, lo cual creemos es bastante coherente. Sin embargo, sí hay personas que ponen primero que nada la marca en sus parámetros de elección de un determinado producto; nueve de nuestros entrevistados lo hacen. En los parámetros de marca y diseño fue donde tuvimos menor número de resultados pues la minoría, 8 personas, adquieren sus productos basándose únicamente en la marca y solamente 2 adquieren por el diseño. En la siguiente gráfica vemos plasmados

dichos valores, reiterando que la funcionalidad es el factor más importante para la mayoría.

Cabe destacar que, a pesar de que en México existen diferentes clases sociales, la obsolescencia programada se encuentra en la mayoría o todos los productos sin importar de qué clase se esté hablando; pero lo que sí se sabe acerca de ésta es que la obsolescencia programada es principalmente beneficiada por las clases media-alta y alta, ya que son las que pueden cambiar de celular por decisión y gusto y no por descompostura.



Más de la mitad de los adultos entrevistados respondieron que consideraban que el precio de un dicho producto que decidían comprar era congruente con el valor que el producto representa para ellos. Esto nos dice que por lo menos para 38 de los entrevistados el valor del producto, ya sea de su funcionalidad, del diseño de éste, etc., es razonable con respecto a su precio. Lo que nos lleva a suponer que creen que realmente vale la pena comprar dicho producto o que consideran que el producto que están comprando satisface sus necesidades o deseos. En cambio, sólo 30 personas contestaron que creían que el valor (funcionalidad, diseño, etc.) del producto no correspondía a lo que estaban pagando.

Esta encuesta fue realizada a adultos en su edad media, pues son personas que ya llevan cierto tiempo trabajando y se supone que no son tan fácilmente influidos por su entorno social como pasa prácticamente con todos los adolescentes e inclusive con los niños. Por eso es coherente que más de la mitad, 41 entrevistados, casi dos tercios del total entrevistado, no se sientan influidos por su círculo social. A pesar de esto, sí hay adultos que son influenciados por la sociedad, 27 en esta encuesta, casi un tercio. Esto es una evidencia de que el consumismo está comenzando a afectar a las generaciones que lo vieron nacer; es entendible que las generaciones más jóvenes sean muy influidas por él, pero el hecho de que se esté comenzando a expandir a generaciones más grandes demuestra que se está volviendo algo característico del mundo y la sociedad hoy en día, siendo ella misma quien lo acepta.

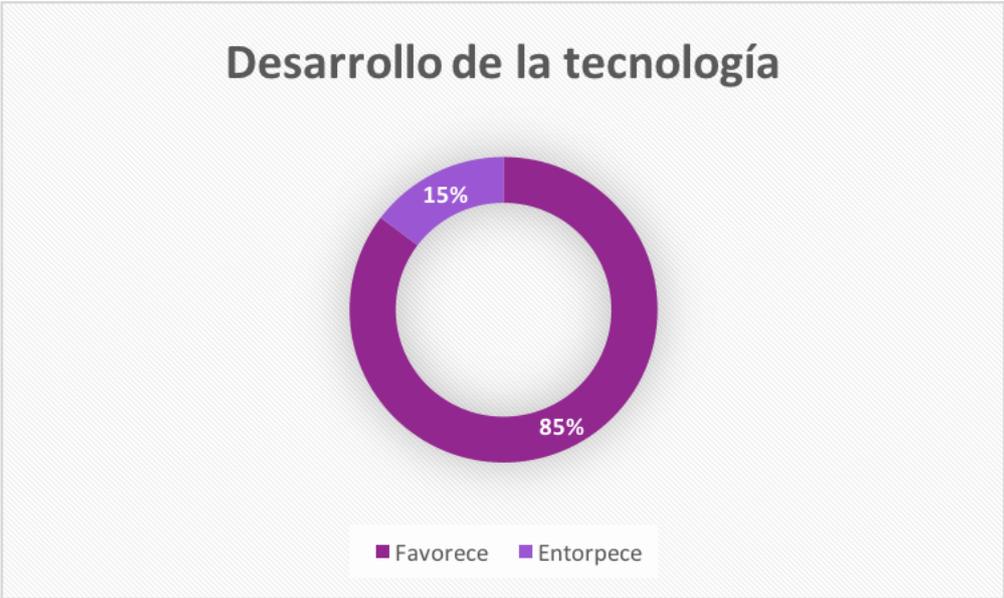
Pero, aún no logra influirlos del todo, pues en la pregunta de si todos sus amigos poseían el mismo modelo de celular que ellos obtuvimos que la mayoría no se encontraba en este caso, 61 para ser precisos. Sin embargo sí hubo ocho entrevistados que poseían el mismo modelo de celular que sus amigos, otra demostración de cómo poco a poco se expande el consumismo.

En cuanto al uso de garantías de los productos, 45 de las personas encuestadas manifestaron usarlas de vez en cuando, mientras que 16 expresaron no usarlas nunca y ocho dijeron que las utilizan siempre que es necesario.

En lo que respecta a si la obsolescencia programada molesta realmente a los consumidores, utilizamos una pregunta indirecta sobre si la durabilidad de un producto les llevaba a tomar ciertas decisiones, reduciendo las opciones a tres posibles: sí, cambio de marca; sí, dejo de comprar este producto y no, permanezco con la misma marca. La decisión menos tomada es dejar de comprar el producto, resultando el cambiarse o quedarse con la misma marca en casi un empate, teniendo sólo un voto más cambiarse de marca que quedarse en la misma. Esto nos demuestra que aunque la gente crea que se basa en la funcionalidad del producto principalmente, en su inconsciente la marca también es un factor muy importante.

La gran mayoría de los entrevistados respondió que sus ingresos no influyen en su decisión de cambiar de productos con tanta frecuencia. De las personas entrevistadas, 49 adultos contestaron que sus ingresos no influyen y sólo 19 dijeron que éstos sí influyen en si cambian un producto constantemente o no. Las respuestas de esta pregunta nos proporcionan unos resultados no tan detallados, ya que existen muchos distintos factores que no consideramos pues no son incluidos como opciones de respuesta. Factores como el sector de la población a la que la encuesta fue dirigida, si estas personas son desempleadas, la profesión que ejercen, la cantidad de ingresos que reciben, entre otros, hacen que los datos adquiridos se vean alterados.

Una gran mayoría pensó, al igual que nosotros, que la práctica de la obsolescencia programada apoya al desarrollo de la tecnología; 58 para ser exactos, mientras que tan solo diez personas opinaron que la entorpece. Esto demuestra que realmente inclusive los consumidores ven más su lado positivo que el negativo si se les explica qué es y se muestran sus ventajas y desventajas.



Conclusiones

Es irónico que, como sociedad, cuando se pregunta acerca de la obsolescencia programada y sus efectos se responda de una manera negativa e inconforme cuando al momento de actuar somos una sociedad completamente consumista. Nos quejamos de algo que hacemos día a día y lo hacemos porque no nos ponemos a pensar en nuestros actos y solo opinamos de temas de los que no hemos analizado por completo ni relacionado pensando en todos y no solo en nosotros.

Referencias

- Dannoritze, Cosima (Director). (2010). *Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada* (cinta documental). España. Media 3.14 y Article Z.
- Mercado, Salvador. (2004). *Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado* (p.p. 181-185), México: Editorial Limusa.
- Lerma, Sandra. (2015). “La obsolescencia programada: Tipos” Recuperado en 2014. URL: <http://www.gestion.org/marketing/50499/la-obsolescencia-programada/>
- Cutts, Steve. (2013). “Man of Steve Cutts” Consumismo Ser Humano ¿Nuestro futuro?”. Publicado 6 de marzo de 2013.
- Navarro, Javier. (2011). “¿Obsolescencia programada o consumidores caprichosos?”. Publicado 17 de septiembre de 2011.
- Udiz, Germán. (08/03/2011). *¿Sabríamos vivir sin la obsolescencia programada?* (10/11/2015). <http://www.actibva.com/magazine/consumo/sabriamos-vivir-sin-la-obsolescencia-programada>
- London, B. (1932) *Ending the Depression Through Planned Obsolescence* [http://www.murks-neindanke.de/blog/download/London \(1932\) Ending the depression through planned obsolescence.pdf](http://www.murks-neindanke.de/blog/download/London%20(1932)%20Ending%20the%20depression%20through%20planned%20obsolescence.pdf)
- Wong, Clement (2012) “*Planned Obsolescence: Buying into Consumerism*” (traducido por Alejandro Virgen Vera) <http://economicstudents.com/2012/10/planned-obsolescence-buying-into-consumerism/>
- Gil, Iván (2013) “*Los productos que duran toda la vida existe, pero no interesan*” http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-06-01/los-productos-que-duran-toda-la-vida-existen-pero-no-interesan_197972
- Bulow, J.. (1986). *An Economic Theory of Planned Obsolescence. The Quarterly Journal of Economics*, 101(4), 729–750. Recuperado el 12/11/2015 <https://www.jstor.org/stable/1884176>