

**Propuesta gráfica que permita reducir la compra de dispositivos electrónicos en la ciudad de Neiva entre los  
20 a 35 años de edad**

*Ana Sofía Vallejo Cano*

*Juan Felipe Puentes Silva*

*María Fernanda Guerra Bonilla*

*Natalia Hernández Uribe*

## **Resumen**

La era digital sin duda ha sido una de las evoluciones de la humanidad más grandes, la tecnología no solo ha sido una gran ayuda en nuestras vidas sino también una herramienta del uso diario, así mismo se han visto repercusiones de la misma que nos han afectado de manera psicológica y mental así como lo es la compra excesiva, sin duda es uno de los trastornos de los que cada vez más usuarios se suman, esto debido que nos encontramos inmersos dentro de una red de marketing digital que nos bombardea cada día. Este trabajo investigativo se centra en el desarrollo de estrategias de concientización mediante piezas gráficas que buscan sensibilizar a la sociedad acerca de los peligros del consumismo excesivo. Estas piezas gráficas, tienen como objetivo generar reflexión y motivar un cambio de comportamiento hacia un consumo más consciente y sostenible.

*Palabras clave: compras, e-commerce, consumismo, tecnología, diseño, redes sociales.*

## **Abstract**

The digital era has undoubtedly been one of the greatest evolutions of humanity, technology has not only been a great help in our lives but also a tool of daily use, likewise there have been repercussions of the same that have affected us psychologically and mentally as well as excessive

---

1 Artículo de revisión, producto de investigación. Presentado para optar el grado al Título de Técnica Profesional en procesos gráficos. Asesorado por Rodolfo Andrés Villarreal Pasos. Estudiantes de cuarto semestre del programa de Diseño Gráfico. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN, Regional Huila

buying, it is certainly one of the disorders of which more and more users are added, this because we are immersed in a network of digital marketing that bombards us every day. This research work focuses on the development of awareness strategies through graphic pieces that seek to sensitize society about the dangers of excessive consumerism. These graphic pieces aim to generate reflection and motivate a change of behavior towards a more conscious and sustainable consumption.

*Keywords: shopping, e-commerce, consumerism, technology, design, social networks.*

## **Introducción**

En los últimos años el consumismo electrónico ha alcanzado una gran popularidad con la llegada de los medios digitales, por ello está bien reconocer que en la mayoría de los casos llega a escalar a ser una problemática psicológica por parte de los consumidores por compras en exceso y consumismo innecesario.

A lo largo de este estudio, exploramos el impacto del consumismo excesivo en diversos aspectos de la vida cotidiana, desde la salud mental hasta la degradación medioambiental. Analizaremos también el papel de la publicidad y la mercadotecnia en la perpetuación de este modelo consumista, así como las posibles alternativas para contrarrestar su influencia.

Con el fin de proporcionar una visión integral sobre el tema, examinaremos casos de éxito de campañas de concientización a nivel global, así como el uso efectivo de las piezas gráficas en la promoción del cambio de hábitos de consumo. Finalmente, se presentarán recomendaciones y propuestas concretas para implementar estrategias de concientización eficaces en la lucha contra el consumismo excesivo.

En suma, este trabajo se erige como un llamado a la acción, invitando a la reflexión y al compromiso individual y colectivo para construir una sociedad más consciente, responsable y equitativa en materia de consumo.

Con el fin de llevar a cabo los siguientes objetivos específicos:

- Usar la influencia de las redes sociales para difundir información, por medio de las piezas gráficas creadas.
- Generar una introspección en las personas, para que sean conscientes del consumo electrónico.
- Tener un rango de edad planteado para así generar y distribuir las piezas gráficas a ese rango en específico.

### **Revisión Bibliográfica**

La siguiente revisión bibliográfica recopila 50 fuentes de información que se utilizaron minuciosamente para realizar esta investigación, de esta manera analizar de forma crítica cada una de estas fuentes, de esta manera el documento sea más compacto a la hora de entrelazar dicha información con nuestro tema. Para ello las categorías que más sobresalen son:

- Tecnología y sus impactos ambientales
- Consumismo Excesivo
- Influencia de la publicidad en nuestra compra

Dentro de las problemáticas la más destacada es el impacto ambiental que perjudica y genera repercusiones en el medio ambiente tal como lo dice *Cajamarca-Carrasco, D. I., Hidalgo-Viteri, L. C., Vaca-Zambrano, S. E., & Jua-Tandu, Y. E. (2022)*. En el artículo de ***Basura tecnológica, contaminante ambiental silenciosa del siglo XXI: causas y repercusiones. Revista de Investigación Ambiental, 15(3), 45-57.*** Nos lleva a centrarnos dentro de las repercusiones ambientales que generan los desechos de basura electrónica en donde el análisis destaca el aumento de desechos tecnológicos debido a la globalización y la producción masiva de dispositivos electrónicos, señalando su impacto ambiental negativo. Este artículo resalta la urgencia de abordar el consumismo excesivo y la necesidad de una gestión adecuada de los desechos tecnológicos para proteger el medio ambiente y la salud humana.

En correlación solamente en Colombia apenas tuvo un impacto de concientización dentro del año 2008 en los que crea campañas que ayudan a reciclar los aparatos electrónicos y evitar desechos

masivos (Zambrano Yépez, C. A., Macías Rueda, J. C., & Medina Sánchez, N. D. (2022) la economía circular tuvo un impacto positivo dentro de esta iniciativa en un ambiente donde los residuos electrónicos (E-waste) es un nombre común y casual para los artículos electrónicos usados que se acercan al final de su “vida útil valiosa” o “vida útil”. (Baque Chilán, D. J., Baque Sánchez, A. S., Borbor Jama, C. O., & Merchán Carreño, E. J. (2022).

Es donde realmente nos preguntamos ¿Qué estamos haciendo y que provoca este consumismo excesivo? Para explicar esto debemos irnos a la raíz del problema, para ellos nos remontamos a uno de los cambios más difíciles de la década, eso es el COVID-19. La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción del comercio electrónico en todo el mundo, con un aumento significativo en la demanda de productos y servicios en línea. Sectores como el de alimentos frescos experimentaron un crecimiento notable en las ventas digitales, mientras que el entretenimiento, la educación y la atención médica también migraron rápidamente a las plataformas digitales (Lechuga Nevárez, M. R., & Hernández Chavarria, J. (2020). La pandemia de COVID-19 impulsó el crecimiento del comercio electrónico, con un aumento significativo en las transacciones en línea y una mayor diversificación en los hábitos de compra de los consumidores colombianos. Sin embargo, este aumento en la actividad digital también llevó a preocupaciones sobre el aumento de la adicción a los medios electrónicos y las compras compulsivas, influenciadas por estrategias de marketing en línea (Peña Moreno, L. M. (2020, Diciembre 17). La integración masiva de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en todas las áreas de la vida, especialmente entre los adolescentes, plantea preocupaciones sobre posibles adicciones.

Se observa un uso generalizado de dispositivos como móviles y tablets, lo cual, aunque tiene beneficios, también puede conducir a comportamientos adictivos. Se han definido diferentes tipos de adicción a las TIC, caracterizados por un uso excesivo y descontrolado, afectando áreas como la vida familiar y profesional (Roca Belijar, C. (2019, 31 de octubre) de esta manera se puede evidenciar un patrón que se puede estar relacionando directamente con la adicción a los medios tecnológicos esto siendo nocivo para la salud mental, “Hoy, las grandes urbes son conscientes de un nuevo problema de salud mental que cada vez es más frecuente entre la población. La dependencia psicológica o adicción sin sustancia se ha convertido en un problema

*que afecta las relaciones sociales e interpersonales” Pérez Ramírez, L. A., Rodríguez Rodríguez, D. L., & Ramírez Pacheco, E. Y. (2022).*

Dichas repercusiones tienen un significado de comportamiento que influyen en los factores de compra, desvelando así el estudio del comportamiento del consumidor (*Pérez Ramírez, L. A., Rodríguez Rodríguez, D. L., & Ramírez Pacheco, E. Y. 2022, diciembre 13*). Dentro del público objetivo de la investigación tenemos un rango de edad entre 20 a 35 años, este rango hace referencia a que son los que más gastos y compras tecnológicas generan al año, la influencia de la publicidad tiene más impacto de la generación conocida como “millennial”. El desarrollo tecnológico que ha acompañado el crecimiento de los millennials también ha inspirado la creación de estrategias publicitarias por parte de las empresas dirigidas a llamar la atención de esta generación. Sin embargo, el exceso indiscriminado de esta ha colapsado las redes sociales y los correos electrónicos de las personas. Un estudio realizado por Fransi, Ramón y Baldomar (2013) indica que las personas manifiestan un malestar por la publicidad excesiva en los entornos virtuales (*Aguilar Villa, R. G., & Vásquez Zárate, M. F. (2021, 13 de febrero)*) dentro de ellos los patrones habituales de búsqueda apuntan a que se dejan llevar más por la percepción de los demás hacia un producto y la influencia de su grupo cercano que ni por el mismo producto, así mismo esto desencadena a una compra hecha por presión social y aceptación pública (*Cueva Estrada, J., Sumba Nacipucha, N., & Villacres Beltrán, F. (2020).*

La tecnología es un influyente dentro de la intención de compra del consumidor, de esta manera une las dos barreras offline y online, en donde la experiencia de compra es crucial para generar un impacto llamativo en el consumidor relacionando el público objetivo y el interés al conectar con la empresa (*Mosquera de la Fuente, A. (2019, 30 de julio)*). Además, esto ya se ha vuelto un problema mayor, pues, se destaca la inclusión de las adicciones a las nuevas tecnologías en el Plan Nacional de Adicciones de 2018 en España, lo que subraya la importancia de abordar este problema de manera integral y multidisciplinario (*Roca Belijar, C. (2019, 31 de octubre). Definiciones y catalogación de la adicción a las TIC. En (Ed.)*). En consecuencia del marketing actual, las empresas ya no buscan solo vender sus productos, también buscan generar relaciones duraderas con los clientes, relaciones que llevan a la fidelidad del producto y el voz a voz que incrementa la población de consumidores de tal marca (*Ibarra, W., Escalante, J., Ballesteros, L., & Guerrero, C. (2018). Evolución de los Objetivos del Marketing. En (Ed.)*).

La basura electrónica tiene un impacto negativo significativo en el medio ambiente, incluso su transporte a deshuesaderos de otros países ha hecho que el problema sanitario se expanda, pues, estos contienen elementos nocivos como plomo, arsénico, mercurio, etc., que al no ser reciclados adecuadamente, afectan el medio ambiente y la salud humana. Este inconveniente ha hecho que países como México forme parte de varios convenios internacionales, que buscan regular el movimiento transfronterizo de desechos tóxicos y proteger la salud humana y el medio ambiente (Pérez Cruz, J. A., Reding Domínguez, J. G., Tass Herrera, B., Morales Turrubiates, E. E., & Carbonell Pérez, R. G. (2018). El crecimiento del uso de aparatos eléctricos y electrónicos ha generado grandes volúmenes de e-waste a nivel mundial, su obsolescencia programada y la necesidad de reemplazo por equipos más nuevos contribuyen directamente al incremento de e-waste (Cayumil Montecino, R., & Adasme Valdés, M. (2018), en 2019 se generaron 53.6 toneladas métricas de desechos electrónicos a nivel mundial, con una proyección de crecimiento significativo para 2030 (García, V., Matute, C., & Muñoz, D. (2018, 9 de mayo).

Después de su vida útil, los aparatos eléctricos y electrónicos se convierten en REE, que contienen compuestos tóxicos y representan un riesgo para la salud humana y el entorno, terminando su uso, pueden ser extendidos en vida útil, reacondicionados, reciclados para partes o materiales, o eliminados finalmente (Wagner, M., Baldé, C. P., Luda, V., Nnorom, I. C., Kuehr, R., & Iattoni, G. (Febrero de 2018). Los residuos electrónicos requieren un manejo especial para evitar daños a la salud y al ecosistema, y su aumento ha alcanzado más de 49 millones de toneladas en 2018. En Colombia, se generaron 275,000 toneladas de desechos en 2016, siendo solo el 20% reciclado (Benincore Agudelo, M., & El Colombiano, M. (2018, 21 de febrero). La renovación de equipos informáticos se estima cada 4 a 6 años, si se realiza en un tiempo menor, puede generar una gran cantidad de desechos y con la falta de mantenimiento preventivo y correctivo, así como la obsolescencia tecnológica, contribuyen a la disminución de la vida útil de los equipos informáticos velozmente (Siles Garcia Ponce, E. (2018).

Optar por productos que priorizan la justicia social, la ética, la solidaridad y la protección del medio ambiente puede ayudar a contrarrestar la contaminación tecnológica, mientras los aparatos de información y comunicación aumentan las capacidades humanas y el desarrollo social, también contribuyen al deterioro del medio ambiente, especialmente debido al aumento del consumo de recursos naturales (Martillo Alchundia, I., Alvarado Zabala, J., & Yance Carvajal, C. (2018). La obsolescencia programada y la falta de conciencia sobre el manejo adecuado de los

desechos electrónicos son factores que agravan la situación. Es necesario adoptar medidas como alargar la vida útil de los dispositivos, promover el reuso y el reciclaje, así como denunciar a las compañías que practican la obsolescencia programada temprana (*García, V., Matute, C., & Muñoz, D. (2018).*

Colombia es el país con mayor tendencia en el crecimiento de compra de teléfonos inteligentes a nivel mundial, destaca la oferta de planes de compra que permiten adquirir dispositivos tecnológicos con cuotas iniciales de 0 pesos, facilitando la accesibilidad a estos productos, especialmente para los estratos más bajos de la población (*Pedraza Luna, J. A. (2018).*

En Neiva, los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) son un problema ambiental debido a su rápida generación y disposición adecuada. En el año 2013 se generaron 133,696kg de RAEE, de los cuales solo el 25% se consideraron peligrosos. Los estudios muestran que el sector de servicios es el principal generador de estos residuos, pero hay deficiencias en la implementación de planes de gestión y en la recolección y disposición final adecuada (*Valderrama Lopez, C. F., Diaz, L. J., & Vargas, J. O. (2018).* Ahora bien, en Chile, la compra compulsiva es frecuente, con un alto consumo de ropa per cápita. Cerca del 14% de los chilenos muestran comportamientos impulsivos de compra. El comercio electrónico está en crecimiento, impulsado por la falta de tiempo y el acceso a tecnologías. Se plantea investigar la relación entre el comercio en línea y la compra compulsiva. (*Daruich Pando, & Betsabé Andrea. (2017, marzo).*

Las TIC son esenciales para la vida cotidiana, influyendo en el trabajo, la educación, entretenimiento y negocios. Los medios tecnológicos como televisión, radio e internet facilitan el acceso a información y actividades económicas. Los clientes guían las conductas de compra según sus necesidades y gustos, mientras las empresas se adaptan para satisfacer estas demandas. El internet y el comercio electrónico han transformado la operación empresarial y las transacciones de los consumidores. El crecimiento de usuarios de internet global afecta la conducta del consumidor, resaltando la importancia de comprender las tendencias en el uso de las TIC. (*Guaña-Moya, E. J., Quinatoa-Arequipa, E., & Pérez-Fabara, M. A. (2017, abril 30).* Cabe destacar que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) son vitales en la sociedad actual. Sin embargo, la obsolescencia tecnológica está en aumento, lo que significa que los dispositivos nuevos pueden no satisfacer la demanda de los más recientes. (*Mar Cornelio, O., Puig Díaz, P. M., & Bron Fonseca, B. (2017, mayo 24).* Esta situación subraya la necesidad de

una constante innovación tecnológica, donde las TIC desempeñan un papel fundamental como motor de cambio y progreso económico y social. *(Fernández, F. T., Vicente-Mariño, M., & García de Madariaga, J. M. (2017, diciembre 19).*

Por otra parte, las TIC han evolucionado y están integradas en la vida diaria, desde el trabajo hasta la educación. Desde los primeros ordenadores hasta los dispositivos móviles, la evolución tecnológica ha mejorado el acceso y la funcionalidad. La telefonía ha avanzado desde los teléfonos fijos hasta los móviles. Las telecomunicaciones han revolucionado la forma en que nos comunicamos, desde la televisión hasta internet. Esto ha dado lugar a una sociedad de la información, cambiando la educación y aumentando la dependencia tecnológica. La cultura digital ha transformado las interacciones humanas y la forma en que realizamos tareas diarias. *(Guaña-Arequipa, E. J., Quinatoa-Moya, E., & Pérez-Fabara, M. A. (2017).*

Los consumidores neófilos son aquellos que buscan constantemente experiencias nuevas y representan el 16% del mercado. Suelen ser hombres de alto nivel socioeconómico, líderes de opinión y prescriptores tecnológicos, participando activamente en foros de opinión. Tienen un espíritu crítico y buscan diferenciarse socialmente a través del consumo, estando dispuestos a pagar más por ser los primeros en tener un producto. Su influencia en el mercado es significativa, ya que pueden convencer a otros tipos de compradores y su opinión es tomada en cuenta por las empresas para mejorar el producto. Identificar a los neófilos es crucial para el éxito de un nuevo producto en el mercado. *(Bigas Formatjé, N. (2016, 7 de septiembre).*

La globalización ha aumentado la competencia del mercado, ofreciendo una amplia variedad de productos que puede llevar a comportamientos compulsivos de compra. La publicidad desempeña un papel crucial al convertir la compra en una experiencia emocionante, lo que puede impulsar compras impulsivas y compulsivas, especialmente cuando se intenta llenar un vacío emocional. Estas conductas pueden tener graves consecuencias socioeconómicas, incluyendo endeudamientos, conflictos familiares y laborales, y crisis emocionales. La compra compulsiva puede estar relacionada con trastornos psicológicos como la depresión y la ansiedad, así como con la búsqueda de satisfacción emocional y social. *(Rodríguez Garza, M. de la L., Saucedo Soto, J. M., Hernández Bonilla, A., & Gutiérrez Calzoncit. (2016).*

Se debería educar a la población sobre la importancia de un consumo responsable para construir un mundo sostenible y equilibrado, pues, el hombre, como centro de todas las cosas, lleva el peso de problemas como la contaminación, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático por el

consumo excesivo impulsado por las grandes empresas y el capitalismo, la falta de cultura ambiental, falta de aplicación de políticas legales y educativas, y el uso excesivo de recursos naturales (*Arias, B. N. (2016)*). La compra compulsiva generalmente empieza entre los 18 y 30 años, y los afectados suelen tardar unos diez años en buscar tratamiento. Esta conducta se realiza en solitario en cualquier establecimiento y no está relacionada con el poder adquisitivo. Los estados de ánimos negativos suelen desencadenarse, aunque a veces también lo hacen los estados de ánimos positivos. Las mujeres la utilizan más para regular las emociones que los hombres, y hay diferencias de género en los tipos de objetos adquiridos (*Díez Marcet, D., Valdeperez Toledo, A., Aragay Vicente, N., & Soms Casals, M. (2015, 30 de noviembre)*).

La exposición a la basura electrónica se asocia con efectos adversos en el desarrollo fetal, alteraciones genéticas, problemas de crecimiento infantil, disfunción pulmonar, alteraciones en la función tiroidea y problemas de salud mental en niños expuestos (*Urbina Jairo, H. (2015, 28 de marzo)*).

## **Discusión**

Se ha logrado identificar que el consumismo realmente es una problemática que cada día está tomando más fuerza, esto atribuido a las horas que pueden pasar en un aparato electrónico y a la influencia que pueden recibir por medio de estos, pero es un problema al cual podemos llegar de la misma forma en la que él se difunde y poner en práctica las soluciones que hemos planteado.

Pues sin lugar a dudas es una problemática que se seguirá fomentando, por ello nuestro planteamiento va dirigido a la contribución por medio de las nuevas tecnologías y haciendo uso de las redes sociales que son de igual manera muy utilizadas. Como resultado de las encuestas hechas al público para conocer la objetividad que tendría al lanzar la idea se ha creado una marca de concientización por medio de una cuenta en Instagram, “Enviro” es una página que será utilizada para realizar publicaciones teniendo como objetivo un público interesado, la idea es llegar a ser vistos en la gran parte que se pueda para lograr reconocimiento.

El diseño visual que se ha utilizado ha sido dirigido hacia las nuevas tendencias como el minimalismo, algo que a la vista es mucho más agradable para el usuario, además de un logo con la inicial del nombre de la cuenta con modificaciones para que se vea en forma de hojas y con una paleta de colores en tonos verdes que hace referencia al medio ambiente.

## **Conclusión**

La investigación sobre el consumismo tecnológico y la gestión de residuos electrónicos en América Latina revela una realidad compleja y multifacética que demanda una atención urgente y acciones concretas. En un mundo cada vez más dominado por la tecnología, el rápido avance tecnológico ha generado una producción masiva de dispositivos electrónicos, lo que a su vez ha dado lugar a una acumulación alarmante de residuos tecnológicos. Esta situación plantea desafíos significativos para la salud humana y el medio ambiente, destacando la importancia de adoptar medidas y buenas prácticas en el manejo de estos residuos.

La pandemia del COVID-19 ha ejercido presiones adicionales sobre esta situación al impulsar la adopción acelerada de tecnología y el aumento del comercio electrónico, lo que ha resultado en un aumento significativo en la cantidad de desechos electrónicos generados. Este fenómeno resalta aún más la necesidad de promover prácticas de consumo más responsables y sostenibles en un mundo cada vez más digitalizado.

En los estudios presentados en la matriz se proporciona una visión integral de los desafíos y tendencias actuales en el campo del consumismo tecnológico y la gestión de residuos electrónicos. Desde la perspectiva de la gestión de los desechos electrónicos, se destaca la necesidad de involucrar a toda la sociedad en la implementación de acciones de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), que abarcan desde los productores hasta los consumidores y las autoridades gubernamentales. La promoción de la educación ambiental y el fortalecimiento de las políticas y regulaciones gubernamentales son aspectos clave para abordar eficazmente este problema y mitigar su impacto negativo en el medio ambiente.

Por otro lado, se examinan los factores que influyen en el nivel de compra impulsiva y compulsiva, así como la influencia de la publicidad en redes sociales en las decisiones de compra de los consumidores. Estos estudios revelan cómo el uso de plataformas digitales y el marketing de influencia pueden afectar el comportamiento del consumidor y promover un consumismo desmedido, especialmente entre los jóvenes. La comprensión de estos factores es fundamental para desarrollar estrategias efectivas de sensibilización y educación que fomenten un consumo más responsable y consciente.

Además, se analizan las tendencias de compra de tecnología por internet en diferentes ciudades latinoamericanas, destacando el crecimiento del comercio electrónico y el uso de plataformas digitales para realizar transacciones. Estos estudios muestran cómo las empresas están adaptando sus estrategias de marketing y ventas para aprovechar el crecimiento del consumismo digital y satisfacer las demandas de los consumidores tecnológicos. Sin embargo, también subrayan la necesidad de garantizar la protección del consumidor y promover prácticas comerciales éticas en el ámbito digital.

Para terminar, se aborda el tema del consumo responsable y la necesidad de educar a la población sobre la sostenibilidad ambiental y el impacto de sus acciones en el medio ambiente. Este estudio resalta la importancia de promover un cambio de paradigma hacia un consumo más consciente y sostenible, involucrando a todos los actores de la sociedad en la búsqueda de soluciones innovadoras y sostenibles. La colaboración entre el sector público, el sector privado y la sociedad civil es fundamental para avanzar hacia un modelo de consumo más responsable y sostenible que garantice el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

## Referencias Bibliográficas

1. Pérez Álava, A. G., Calva Villalta, L. S., & Sandoval Sandoval, E. M. (2023). Campaña de sensibilización de las 4rs en la reducción de basura Tecnológica en la comunidad de estudiantes de la carrera de Tecnología Superior en Electricidad.: Awareness campaign of the 4rs in the reduction of technological waste in the community of students of the career of higher Technology in Electricity. *Revista Científica Multidisciplinar G-Nerando*, 4(2). <https://doi.org/10.60100/rcmg.v4i2.119>
2. Acosta Collazos, K. B. (2023). Estrategias de Marketing para incrementar las ventas de la tienda comercial “Novedades Santamaría” de la provincia de Bagua-2022. Bagua, Perú. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11146>
3. Pérez Ramírez, L. A., Rodríguez Rodríguez, D. L., & Ramírez Pacheco, É. Y. (2022, Diciembre 13). Adicciones a la tecnología y riesgos para la salud humana. Holguín, Cuba. <https://revmgi.sld.cu/index.php/mgi/article/view/1501/622>
4. Zambrano Yépez, C. A., Macías Rueda, J. C., & Medina Sánchez, N. D. (2022). Buenas prácticas en el manejo de residuos electrónicos en América Latina. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Laica Eloy Alfaro, Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8517955>
5. Baque Chilán, D. J., Baque Sánchez, A. S., Borbor Jama, C. O., & Merchán Carreño, E. J. (2022). Impactos que generan los desechos tecnológicos en el medio ambiente. Ecuador. <https://revistas.unesum.edu.ec/JTI/index.php/JTI/article/view/16/30>
6. Gutiérrez García, J. L., Castro Nieto, J. W., Calderón Parrales, A. P., & Arteaga Sanchez, J. A. (2022, Septiembre 3). Impacto ambiental generado por la basura electrónica. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj1o5WVzPyFAXVcRzABHfs5B-0QFnoECAYQAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7407742.pdf&usg=AOvVaw1Ho0-d9bGRxGnCm0W9HhD1&opi=89978449>
7. Baque Chilán, D. J., Baque Sánchez, A. S., Borbor Jama, C. O., & Merchán Carreño, E. J. (2022, Julio 31). Impactos que generan los desechos tecnológicos en el medio ambiente. Manabí, Ecuador. <https://revistas.unesum.edu.ec/JTI/index.php/JTI/article/view/16/30>

8. Cajamarca-Carrazco, D. I., Hidalgo-Viteri, L. C., Vaca-Zambrano, S. E., & Jua-Tandu, Y. E. (2022). Basura tecnológica, contaminante ambiental silenciosa del siglo XXI: causas y repercusiones. España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8548168>
9. Ruiz-Palmero, J., Colomo-Magaña, E., Sánchez-Rivas, E., & Linde-Valenzuela, T. (2021). Estudio del uso y consumo de dispositivos móviles en universitarios. Universidad de Málaga, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090175>
10. Baldeón Quispe, M. A., & Grados Rodriguez, G. L. (2021, Diciembre 04). Calidad del sitio web y motivación de compra hedónica en relación a la compra impulsiva en línea en el sector de dispositivos electrónicos. Lima, Perú.  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661443/Baldeón\\_QM.pdf?sequence=11](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661443/Baldeón_QM.pdf?sequence=11)
11. Vázquez Castro, M. A. (2021, junio). Factores que influyen en la compra compulsiva a través de plataformas de internet en jóvenes universitarios chetumaleños. Chetumal, Quintana Roo, México. <http://rasisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/2746>
12. Aguilar Villa, R. G., Vásquez Zárate, M. F. (2021, 13 de febrero). La influencia del brand attachment que genera en la compra compulsiva del consumidor millennial en el comercio electrónico. Lima, Perú.  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655898>
13. Rosales Rivera, F. J., Reyes Rodriguez, K. H., Campoverde Aguirre, R. E. (2021). Modelo de negocio para optimizar el acopio de basura reciclable a través de una plataforma tecnológica en la ciudad de Guayaquil.  
[https://idear.espol.edu.ec/sites/default/files/posters/edicion\\_x/AdministracióndeEmpresas\\_FranciscoRosales\\_KatherineReyes\\_Modelo%20de%20Negocio%20para%20optimizar%20el%20acopio%20de%20basura%20reciclable.pdf](https://idear.espol.edu.ec/sites/default/files/posters/edicion_x/AdministracióndeEmpresas_FranciscoRosales_KatherineReyes_Modelo%20de%20Negocio%20para%20optimizar%20el%20acopio%20de%20basura%20reciclable.pdf)
14. Hoyos Orozco, A., Zarate, R. (2021). Factores que influyen en el nivel de compra impulsiva. Bogotá, Colombia.  
[https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4126/ADM\\_1018500367\\_2021\\_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4126/ADM_1018500367_2021_1.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
15. Martillo Alchundia, I., Alvarado Zabala, J., Yance Carvajal, C. (2020). Alternativas ambientales para el tratamiento de los desechos tecnológicos.  
<https://www.eumed.net/rev/cccsc/2018/11/tratamiento-desechos-tecnologicos.html>

16. Mejía Gómez, E. (2020). Tendencias de compra de tecnología por internet en la ciudad de Medellín. Medellín, Colombia.  
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6226/Tendencias%20de%20compra%20de%20tecnología%20por%20internet%20en%20la%20ciudad%20de%20Medellín.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
17. Lechuga Nevárez, M. R., Hernández Chavarria, J. (2020, julio-diciembre). Spring 2020: The impact of Covid-19 on consumption patterns and e-commerce in Durango, México.  
[https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/13763/pdf\\_691](https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/13763/pdf_691)
18. Cueva Estrada, J., Sumba Nacipucha, N., Villacres Beltrán, F. (2020, julio-diciembre). El marketing de influencias y su efecto en la conducta de compra del consumidor millennial. Ecuador. <https://www.redalyc.org/journal/6099/609965020001/html/>
19. Peña Moreno, L. M. (2020, diciembre 17). Influencia de la publicidad expuesta en las redes sociales sobre las compras compulsivas realizadas en línea por los colombianos entre 20-40 años de edad durante época de pandemia. Bogotá, Colombia.  
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52632>
20. Espinosa Escobar, N. R. (2020, septiembre 24). Las baterías como residuos tecnológicos contaminantes: un reto de la educación ambiental. Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga. <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/ESPIRAL/article/view/2442>
21. Pérez de Liranzo, Y. (2020). Residuos eléctricos y electrónicos: un desafío para República Dominicana. Santo Domingo, República Dominicana.  
<https://repositorio.unapec.edu.do/bitstream/123456789/855/1/Residuos%20eléctricos%20y%20electrónicos%20un%20desafío%20para%20República%20Dominicana%20-%20%20Pag.%2041-46.pdf>
22. Merchán Carreño, E. J., Campozano Pilay, Y. H., & Figueroa Morán, G. L. (2020). El manejo de los desechos tecnológicos y su impacto ambiental. Venezuela.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwje7dDSz\\_yFAxUASjABHaVtAPEQFnoECB0QAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7407742.pdf&usg=AOvVaw1Ho0-d9bGRxGnCm0W9HhD1&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwje7dDSz_yFAxUASjABHaVtAPEQFnoECB0QAQ&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7407742.pdf&usg=AOvVaw1Ho0-d9bGRxGnCm0W9HhD1&opi=89978449)

23. Monard Cárdenas, A. C. (2020). La basura electrónica en el Ecuador: entre la contaminación y el reciclaje (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas, Quito.  
<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12430>
24. Merchán Carreño, E. J., Campozano Pilay, Y. H., & Figueroa Morán, G. L. (2020). El manejo de los desechos tecnológicos y su impacto ambiental. Venezuela.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwje7dDSz\\_yFAxUASjABHaVtAPEQFnoECB0QAQ&url=https%3A%2F%2F dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7407742.pdf&usg=AOvVaw1Ho0-d9bGRxGnCm0W9HhD1&cshid=1715122252785442&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwje7dDSz_yFAxUASjABHaVtAPEQFnoECB0QAQ&url=https%3A%2F%2F dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7407742.pdf&usg=AOvVaw1Ho0-d9bGRxGnCm0W9HhD1&cshid=1715122252785442&opi=89978449)
25. Peña Moreno, L. M. (2020, Diciembre 17). Influencia de la publicidad expuesta en las redes sociales sobre las compras compulsivas realizadas en línea por los colombianos entre 20 - 40 años de edad durante época de pandemia. Bogotá, Colombia.  
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52632>
26. Fernández Hernández, S. D., Tucto Yopla, D., & Tomasa. (2019, Enero). Fundamentos jurídicos para regular la responsabilidad administrativa de generar basura tecnológica en el distrito de Cajamarca. Perú. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/876>
27. Muñoz Mosquera, L. M. (2019). Relación entre el nivel de autoestima y la compra compulsiva en mujeres estudiantes de pregrado de una Universidad privada de la ciudad de Cali. Universidad EAFIT, Medellín - Antioquia.  
<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/8bfce775-8796-4667-bc01-f37f400036d5/content>
28. Mosquera de la Fuente, A. (2019, Julio 30). La tecnología influye en la intención de compra. La Rioja, España.  
<https://www.unirioja.es/la-tecnologia-influye-en-la-intencion-de-compra/#:~:text=Interne t%2C%20los%20nuevos%20canales%20de,empresas%20a%20desarrollar%20nuevas%20estrategias.>
29. Roca Belijar, C. (2019, Octubre 31). Adicción a las Tecnologías: Adolescencia, familias y Trabajo Social. Revisión teórica del fenómeno. Tesis de maestría, Universidad de España.  
<https://revistas.um.es/azarbe/article/view/395081>

30. Ibarra, W., Escalante, J., Ballesteros, L., & Guerrero, C. (2018). Redes Sociales Como Herramienta De Compromiso De Marca Del Sector Comercial. Madrid, España.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9232324>
31. Pérez Cruz, J. A., Reding Domínguez, J. G., Herrera, B. T., Morales Turrubiates, E. E., & Carbonell Pérez, R. G. (2018). La e-waste en México: otro problema para el medio ambiente del país. México.  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjyuty-1PyFAxWnRjABHUZYAeUQFnoECA4QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.reci.org.mx%2Findex.php%2Freci%2Farticle%2Fdownload%2F82%2F376%2F%23%3A~%3Atext%3DEn%2520M%25C3%25A9xico%2520C%2520la%2520basura%2520electr%25C3%25B3nica%2Cese%2520tipo%2520de%2520desechos%2520s%25C3%25B3lidos.&usg=AOvVaw3m41vj\\_i0wzEd\\_yxzxqy88&opi=89978449](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjyuty-1PyFAxWnRjABHUZYAeUQFnoECA4QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.reci.org.mx%2Findex.php%2Freci%2Farticle%2Fdownload%2F82%2F376%2F%23%3A~%3Atext%3DEn%2520M%25C3%25A9xico%2520C%2520la%2520basura%2520electr%25C3%25B3nica%2Cese%2520tipo%2520de%2520desechos%2520s%25C3%25B3lidos.&usg=AOvVaw3m41vj_i0wzEd_yxzxqy88&opi=89978449)
32. Cayumil Montecino, R., & Adasme Valdés, M. (2018). Desafíos y estrategias de mejora en el manejo y procesamiento de e-waste. Santiago, Chile.  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwierPTY1PyFAxXeZzABHb7RCe8QFnoECBEQAQ&url=https%3A%2F%2Frchd.uchile.cl%2Findex.php%2FRChDCP%2Farticle%2Fdownload%2F49916%2F54109%2F178675&usg=AOvVaw2sGnEWKLwW1pwm9a6RmfwL&opi=89978449>
33. García, V., Matute, C., & Muñoz, D. (2018, Mayo 9). La basura tecnológica y la intoxicación silenciosa en la facci -uleam. Ecuador.  
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjbvf2B1fyFAxWZTTABHVEfARAQFnoECCkQAO&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F8280890.pdf&usg=AOvVaw1ys0r1ErrmG23zsBRiLtE&opi=89978449>
34. Martillo Alchundia, I., Alvarado Zabala, J., & Yance Carvajal, C. (2018). Alternativas ambientales para el tratamiento de los desechos tecnológicos. Ciudad de México.  
<https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/11/tratamiento-desechos-tecnologicos.html>
35. Agudelo, B., & El Colombiano, M. (2018, 21 de febrero). Para la basura tecnológica hay un lugar por fuera de casa. Medellín, Colombia.  
<https://repository.udem.edu.co/handle/11407/5270>

36. Siles Garcia Ponce, E. (2018). Programa de reciclado de desechos tecnológicos en la Universidad de Huánuco (UDH) y reducción del impacto ambiental en la localidad de Huánuco. Huánuco, Perú.  
<http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/1603;jsessionid=C5ABA0B3D156C677A6D46794DB9E6B3F>
37. Martillo Alchundia, I., Alvarado Zabala, J., & Yance Carvajal, C. (2018). Alternativas ambientales para el tratamiento de los desechos tecnológicos.  
<https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/11/tratamiento-desechos-tecnologicos.html>
38. García, V., Matute, C., & Muñoz, D. (2018). La basura tecnológica y la intoxicación silenciosa en la Facci -Uleam.  
<https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/sinapsis/article/view/138>
39. Pedraza Luna, J. A. (2018). Diagnóstico del marco normativo de la basura electrónica en Colombia, en clave de la responsabilidad extendida del productor y en comparación con algunos países de la región y Europa. Bogotá.  
<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/18040>
40. Valderrama Lopez, C. F., Diaz, L. J., & Vargas, J. O. (Diciembre, 2018). Análisis de la generación de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEES). Estudio de caso en la ciudad de Neiva-Huila.  
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/2295>
41. Daruich Pando, & Andrea, B. (2017, marzo). Motivaciones de compra online y su relación con los compradores con tendencia a la compra compulsiva e impulsiva. Santiago. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145827>
42. Guaña-Moya, E. J., Quinatoa-Arequipa, E., & Pérez-Fabara, M. A. (Abril 30, 2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. Ecuador.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181550959002.pdf>
43. Mar Cornelio, O., Puig Díaz, P. M., & Bron Fonseca, B. (Mayo 24, 2017). Estrategia metodológica para disminuir el impacto medioambiental de la tecnología obsolescente.  
<https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/106/0>
44. Tucho Fernández, F., Vicente-Mariño, M., García de Madariaga, J. M., & Miranda. (19-12-2017). La cara oculta de la sociedad de la información: el impacto

- medioambiental de la producción, el consumo y los residuos tecnológicos. Ecuador.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6242346>
45. Guaña - Arequipa, E. J., Quinatoa - Moya, E., & Pérez - Fabara, M. A. (2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. Ecuador.  
<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181550959002.pdf>
46. Bigas Formatjé, N. (07/09/2016). Crece la neofilia: la obsesión por comprar lo último en tecnología. Madrid, España. <https://www.uoc.edu/es/news/2016/175-neofilia>
47. Rodríguez Garza, M. de la L., Saucedo Soto, J. M., Hernández Bonilla, A., & Gutiérrez Calzoncit. (2016). Análisis Del Comportamiento De Compra Para Identificar Compradores Compulsivos. En Saltillo, Coahuila México.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2916395](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2916395)
48. Arias, B. N. (Enero, Junio de 2016). El Consumo Responsable: Educar Para La Sostenibilidad Ambiental. Rubio, Venezuela.  
<https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1734>
49. Díez Marcet, D., Valdeperez Toledo, A., Aragay Vicente, N., & Soms Casals, M. (30/11/2015). El trastorno de Compra Compulsiva. Barcelona.  
<https://www.psiquiatriapsicologia-dexeus.com/es/unidades.cfm/ID/4831/ESP/adiccion-compulsiva.htm>
50. Urbina Joiro, H. (2015-03-28). Basura electrónica: cuando el progreso enferma al futuro. Academia Nacional de Medicina.  
<https://revistamedicina.net/index.php/Medicina/article/view/108-5/627>