



Abril 2019 - ISSN: 2254-7630

CONSUMISMO TECNOLÓGICO Y SUS REPERCUSIONES EN EL RENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL CANTON NARANJAL

PhD Félix Enrique Villegas Yagual

Docente Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales

Universidad Estatal de Milagro

ing_enriquevillegas@hotmail.com

- Nombres:** Felix Enrique Villegas Yagual; **Nacido En:** Milagro-Guayas-Ecuador **Estudios Realizados:**
- Universidad De Guayaquil -Ingeniero Comercial 85-86 -Licenciado En Educación Especialización Informática 1999;
 - Universidad Agraria Del Ecuador-Maestría En Educación Superior 2002, 3.
 - Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-Magíster Administración Y Dirección De Empresas 2008.
 - Universidad Nacional San Marcos De Lima-Doctorado En Ciencias Administrativas,
- Experiencia Docente:** Catedrático De La Universidad Estatal De Milagro.

PhD. Rosa Aurora Espinoza Toalombo MAE

Docente Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales

Universidad Estatal de Milagro

respinozat@unemi.edu.ec

NOMBRES: ROSA AUTORA ESPINOZA TOALOMBOA; **NACIDA EN:** MILAGRO-GUAYAS-ECUADOR
ESTUDIOS Realizados: 1.- Universidad De Guayaquil - Economista 2003-2004; 2.- Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-
Magíster Administración Y Dirección De Empresas 2008. 3.- Experiencia Docente: Catedrática De La Universidad Estatal De Milagro Y
4.- Universidad Nacional San Marcos De Lima-Doctorado En Ciencias Administrativas.

ING. Magdalena Iralda Valero Camino, MAE

Docente de la Universidad de Guayaquil

valeromagdalena@gamil.com

Nombres: Magdalena Iralda Valero Camino; **Nacida En:** Milagro-Guayas-Ecuador
Estudios Realizados: 1.- Universidad Estatal De Milagro-Ingeniera Comercial 13-14, 2.- Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-
Magíster Administración Y Dirección De Empresas 3.- Actividad Laboral: Docente Universidad De Guayaquil.

Jessica Jazmin Sancho Patiño

Estudiante ING. COM. de la Universidad Estatal de Milagro

jsancho@unemi.edu.ec

Nombres: Jessica Jazmin Sancho Patiño; **Nacida En:** Milagro-Guayas-Ecuador

Estudios Realizados: 1.- Ing. Comercial De La Universidad Estatal De Milagro-

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Félix Enrique Villegas Yagual, Rosa Aurora Espinoza Toalombo, Magdalena Iralda Valero Camino y Jessica Jazmin Sancho Patiño (2019): "Consumismo tecnológico y sus repercusiones en el rendimiento de los estudiantes de secundaria del Cantón Naranjal", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (abril 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/04/consumismo-tecnologico-estudiantes.html>

RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito analizar el consumismo tecnológico y su relación con el rendimiento de los estudiantes de secundaria de la ciudad de Naranjal. Para esto se buscó reconocer los

factores motivadores de la compra de artículos tecnológicos, tales como Smartphone, table, Laptop y demás. Se utilizó como técnicas de recolección de datos a la encuesta, que constaba de preguntas referentes a la adquisición, uso o manejo de dispositivos de electrónico, su evolución antes de desecharlos e implementación pedagógica. Todo esto con el objetivo de establecer, de forma más precisa los factores que influyen e incrementan la corriente del consumismo tecnológicos en los estudiantes. Se pretende que los estudiantes creen un pensamiento crítico sobre el consumismo, el manejo de las tecnologías e internet; deben saber cómo sacar su mayor beneficio a estos recursos para mejorar su rendimiento escolar.

Palabra clave: consumismo, tecnología, estudiantes

ABSTRAT

The purpose of this research was to analyze technological consumerism and its relationship with the performance of high school students in the city of Naranjal. For this I seek to recognize the motivating factors of the purchase of technological items, such as Smartphone, table, Laptop and others. It was used as data collection techniques for the survey, which consisted of questions related to the acquisition, use or management of electronic devices, their evolution before being discarded and pedagogical implementation. All this with the aim of establishing, more precisely, the factors that influence and increase the flow of technological consumerism in students. It is intended that students create a critical thinking about consumerism, the management of technologies and the internet; They must know how to make the most of these resources to improve their school performance.

Keyword: consumerism, technology, students

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se realizará a los estudiantes de secundaria de las Unidades Educativas de la Ciudad de Naranjal, donde se pretende obtener información sobre cómo los estudiantes están manejan sus recursos tecnológicos y también económicos. Además de los rasgos comunes que tienen los consumidores de las nuevas tecnologías

El consumismo tecnológico es un fenómeno mundial que ha creado gran impacto especialmente en los adolescentes, sobre todo en aquellos que no han desarrollado una cultura óptima de la gestión de sus recursos económicos. Las manifestaciones sobre el consumismo tecnológico son evidentes y aunque existe gran beneficio al utilizar las nuevas tecnologías, la carencia de una cultura de administración crea una desviación de su propósito inicial.

Los jóvenes tienden a exigir a sus padres las cosas que satisfacen sus motivaciones, aunque no haya disponibilidad de recursos, e ignorar aquellas necesarias. Y como cada día sale al mercado un aparato mejor o una prenda más “innovadora” que la de hace dos semanas, la mentalidad siempre estará en función del corto plazo. (Roa Carrillo, 2016)

El avance tecnológico crea comodidad, dado que, simplifica las labores del ser humano. Pero en contraposición a este beneficio es el mismo ser el que se encarga de darle otros fines, el ser en sí se vuelve obsoleto, se vuelve dependiente. La creciente ola de consumismo no da cabida al análisis crítico de estas herramientas.

La tecnología, cabe destacar, es una herramienta primordial para la comunicación y la investigación. Claramente se puede observar que su utilización en el ámbito educacional puede traer grandiosos efectos positivos, pero para llegar a este resultado se debe tener una buena formación sobre las herramientas tecnológicas. Lo que se espera de esta investigación es eso, motivar al cambio en la mentalidad de los individuos. Los avances tecnológicos son inminentes, pero no se debe dejar atrás los valores y los principios para con la sociedad y la naturaleza.

La tecnología y su socialización generan tensiones y divisiones en nuestras estructuras etológicas y culturales. No se ha producido, pues, una socialización efectiva del conocimiento y ello impide que caminemos hacia la sociedad del pensamiento, tal como deberíamos hacer. (Brey, Innerarity, & Mayol, 2009)

Este trabajo se basará en encontrar los motivos que impulsa a los adolescentes a adquirir un artículo tecnológico, las consecuencias sociales y en el rendimiento escolar debido al mal uso manejo de las tecnologías e internet. Además, se pretende advertir sobre los riesgos de una cultura consumista, para que se consiga una actitud responsable sobre el ambiente natural y su calidad de vida.

La ciencia y la tecnología han terminado por transformar numerosos asuntos de las sociedades contemporáneas. Son innegables los beneficios que de tal transformación se obtienen, pero también son numerosos los riesgos que han surgido de tan vertiginoso desarrollo. (Osorio, 2013)

Aspectos Generales de Evaluación: delimitación, claro, evidente, concreto, relevante, factible.

Problematización

En los últimos años la adquisición de artículos o dispositivos tecnológicos por adolescentes va en aumento. El auge del consumismo tecnológico atrapa a gran cantidad de la población, siendo los estudiantes los más susceptibles a este tipo de tendencias principalmente porque no presentan una cultura administrativa de sus recursos económicos, seguido por la necesidad de inclusión a grupos sociales, la influencia de sub-culturas urbanas, entre otros factores socioculturales presentes. Teniendo en cuenta que los estudiantes -y adolescentes en general- se conforman con

clientes potenciales de la industria tecnológica, es importante la formación sobre el tratamiento de estos dispositivos: su funcionamiento, beneficios y mantenimiento.

El problema en sí se centra en el “ser”, las tecnologías no deben ser vistas una amenaza para los valores, ética e integridad de las personas, son los usos que se dan a esta lo que convierten a herramientas tecnológicas en nocivas para la sociedad. Se ha demostrado que los adolescentes que usan con frecuencia dispositivos digitales tienen el doble de probabilidades de mostrar síntomas de trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH). Poner en práctica estrategias que nos faculten para alcanzar mayores beneficios de las fuentes de información que están disponibles a través de ella.

Formulación del problema

¿Cómo influye el consumismo tecnológico en el rendimiento de los estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal?

Sistematización Del Problema

- ¿Cómo Reconocer los factores sociales incidentes en la adquisición de algún artículo tecnológico, para determinar las causas del consumo excesivo de tecnología?
- ¿De qué manera las consecuencias del erróneo uso de la tecnología se relacionan con la salud de sus usuarios??
- ¿Cómo se relaciona la tendencia de consumo de tecnología en los estudiantes con el nivel de administración de recursos económicos?
- ¿De qué manera el manejo adecuado de las herramientas tecnológicas generaría en la una ventaja competitiva en la educación?

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar el consumismo tecnológico y sus repercusiones en el rendimiento de los estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal, por medio del estudio descriptivo de sus posibles causas, para concientizar sobre el uso y funcionamiento correcto en el área académica.

Objetivos Específicos

- Reconocer factores sociales incidentes en la adquisición de algún artículo tecnológico, para determinar las causas del consumo excesivo de tecnología.
- Establecer las consecuencias del erróneo uso de la tecnología y su relación con la salud de sus usuarios.
- Determinar la tendencia de consumo de tecnología en los estudiantes, y su relación con el nivel de administración de recursos económicos.

- Analizar las ventajas competitivas que otorgaría el manejo adecuado de las herramientas tecnológicas en la educación.

Justificación

La presente investigación nos permitirá conocer más sobre las causas del gran avance o desarrollo del consumismo tecnológico, sus repercusiones tanto sociales como ambientales, centrándonos en los estudiantes de secundaria, ya que son una parte importante de la sociedad y a vez la más vulnerable.

Los rápidos avances tecnológicos y su comercialización masiva han creado una preferencia de consumo cada vez más exigente, la necesidad de estar a la par con ellas es innegable, pero se debe tener en cuenta los límites entre la necesidad y el exceso de consumo de estas tecnologías. El consumismo como tal, se crea cuando la persuasión publicitaria conduce a la compra de productos cargados de virtudes ficticias.

Por este motivo es necesario analizar las causas y consecuencias del presente auge del consumismo en los adolescentes, cuáles son los motivos para adquirir un artefacto tecnológico y si se da un buen uso a sus propiedades de cada uno ellos. El control y administración de los recursos económicos también es importante, debemos educar a los jóvenes a utilizar de manera correcta el dinero al igual que la tecnología

VARIABLES

Variable Independiente: Consumismo Tecnológico

Variable Dependiente: Rendimiento de los estudiantes de secundaria

Antecedentes Históricos Del Consumismo

A lo largo de la historia, el consumismo siempre ha estado presente en la actividad diaria el hombre. Desde sus inicios más primitivos con el trueque, pasando por una etapa más madura en la edad antigua, con la creación de la moneda, hasta su última fase en la época contemporánea de la mano del capitalismo. El consumo ha aumentado de forma exponencial, especialmente en los últimos años, debido a la alta demanda de los consumidores y la competencia. Sin embargo, este se ha acelerado a tal punto que cada mes sale un nuevo aparato tecnológico una nueva tendencia de ropa el computador “más novedoso”, y así sucesivamente. (ROA CARRILLO, 2014)

Se puede afirmar que en la época de los 70 se presentaron una serie de cambios en el consumo, las industrias cambiaron de las típicas estructuras para adaptarse a otras más modernas.

Como consecuencia de la producción en masa surgen los sujetos que están menos motivados a adquirir productos estándares y en su lugar se centran en los productos de consumo en masa.

Concretamente, fue partir de la Segunda Guerra Mundial, en la década de los 50, cuando la producción cobró una gran importancia, contribuyendo a aumentar las necesidades; entre otras causas, porque las exigencias del propio desarrollo capitalista condujeron a una situación en la que la demanda del consumidor debía ser a la vez estimulada y orientada, en un mercado en constante expansión y transformación cualitativas internas, como consecuencia del cambio estructural del primitivo capitalismo de producción en el que podemos llamar neocapitalismo de consumo. (Carrasco Rosa, 2007)

Como nos explica Carrasco, las empresas comienza no solamente a centrar se en la producción de un bien en masa, sino que, la necesidad de estimular y orientar la demanda, encamina a la industria a centrar sus esfuerzos en la comercialización de los productos. Se creando las fuerzas de ventas, se puede decir que son las primeras muestras de los necesario que fue desarrollar el marketing en las empresas.

En las últimas décadas del siglo XX la cultura del consumo plena se ha desarrollado en muchos de los países latinoamericanos. Esta transformación o “revolución silenciosa” como se la ha denominado, ha sido en gran parte una adaptación del continente a cambios de los escenarios mundiales, propulsados por economistas, políticos e instituciones internacionales, encaminados a poner en práctica las ideas centrales de la utopía neoliberal. (Cristoffanini, 2006)

MARCO CONCEPTUAL

Consumismo: El consumo es algo más que un momento en la cadena de la actividad económica. Es una manera de relacionarse con los demás y de construir la propia identidad. De hecho, en las sociedades denominadas como avanzadas, desde la irrupción de la producción en masa, el consumo, y especialmente el consumo de mercancías no necesarias para la supervivencia, se ha convertido en una actividad central, hasta el punto de que se puede hablar de una “sociedad consumista”. (Rodríguez Díaz, 2012)

Globalización: Como una primera respuesta, podríamos definir la globalización como el nombre dado al proceso dentro del cual las sociedades están incrementando mutuamente las relaciones de toda clase con el resultado de un mundo interconectado y la progresiva difuminación de las fronteras de los Estados-nación. (JARILLO ALDEANUEVA, 2001)

Internet: Internet es una creación cultural: refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentadores. Es más, al ser una tecnología de comunicación interactiva con fuerte capacidad de retroacción, los usos de Internet se plasman en su desarrollo como red y en el tipo de aplicaciones tecnológicas que van surgiendo. (Castells, 2003)

Neoliberalismo: Es toda una filosofía acerca de cómo organizar la sociedad y las relaciones

entre los individuos, las asociaciones, corporaciones y empresas y los poderes públicos; entre el mundo de lo privado y el mundo de lo público. (Viñao Frago, 2001)

Tendencias de mercado: Las tendencias de consumo se confunden con las macrotendencias del entorno (como la evolución de la pirámide poblacional o el cambio climático). Y aunque sí se ven afectadas por el contexto tecnológico, social o económico, las necesidades, deseos o aspiraciones fundamentales cambian poco, aunque sí lo hacen sus expresiones. De ahí que, mientras que las tendencias de consumo evolucionan, una moda viene y va.

MARCO LEGAL

En nuestro país existe la Ley Orgánica De Defensa Al Consumidor donde presenta los diversos derechos que tiene el consumidor para la adquisición de algún bien o servicio.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,(...) (Ministerio de Industrias y Productividad, 2010)

DESARROLLO

Consumo y consumismo

El consumo es algo más que un momento en la cadena de la actividad económica. Es una manera de relacionarse con los demás y de construir la propia identidad. De hecho, en las sociedades denominadas como avanzadas, desde la irrupción de la producción en masa, el consumo, y especialmente el consumo de mercancías no necesarias para la supervivencia, se ha convertido en una actividad central, hasta el punto de que se puede hablar de una “sociedad consumista”. (Rodríguez Díaz, 2012)

El individuo se ha convertido en un ser mecanizado: llega un nuevo aparato al mercado y automáticamente lo siente un bien necesario y esencial el cual debe adquirir a como dé lugar, y, si a la media hora aparece otro aparato con casi las mismas características, inmediatamente y como por arte de magia, la necesidad anterior sufre una especie de mutación, transformándose en una nueva que se adapta al bien en cuestión. (Córdoba Torres, 2016)

El consumo se puede traducir o relacionar con la demanda. La persona de esta nueva era buscan productos que no solamente satisfagan necesidades básicas, más bien buscan productos que representen status y poder adquisitivo. Los continuos avances tecnológicos a través del tiempo, llevan a las industrias a considerar no solo la satisfacción de necesidades básicas sino, que se centran en recolectar información de los consumidores para así venderles de forma paulatina productos que satisfagan nuevas necesidades potenciales del ser humano no necesariamente de importancia para su estabilidad, es a esto a lo que llamamos consumismo.

Avance tecnológico en las Industrias

La tecnología es el conjunto de conocimientos científicos y empíricos, habilidades, experiencias y organización requeridos para producir, distribuir, comercializar y utilizar bienes y servicios. Incluye tanto conocimientos teóricos como prácticos, medios físicos, know how, métodos y procedimientos productivos, gerenciales y organizativos, entre otros, así como la identificación y asimilación de éxitos y fracasos anteriores, la capacidad y destrezas de los recursos humanos, etcétera. (Ochoa Ávila, Valdés Soa, & Quevedo Aballe, 2007)

La tecnología es una herramienta fundamental en las organizaciones comerciales. Los avances tecnológicos son constantes y las industrias cada vez son más automatizadas. La investigación

que se realiza a través de las tecnologías de información y comunicación, llevando más rápido al consumidor. Existen ya varias técnicas que permiten a las empresas promocionarse. Pero en esta nueva era la comercialización y la presencia de la publicidad se demuestran de manera descomunal y sugestiva, tratando de que los individuos consuman más de sus productos.

Al mismo tiempo los autores (Ochoa Ávila, Valdés Soa, & Quevedo Aballe, 2007) explican que la tecnología se involucra en varios objetos dentro de una industria, como en objetos (hardware), es decir en los materiales, maquinarias, equipos; en los registros (software), como procedimientos, manuales, bases de datos. En el hombre (humanware), es decir que está presente en los conocimientos y habilidades de las personas. Y en las instituciones (orgware), es decir que se integra en las estructuras y formas organizativas. Cada uno de estos elementos ha ido incrementando la actividad comercial y por ende el consumismo.

Sociedad, tecnología y redes sociales

La tendencia de uso de las redes sociales, nos lleva deliberadamente a la adquisición de algún artefacto tecnológico, la mayor afluencia de este tipo de tecnologías de comunicación está en los jóvenes. Los jóvenes usualmente utilizan medios de comunicación como teléfonos móviles, pero su manejo ¿afecta o no en el desarrollo educativo de los adolescentes?, pero más importante ¿Cómo podríamos direccionarlo como un instrumento que mejore la educación?

... tenemos la telefonía celular, que en un principio si cumplían con el propósito de satisfacer la necesidad de estar comunicados con los demás, es el mayor ejemplo de cómo lo que tenemos nos convierte en personas que solamente nos dedicamos a utilizar los recursos sin darnos cuenta de la verdadera importancia.(...), si buscáramos satisfacer una necesidad, ¿para qué necesitamos tener tres celulares? (Villalta Marinero, 2010)

El autor indica una amenaza potencial del consumismo, no solo estamos desperdiciando el tiempo en las redes sociales, sino que también los recursos económicos, porque en muchas de las ocasiones no se mide lo que compramos realmente, sino que nos dejamos llevar por las tendencias de consumo vigentes en la sociedad.

En Ecuador el Instituto De Estadísticas Y Censos (INEC) estable los índices de equipamiento tecnológico de forma nacional. Según (Instituto de Estadísticas y Censos, 2016) En cinco años ha incrementado 13,7 puntos el equipamiento de computadoras portátiles en los hogares, mientras que en las computadoras de escritorio se registra un incremento de 0,3 puntos.

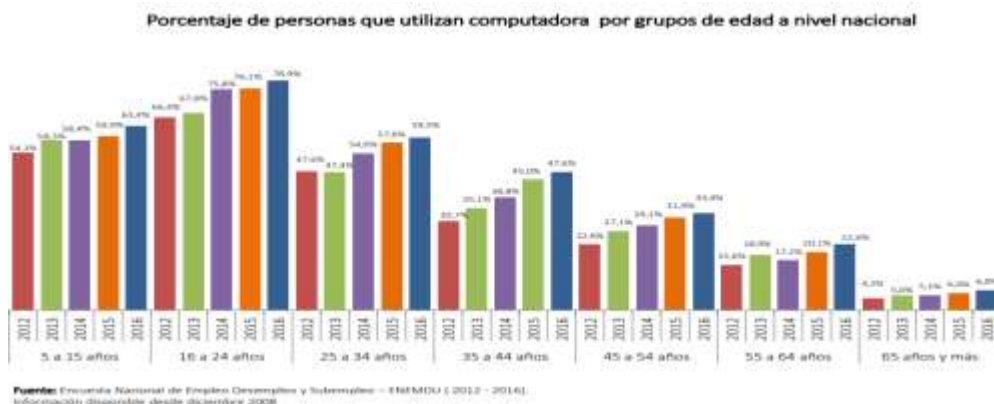


Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2016).
Información de computadora de escritorio disponible desde diciembre 2007 y computadora portátil desde diciembre 2008.

Fuente: Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) – 2011 – INEC
Elaborado: Equipo CGGE

El porcentaje de personas que utilizan computadoras en el país es representado por las personas de entre 16 a 24 años, seguidos por las de entre 5 a 15. Podemos observar que las futuras generaciones crecen de la mano de la tecnología.

A nivel nacional en Ecuador se presentan los siguientes resultados con respecto a la cantidad de personas de utilizan un equipo de cómputo, tal como son laptops o computadoras de escritorio.



La Provincia del Guayas presenta al menos un 53,6% de personas de que utilizan computadoras, y como se ha tratado antes, de ese margen la gran parte son personas de 16 a 24 años. Aunque también está la población de 5 a 15 años que se encuentra en constante interacción con la tecnología e internet.

Educación y consumo tecnológico

El auge de la tecnología de la información y de la comunicación, desde la creación del televisor y el uso doméstico del video, hasta la llegada de Internet a las instituciones educativas, obliga hoy a los docentes a planificar la instrucción con algo más que una pizarra, una transparencia y un libro. Independientemente del nivel al cual esté dirigida la enseñanza, es imperativo incluir alguno de los medios que se derivan del avance tecnológico, pues éstos, se quiera o no, forman parte del quehacer cotidiano en tanto que resuelven gran parte de las necesidades comunicativas e informativas, sobre todo las de los más jóvenes quienes, en buena medida, constituyen el grupo de alumnos a los que hay que educar empleando los recursos de su contexto de vida. (Suárez, 2003)

En la Ciudad de Naranjal las Unidades Educativas principales son las siguientes.

NOMBRE DE INSTITUCION:	DIRECCION:
Escuela De Educación Básica Gabriela Mistral	Calle Eugenio Espejo Calle Charles Yong Y Klever Mora
Escuela De Educación Básica Abdón Calderón	Bolívar Junín
Escuela De Educación Básica Mariano Unda	Calle Bolivar Calle Olmedo Sector Parque Central
Unidad Educativa Republica De Alemania San Esteban	Juan Larreategui Mons Gilberto Guzmán Y Rene Meneses Campos Encalada Mora 407 Séptima Este
5 De Noviembre M0	Guayaquil Pastaza
Unidad Educativa Siete De Noviembre	Monseñor Gilberto Guzmán Reverendo Oswaldo Rodríguez
Unidad Educativa Homero Castro Zurita	Cuarta Este A Av. Olmedo Y Tarqui

Fuente: Archivo Maestro de Instituciones Educativas (AMIE) Período 2016-2017 Fin.

Elaborado por: Ministerio De Educación

En todas estas unidades educativas el ministerio de educación trata de fomentar la utilización de las TICs. Por ejemplo, el plan WAN EDUCATIVA es un proyecto implementado por el Gobierno y trata de aplicar una red de comunicación entre las instituciones educativa.

El modelo que se utilizará en el proyecto WAN EDUCATIVA plantea que todas las localidades (Zonas, Distritos, Instituciones Educativas) del Ministerio de Educación mantengan únicamente enlaces de datos por los cuales se desplegará todos los servicios tecnológicos. La conectividad será directa hasta el Data Center Virtual del Ministerio De Educación sin concentración intermedia ni provisión de troncales adicionales que garanticen ancho de banda a sus dependencias, se pretende evitar la generación de nuevos puntos de falla y mejorar la escalabilidad del proyecto. (Garcés, 2015)

De las instituciones de educación de básica y de bachillerato él (Ministerio de Educación, 2015) nos demuestra el control del programa WAN EDUCATIVA y presenta la: “Socialización y seguimiento en la implementación de conectividad de internet por parte de CNT en 7 establecimientos educativos beneficiados con la WAN EDUCATIVA. Se realizaron las visitas físicas para constatar los trabajos realizados y recopilar novedades para dar soluciones.” (Ministerio de Educación, 2015)

Institución	Conectividad	Mega
E.E.B. JOSE MARIA VELASCO IBARRA	X	10 MB
U. E. REPUBLICA DE ALEMANIA	X	10 MB
E.E.B. MARIANO UNDA	X	10 MB
E.E.B. CUCALON LASSO	X	10 MB
E.E.B. ABDON CALDERON	X	10 MB
U.E. QUINCE DE OCTUBRE	X	10 MB
U.E. HOMERO CASTRO ZURITA	X	10 MB

Fuente: Tabla N° 7:

Elaborado por la Dirección Distrital 09D12, fuente (UDTIC 09D12)

I. Consumismo y educación

Esta investigación lo que busca es determinar cuáles son las motivaciones que tiene los estudiantes al momento de adquirir un objeto tecnológico. Posteriormente, ¿cómo será manejado dicho artefacto? La sociedad debería estar consiente que no es un simple objeto que te va hacer que el individuo se integre a un grupo específico, sino más bien, que sepa las ventajas y beneficios que le darán para su desarrollo intelectual.

... es cierto que los adolescentes están en una etapa en la que están definiendo su personalidad,

gustos, carácter, preferencias y creencias, además son una población que consume y lo hace en grandes cantidades son entonces ellos consumidores potenciales en una sociedad llena de publicidad que los invita a comprar constantemente, hasta llegar al punto de querer desear cosas que no están a su alcance, pero la quieren a como dé lugar, es tanto así que estas publicidades les hacen (en algunas ocasiones) querer cosas que no necesitan o que a lo mejor no lleguen a utilizar. (SALGADO DIAZ & AGUILERA CASTRO, 2016)

Los adolescentes tienden a dejarse llevar por anuncio globalizados que venden imagen y no una solución a una necesidad, lo que tenemos que desarrollar es una cultura de conciencia económica, social y ambiental. Existe una serie de consecuencias producto de la obsolescencia tecnológica, los aparatos tecnológicos que son desechados con el fin de dejar espacio para nuevos equipos, no son evaluados correctamente antes de ello. Por lo general, estos equipos obsoletos constituyen una parte de las grandes montañas de contaminación en el planeta.

TECNOLOGIAS Y SALUD

Los adolescentes que usan con más frecuencia aparatos digitales son dos veces más propensos al Desorden de Déficit de Atención / Hiperactividad (ADHD), según un estudio.

El informe elaborado por la Universidad el Sur de California (USC) y publicado en la revista científica de la Asociación Médica Estadounidense, dio seguimiento a cerca de 2.600 adolescentes durante dos años y analizó sus hábitos de utilización de aparatos digitales y los efectos de éstos en sus comportamientos.

"Las nuevas tecnologías móviles pueden ofrecer acceso durante todo el día a una estimulación rápida y de alta intensidad, lo que ha incrementado la exposición a los medios digitales mucho más allá de lo que había sido estudiado", destacó Adam Leventhal, profesor de Medicina

Preventiva y Psicología, director además del Laboratorio de Salud, Emoción y Adicción de la Escuela de Medicina de USC. (EFE, 2018)

Aparte de este amenaza derivado del uso de distintos dispositivos, se ha desarrollado una fobia propia del uso del celular, denominada Nomofobia, que se trata del miedo irracional a salir de casa sin el teléfono móvil. García Martínez & Fabila Echaury (2014) en su artículo "NOMOFILIA VS. NOMOFOBIA, IRRUPCIÓN DEL TELÉFONO MÓVIL EN LAS DIMENSIONES DE VIDA DE LOS JÓVENES. UN TEMA PENDIENTE PARA LOS ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN." nos hacen referencia que autores tales como

"Takao, Kitamura, & Takahashi (2009) revisaron la literatura sobre el tema para encontrar los posibles predictores de la conducta adictiva al móvil en Japón, revelando que el tipo de uso del teléfono móvil está relacionado con variables como el género, el autocontrol, y la necesidad de aprobación, pero no con la soledad. Varios estudios realizados entre adolescentes españoles (Sánchez-Martínez & Otero, 2009; López-Fernández, Honrubia, & Freixa, 2012) demostraron que el uso intensivo del teléfono celular se asoció con el sexo femenino, la ubicación de la escuela rural, la economía familiar, fumar tabaco, consumo excesivo de alcohol, depresión y el fracaso escolar.

El uso indiscriminado de este aparato es estudiado en sus repercusiones sobre la salud física, ya que se ha descubierto que usar teléfonos móviles más de 10 minutos al día aumenta en un 71 por ciento la probabilidad de padecer tinnitus, enfermedad conocida por generar un zumbido en el oído que causa molestias y disminuye la capacidad de escuchar (Rodríguez A., 2012). El sistema nervioso, parece también afectarse, en Australia, el 68% de las personas encuestadas sobre el móvil manifestó haber sentido vibraciones de mensajes que nunca llegaron; el 87% de ellas experimentan las sensaciones una vez por semana y el 13% a diario (La Razón, 2012), aunque los especialistas no tienen evidencia que esto tenga repercusiones negativas para los usuarios." (García Martínez & Fabila Echaury, 2014)

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

Investigación de Campo: Porque permitirá conocer la realidad de los que ocurre en las unidades educativas de la Ciudad de Naranjal.

Investigación Descriptiva: Ayudará a describir las variables y características importantes del fenómeno a investigar.

Investigación cualitativa y cuantitativa: El método Cualitativo permitirá obtener un entendimiento más profundo, una mejor apreciación y una amplitud de esta problemática.

El Cuantitativo permitirá obtener datos viables, secuenciales y con mayor precisión del tema.

Características de la Población:

La población que se tomó en cuenta es la conformada por lo estudiante de secundaria, es decir, estudiante de octavo, noveno y décimo año de educación básica; de las diferentes Unidades Educativas Fiscales de la Ciudad de Naranjal.

Delimitación de la población

Según el Informe de Rendición De Cuentas Dirección Distrital 09D12 Balao-Naranjal del año 2017 Población estudiantil está constituida alrededor de 21172 estudiantes asistentes a instituciones fiscales. (Ministerio de Educación, 2017)

Tipo de muestra

Esta investigación utiliza un tipo de muestra probabilística ya que las personas que poseen una característica en común, es decir, ser estudiantes de secundaria, que se encuentre en unidades educativas en el Cantón Naranjal, podrán tener la misma posibilidad de ser seleccionados.

Tamaño de la Muestra

Se realizó el cálculo de la muestra por medio de la siguiente fórmula para una muestra finita. Siendo:

Población N= 21172 estudiantes

Posibilidad de ocurrencia de un evento p= 0,5

Posibilidad de no ocurrencia de un evento q= 0,5

Error de estimación E= 0,07

Nivel de confianza de 93% Z=1,81

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq} = \frac{21172 (0.5)(0.5)}{\frac{(21172-1)(0.07)^2}{1.81^2} + (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{5293}{\frac{103,7379}{3,2761} + 0,25} = 166$$

Proceso de selección:

El proceso de selección se lo realizo a través de una muestra aleatoria realizada entre los alumnos de octavo, noveno de décimo Año De Educación Básica.

Métodos y Técnicas

La técnica de recolección de datos utilizada es la encuesta, para la cual se emplea como instrumento de investigación un formulario de 10 preguntas dirigidas a los estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal.

RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Pregunta: Género

Tabla. – Género

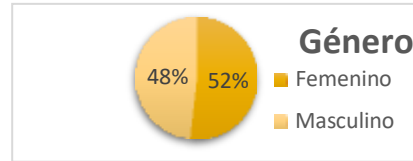
SEXO	Resultado	Porcentaje
Femenino	86	52%
Masculino	80	48%
TOTAL	166	100%

Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

De la muestra escogida se determinó un 52% de los estudiantes encuestados pertenecen al género femenino, mientras que el 48% son de género masculino.

Gráfico. – Género



Pregunta. – Edad

Tabla. – Edad

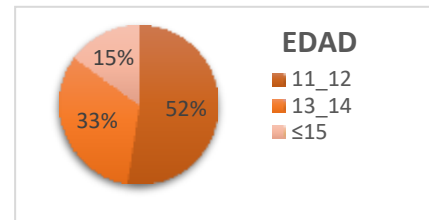
Edad	Resultado	Porcentaje
11_12	60	36%
13_14	56	34%
≤15	50	30%
Total	166	100%

Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

La muestra escogida se encuentra en mayoritariamente en un rango de edad de 11 a 12 años (53). Un 33% para los estudiantes de 13 a 14 años y 15% de alumnos de 15 años.

Gráfico. – Edad



Pregunta 1: ¿Considera que es adecuado comprar un artículo tecnológico en base a?:

Tabla 1.1.- Deseo

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	50	30%
De acuerdo	60	36%
Indiferente	39	23%
Desacuerdo	12	7%
Muy en desacuerdo	5	3%
TOTAL	166	100%

Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

El 36% estudiantes están de acuerdo en que la decisión de adquirir un artículo tecnológico está ligado a el deseo de poseer dicho dispositivo, es decir, que satisface una necesidad que no es primaria. El 7% y 3% de los encuestados están en desacuerdo con dicho enunciado.

Gráfico 1.1.- Deseo

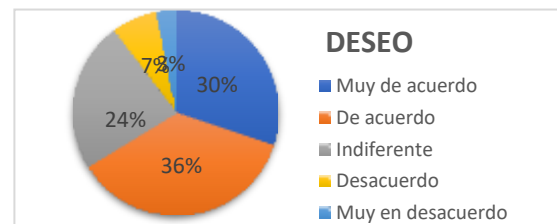
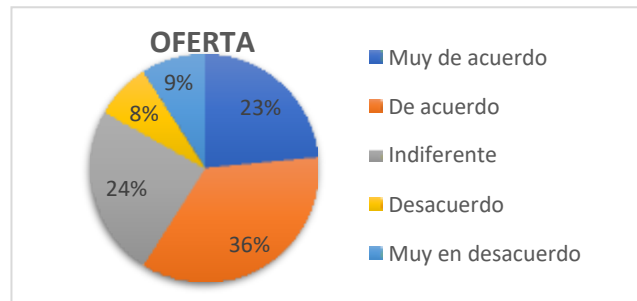


Tabla 1.2.- Oferta

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	39	23%
De acuerdo	59	36%
Indiferente	40	24%
Desacuerdo	13	8%
Muy en desacuerdo	15	9%
TOTAL	166	100%

Gráfico 1.2.- Oferta



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal

Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

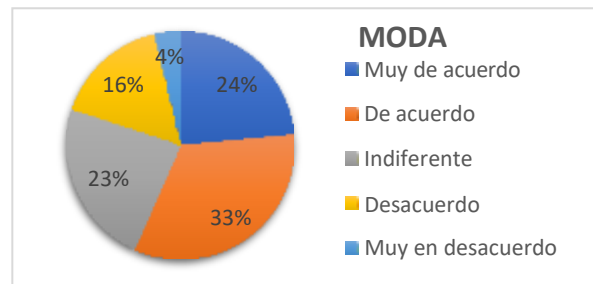
Análisis:

El 39% de los estudiantes encuestados están de acuerdo en que la mejor situación para adquirir un dispositivo electrónico es cuando este esté en oferta. Mientras que el 8 y 9% se encuentra en desacuerdo y muy en desacuerdo respectivamente.

Tabla 1.3.- Moda

Gráfico 1.3.- Moda

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	39	23%
De acuerdo	55	33%
Indiferente	39	23%
Desacuerdo	27	16%
Muy en desacuerdo	6	4%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal

Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

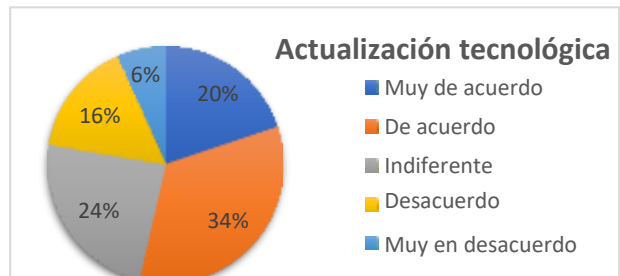
Análisis:

El 33% de los encuestados expreso que adquiere un artículo tecnológico basa en la moda o tendencia de compra de la sociedad, y existe un 16% y 4% que se encuentra en desacuerdo y no cree que se deba adquirir este tipo de bien por moda.

Tabla 1.4.- Actualización tecnológica

Gráfico 1.4.- Actualización tecnológica

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	33	20%
De acuerdo	56	34%
Indiferente	40	24%



Desacuerdo	26	16%
Muy en desacuerdo	11	7%
TOTAL	166	100%

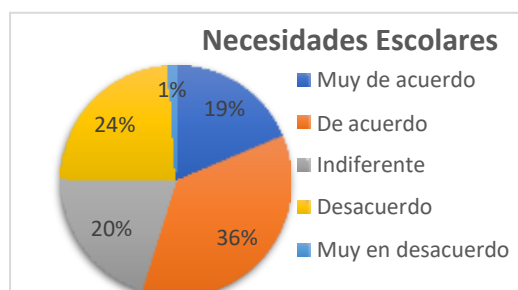
Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

El 34% de los estudiantes expresaron que la actualización en tecnología es una de las razones por las que comprarían un dispositivo tecnológico. Mientras el 16% y 7% creen que no es una de las razones para dicha compra.

Tabla 1.5.- Necesidades Escolares
Gráfico 1.5.- Necesidades Escolares

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	31	19%
De acuerdo	60	36%
Indiferente	34	20%
Desacuerdo	39	23%
Muy en desacuerdo	2	1%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

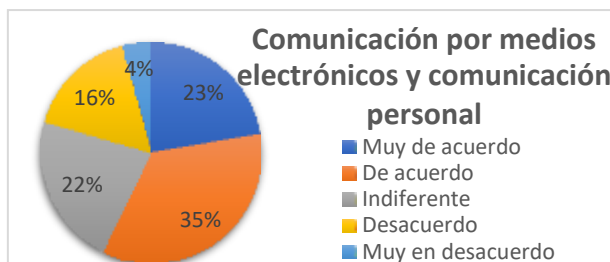
Análisis:

Para el 36% de los estudiantes la compra de un dispositivo debe estar basada en las necesidades escolares que va a satisfacer. Mientras que el 1% no toma en cuenta las necesidades escolares al momento de realizar la compra de artefactos tecnológicos.

Pregunta 2.- ¿La comunicación por medios electrónicos ha dejado de lado la comunicación personal?

Tabla 2.- Comunicación por medio tecnológico y comunicación personal
Gráfico 2.- Comunicación por medio y comunicación personal

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	37	22%
De acuerdo	58	35%
Indiferente	37	22%
Desacuerdo	27	16%
Muy en desacuerdo	7	4%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

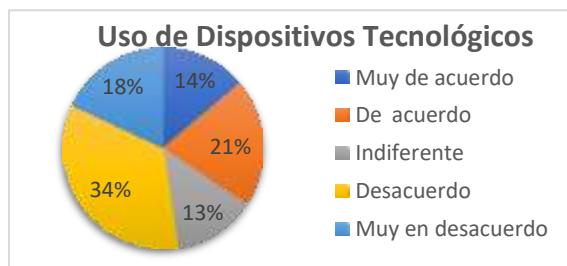
El 35% de los estudiantes están de acuerdo con que la comunicación que se realiza por medios electrónicos está dejando de lado a la comunicación personal. Mientras que 16% y 4% no creen que el uso de estos medios este disminuyendo la comunicación cara a cara

Pregunta 3.- ¿Es adecuado utilizar dispositivos electrónicos e Internet máximo 2 horas al día?

Tabla 3.- Uso de dispositivos electrónicos

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	23	14%
De acuerdo	34	20%
Indiferente	22	13%
Desacuerdo	57	34%
Muy en desacuerdo	30	18%
TOTAL	166	100%

Gráfico 3.- Uso de dispositivos electrónicos



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal

Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

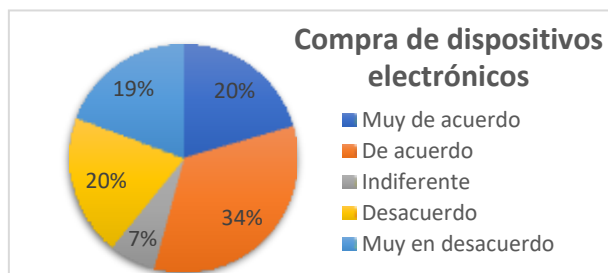
Análisis:

El 34% de los estudiantes contestaron que no están de acuerdo a que el uso de algún dispositivo electrónico se limite a dos horas al día, mientras que un 21% está a favor de dicha medida de manejo de las TICs. Y un 13% le es indiferente el tiempo de uso de estas herramientas.

Pregunta 4.- ¿La compra desmedida de dispositivos eléctricos es producto del desconocimiento sobre tecnología y sus implicaciones?

Tabla 4.- Compra de dispositivos electrónicos Gráfico 4.- Compra de dispositivos electrónicos

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	34	20%
De acuerdo	56	34%
Indiferente	11	7%
Desacuerdo	33	20%
Muy en desacuerdo	32	19%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal

Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

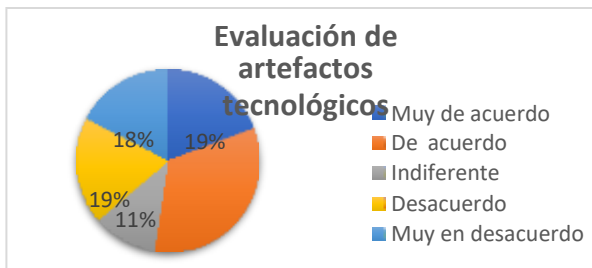
Análisis:

El 34% de los individuos encuestados encuentra una relación entre las compras desmedidas de tecnología y la falta de conocimiento sobre tecnología y sus posibles implicaciones. Pero el 20% y 19% difiere con ello ya no creen que exista una correlación entre estas variables.

Pregunta 5.- ¿Está de acuerdo con evaluar los artefactos tecnológicos antes de ser desechados y/o cambiados?

Tabla 5.- Evaluación de artefactos tecnológicos Gráfico 5.- Evaluación de artefactos tecnológicos

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	32	19%
De acuerdo	55	33%
Indiferente	19	11%
Desacuerdo	31	19%
Muy en desacuerdo	29	17%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

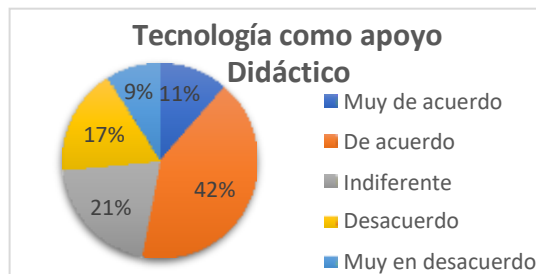
De la muestra escogida se determinó que el 19% y 33%, están de acuerdo o muy de acuerdo en que se debe dar una evaluación a los dispositivos que quieren ser cambiados, tal vez el dispositivo en cuestión podría ser vendido nuevamente para evitar desecharlos. Aun que el 18% de los estudiantes consideran que no es necesario que deba realizarse evaluación.

Pregunta 6.- Importancia que merece la utilización de recursos tecnológicos, como apoyo didáctico en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Tabla 6.- Tecnología como apoyo didáctico

Gráfico 6.- Tecnología como apoyo didáctico

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	19	11%
De acuerdo	69	42%
Indiferente	34	20%
Desacuerdo	29	17%
Muy en desacuerdo	15	9%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

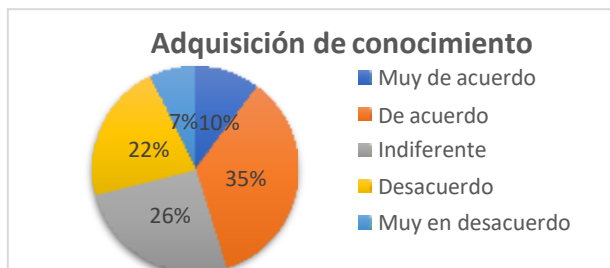
Se considera realmente importante, entre 11% y 49% (muy de acuerdo y de acuerdo, respectivamente) los recursos tecnológicos en la metodología de enseñanza-aprendizaje. Mientras que el 17% y 21% de los encuestados difieren con esta idea.

Pregunta 7.- Los recursos tecnológicos favorecen la adquisición de conocimiento.

Tabla 7.- Adquisición de conocimiento

Gráfico 7.- Adquisición de conocimiento

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	17	10%
De acuerdo	58	35%
Indiferente	43	26%
Desacuerdo	36	22%



Muy desacuerdo	12	7%
TOTAL	166	100%

Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

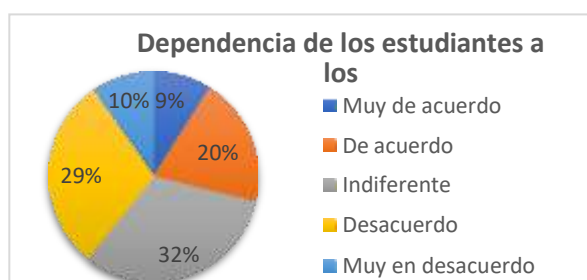
De la muestra escogida se determinó que el 35% consideran adecuado la utilización de los recursos tecnológicos para facilitar la adquisición conocimientos. Mientras que un 26% se mantiene indiferentes a esta cuestión y un 22 % se encuentra en desacuerdo.

Pregunta 8.- Recursos tecnológicos nos hace dependiente y poco reflexivos al momento de utilizarla como apoyo en el aula

Tabla 8.- Dependencia de los estudiantes a los recursos tecnológicos

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	15	9%
De acuerdo	33	20%
Indiferente	53	32%
Desacuerdo	49	30%
Muy en desacuerdo	16	10%
TOTAL	166	100%

Gráfico 8.- Dependencia de los estudiantes a los recursos tecnológicos



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

El 29% de los encuestados cree que la utilización de medio electrónicos puede crear dependencia y poca reflexibilidad en las actividades desarrolladas en el aula de clases. Muy aparte del ámbito educativo esta condición de dependencia crea serios patrones conductuales viciosos en los estudiantes, que disminuyendo su rendimiento.

Pregunta 9.- Es imprescindible conocer el funcionamiento de aplicaciones y programas informáticos

Tabla 9.- Aplicación y Programas informáticos Gráfico 9.- Aplicación y Programas informáticos

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	26	16%
De acuerdo	46	28%
Indiferente	37	22%
Desacuerdo	34	20%
Muy en desacuerdo	23	14%
TOTAL	166	100%



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal
Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

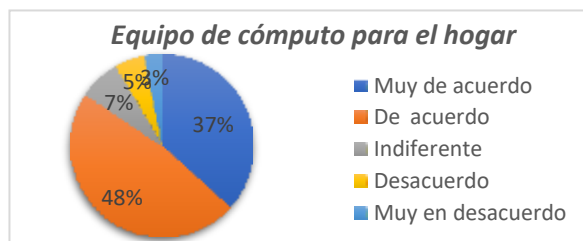
El 16% y 28% (muy de acuerdo y de acuerdo, respectivamente) de los estudiantes consideran beneficioso saber sobre el funcionamiento de los distintos programas y aplicaciones que puedan ser utilizadas para el proceso de investigación y generación de nuevos conocimientos.

Pregunta 10.- Es fundamental la adquisición de un equipo de computación para el hogar.

Tabla 10.- Equipo de cómputo para el hogar

ESCALA	Resultado	Porcentaje
Muy de acuerdo	61	37%
De acuerdo	79	48%
Indiferente	12	7%
Desacuerdo	9	5%
Muy en desacuerdo	5	3%
TOTAL	166	100%

Gráfico 10.- Equipo de cómputo para el hogar



Fuente: Estudiantes de secundaria de la Ciudad de Naranjal

Elaborado por: Sancho Patiño Jessica Jazmín

Análisis:

El 37 % y 48% de los estudiantes están de acuerdo en que es indispensable la posesión de un equipo de cómputo en el hogar, ya que permite mejor comodidad a la hora de realizar trabajos de investigación. Mientras que el 3% de ellos se encuentran en desacuerdo, quizá por su falta de recursos económicos para adquirirlos.

CONCLUSIONES

- Los estudiantes están estimulados a adquirir dispositivos electrónicos principalmente por las tendencias de moda y deseo de estatus.
- Los estudiantes se encuentran inmersos en este consumismo a través de los medios de comunicación audiovisuales como la televisión, cine e internet. Se presenta por medio de campañas publicitarias masivas que venden una imagen que en muchas ocasiones los adolescentes no lo necesitan. Entre los artículos tecnológicos más cotizados para los estudiantes son los celulares (Smartphone) y tabletas electrónicas.
- Las tendencias de consumo de los estudiantes de secundaria no están relacionadas con su capacidad de compra, la mayor parte dependen de los ingresos de sus padres. Pero la reflexión de compra no va de acuerdo a sus ingresos percibidos, evidenciando la falta de cultura administrativa en el hogar
- Las tecnologías no representan al negativo para los adolescentes, el problema está en la deficiente manejo y conciencia de los beneficios de este tipo de artefactos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

RECOMENDACIONES

- La comunidad debe priorizar el hecho que la tecnología es un medio de adquirir conocimiento, comunicarse e investigar, por ende, debe tratar de minimizar o controlar la compra innecesaria de tecnología. Evaluar qué es lo que va a comprar y crear una cultura mal consiente del impacto que genera en el ambiente estos dispositivos electrónicos.
- Las tendencias de consumo deben tratar de llevarse de forma más moderada para evitar caer en el consumismo. El conocimiento sobre la administración de los recursos económicos ayudaría a formar un análisis de compra más objetivo y orientado a sacar el mejor provecho.

Bibliografía

- Brey, A., Innerarity, D., & Mayol, G. (2009). *La Sociedad de la Ignorancia*. Barcelona. Obtenido de http://www.infonomia.com/pdf/sociedad_de_la_ignorancia_es.pdf
- Carrasco Rosa, A. (2007). LA SOCIEDAD DE CONSUMO: ORIGEN Y CARACTERÍSTICAS. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>
- Castells, M. (2003). Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. *Polis Revista Latinoamericana*.
- Córdoba Torres, M. (2016). Consumismo y economía solidaria. *Kavilando*.
- Cristoffanini, P. (2006). La cultura del consumo en América Latina. *Sociedad y Discurso*. Obtenido de http://vbn.aau.dk/files/62983731/SyD_cristoffanini2.pdf
- Delgado, M., Arrieta, X., & Riveros, V. (2009). Uso de las TIC en educación, una propuesta. *Omnia*.
- Garcés, O. (2015). WAN EDUCATIVA Implementación del nuevo modelo de Infraestructura de Telecomunicaciones para. *Repositorio PUCE*.
- Instituto de Estadísticas y Censos. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Instituto de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- JARILLO ALDEANUEVA, A. (2001). GLOBALIZACION: CONCEPTO Y PAPEL DEL ESTADO. *BOLETÍN DE LA FACULTAD DE DERECHO*.
- Ministerio de Educación. (2015). *Rendición de Cuentas Dirección Distrital 09D12 Balao -Naranjal - Educación*.
- Ministerio de Educación. (2017). *Ministerio de Educación*. Obtenido de Ministerio de Educación: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/Distrito-09D12-Balao-Naranjal.pdf>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2010). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de Ministerio de Industrias y Productividad.
- Ochoa Avila, M., Valdés Soa, M., & Quevedo Aballe, Y. (2007). Innovación, tecnología y gestión tecnológica. *ACIMED*.
- Osorio, O. (2013). *La Educación Científica y Tecnológica desde el enfoque en Ciencia,*

Tecnología y Sociedad. Obtenido de Organización de Estados Iberoamericanos:
<http://www.oei.es/historico/salactsi/osorio3.htm>

Ramírez Díaz, J. L. (2016). Repercusiones del consumismo en el proyecto de vida: Un análisis desde la educación ciudadana. *Revista Electrónica Educare*.

ROA CARRILLO, R. A. (2014). ¿consumidores o consumidos? En V. Autores, *Tinta Fresca*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=pOKiDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=consumismo+tecnol%C3%B3gico+y+los+adolescentes&ots=f3VZ8vPAr4&sig=2LJjizocpCaDnG_qDLu
iWhomW9c#v=onepage&q=consumismo%20tecnol%C3%B3gico%20y%20los%20adolescentes&f=false

Roa Carrillo, R. A. (2016). ¿consumidores o consumidos? En V. Autores, *Tinta Fresca*. Barranquilla Colombia: Universidad del Norte. Obtenido de https://books.google.es/books?id=pOKiDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Rodríguez Díaz, S. (2012). CONSUMISMO Y SOCIEDAD: UNA VISIÓN CRÍTICA DEL HOMO. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/181/18126057019.pdf>

Salas Chavarría, L. (2016). Estrategia publicitaria del consumismo y el impacto en la salud integral de la población adolescente. *Revista Costarricense de Trabajo Social*.

SALGADO DIAZ , Y., & AGUILERA CASTRO, S. C. (2016). *PERCEPCIONES SOBRE EL CONSUMO EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCION EDUCATIVA SAN ROBERTO BELARDINO DE MEDELLIN*. MEDELLIN.

Suárez, R. (2003). *Universidad Central de Venezuela*. Obtenido de Docencia Universitaria: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/sadpro/Documentos/docencia_vol4_n1_2003/9_art._6_rese%C3%B1a_rosario.pdf

Tula Molina, F. (2011). Consumo tecnológico y educación tecnológica: fundamentos filosóficos para un proyecto futuro. *Sociologías*.

Villalta Marinero, P. A. (2010). Artículo de Opinión Sobre Consumismo Tecnológico en El Salvador. *Investigacion360*. Obtenido de <https://www.investigacion360.com/p/articulo-consumismo-tecnologico.html>

Viñao Frago, A. (2001). EL CONCEPTO NEOLIBERAL DE CALIDAD DE LA ENSEÑANZA: SU APLICACIÓN EN ESPAÑA (1996-1999). *Témpora: Revista de Historia y Sociología de la Educación*, págs. 63-88.