



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**Facultad de Estudios Superiores Zaragoza**

CARRERA DE PSICOLOGÍA

LA CONDUCTA PROAMBIENTAL EN LA DISMINUCIÓN DE IMPACTOS  
NEGATIVOS DEL CONSUMISMO DE TELÉFONOS MÓVILES

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:  
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA  
**P R E S E N T A:**  
DANIELA SÁNCHEZ MORALES

JURADO DE EXAMEN

DIRECTOR: DR. JOSÉ MARCOS BUSTOS AGUAYO  
COMITÉ: DRA. LUZ MARÍA FLORES HERRERA  
MTRA. GABRIELA CAROLINA VALENCIA CHÁVEZ  
LIC. DONANIN DELGADILLO CARRASCO  
MTRA. CRISTINA BARRIENTOS DURÁN



MÉXICO, D.F.

JUNIO-2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## DEDICATORIA

A mi madre, por ser las columnas de mi templo  
Por enseñarme con su amor y con su ejemplo  
    Qué más da que papá huyera  
    Si ella supo ser todo lo que él no era.  
A mis hermanas, por ser calor y abrigo  
Aconsejarme cuando busco un buen amigo  
Por perdonarme cuando no sé lo que digo  
    Y por estar siempre conmigo  
    Como el sol está en el trigo.  
Y va por ti, y por las piedras del camino...

Sharif

## ÍNDICE

Resumen	6
Introducción	7
<b>1. Teléfono móvil</b>	<b>11</b>
1.1. Antecedentes del teléfono móvil	11
1.2. Materiales para la fabricación del teléfono móvil	18
1.3. Coltán, mineral estratégico	19
1.3.1. Repercusiones sociopolíticas	22
1.4. Repercusiones medio ambientales causadas por el teléfono móvil y el coltán	29
1.5. Ciclo de vida del teléfono móvil	33
<b>2. Consumismo del teléfono móvil</b>	<b>37</b>
2.1. Capitalismo y globalización	38
2.1.1. Consumismo	46
2.2. La influencia social en el consumismo	52
<b>3. Acciones para disminuir el impacto negativo medioambiental ocasionado por el teléfono móvil</b>	<b>56</b>
3.1. Consumo sustentable	57

3.2. Propuestas y estrategias del gobierno y las empresas transnacionales para disminuir el impacto negativo medioambiental	60
<b>4. La Psicología Ambiental en la disminución del impacto negativo medioambiental</b>	<b>65</b>
4.1. Definición	65
4.2. Variables que influyen en la Conducta Proambiental	67
4.3. Educación Ambiental	80
<b>Planteamiento de problema</b>	<b>86</b>
<b>Objetivos</b>	<b>86</b>
<b>5. Método</b>	<b>87</b>
5.1. Categorías de análisis	87
5.2. Técnica de análisis	87
5.3. Resultados	87
<b>6. Conclusiones y Propuesta</b>	<b>90</b>
<b>7. Referencias</b>	<b>99</b>
<b>8. Anexos</b>	<b>114</b>

Tablas

Tabla 1 16

Tabla 2 17

Tabla 3 77

Tabla 4 89

Tabla 5 95

Tabla 6 96

## Resumen

En la presente tesis teórica, se exteriorizó la importancia del estudio acerca del impacto negativo en el medio ambiente a causa del consumismo de teléfonos móviles y la forma incorrecta de eliminarlos una vez inservibles. El siguiente escenario nos llevó a plantear como objetivo general, proponer estrategias para disminuir el impacto negativo del consumismo de teléfonos móviles. La conducta consumista ha generado el aumento de los residuos electrónicos, y al no llevar una adecuada eliminación se contamina constantemente el agua, aire y tierra. Sin embargo, es trascendental crear una consciencia del daño ocasionado y tratar de crear conductas proambientales que ayuden a disminuir el negativo impacto ambiental (Aragonés y Amérigo, 2010). Por ello esta investigación se ubicó en el área de la Psicología Ambiental. Al ser una investigación documental se realizó una revisión exhaustiva de la bibliografía existente, analizando las categorías: teléfono móvil, repercusiones ambientales, repercusiones sociopolíticas, consumismo, conducta proambiental y educación ambiental. El tema es de suma importancia porque este problema no sólo perjudica a un sector de la población sino al mundo entero, por tanto es importante buscar una solución desde una perspectiva psicológica para no continuar dañando al medio ambiente trabajando con las variables: justificación, compromiso, fijación de objetivos, retroalimentación y recompensa. Está propuesta se dirigió a los usuarios de teléfonos móviles interesados en intervenir para disminuir el impacto negativo medioambiental que se ocasiona en la actualidad.

## Introducción

En la actualidad se percibe cada vez más el impacto negativo ambiental y sociopolítico a consecuencia del consumismo. Delimitando el tema al consumismo de teléfonos móviles siendo uno de los aparatos electrónicos que en la actualidad está evolucionando con frecuencia quedando obsoletos rápidamente ocasionando su compra constante por los usuarios al pretender tener un mejor modelo. Hablar del teléfono móvil implicar mencionar lo útil que ha sido en los últimos años y los beneficios que ha traído a las personas, sin embargo, el teléfono móvil tiene un trasfondo negativo el cual un escaso porcentaje de los usuarios lo sabe. El impacto negativo ambiental y sociopolítico son los tópicos fundamentales en esta investigación, ya que son los que giran alrededor de la fabricación, uso y eliminación de los teléfonos móviles.

La importancia de este tema radica en que el problema medioambiental perjudica mundialmente y se deben de buscar estrategias para disminuir el impacto ocasionado, por ello el objetivo general de ésta investigación es proponer estrategias para disminuir el impacto negativo del consumismo de teléfonos móviles. Por otra parte se conocerá el papel que juega la Psicología Ambiental en la disminución del impacto negativo en el medio ambiente.

Se considera que desde que se desató el boom del teléfono móvil en el año 2000 (Gorondy y López, 2011), la expansión mundial de este aparato fue incrementando a pasos agigantados, tan sólo en México en el 2000 existían 14, 077,880 usuarios, aumentando para el 2013 a 105, 005,729 de usuarios (ANATEL, 2014). Esto quiere decir que se beneficiaron las empresas encargadas de la fabricación y servicio móvil, mejorando su economía, empero, para los países como la República Democrática del Congo y el medio ambiente no existe beneficio con este incremento de usuarios ya que con el paso del tiempo el consumismo del teléfono móvil sigue empeorando las condiciones de estos.

Para iniciar el tema se mencionarán los conceptos con los que se trabajará, que son; el teléfono móvil. Desde el primer transmisor creado por Graham Bell en 1920



utilizado sólo por los policías de Detroit. Cuando se dieron cuenta de la utilidad de este aparato se fue expandiendo su uso en diferentes ciudades, países y continentes teniendo que crear el Groupe Special Mobile (GSM) que permitiría el roaming internacional (Torres, 2010). Posteriormente el avance del teléfono móvil y la facilidad de obtener uno favoreció a la población para que cualquier persona poseyera uno.

El conocer los elementos que conforman al teléfono móvil y sobre todo el mineral más importante para su fabricación: el coltán, es fundamental en la investigación ya que el coltán ha llegado a ser un mineral estratégico por sus propiedades, por ello es implementado en diferentes sectores tecnológicos, ocupando el 50% de su extracción en los teléfonos móviles (Martell, 2011). El coltán aparte de traer beneficios tecnológicos ha ocasionado repercusiones ambientales y sociopolíticas, en especial en la República Democrática del Congo. Los problemas sociopolíticos empezaron desde que la demanda del coltán aumentó con el esplendor tecnológico, comenzando a escasear en países que lo poseían, llevando a las empresas a fijar sus ojos en lugares que lo contenían, uno de los países con esas características fue la República Democrática del Congo, llevándolo a mantener una guerra de más de una década, creando violencia, crisis económica y social (Martell, 2011).

En la repercusión medioambiental se observa que desde la extracción del coltán y otros minerales se necesita talar árboles y ocupar cantidades excesivas de agua, degradando la naturaleza. (Hernández, 2014). Por otra parte, el teléfono móvil también contamina cuando queda obsoleto, o cuando su vida útil ha llegado a su fin, ya que se estima que la vida del teléfono móvil es menor a dos años, por lo que los usuarios se tienen que deshacer de él. La mayoría de veces la forma en que son eliminados es incorrecta, terminando en vertederos de residuos urbanos perjudicando el aire, suelo y agua por los materiales tóxicos que contiene. El ciclo de vida del teléfono móvil, consta de cinco fases, que va desde la extracción de la materia prima, la fabricación, distribución, uso y la disposición final (Tejeda, 2012).

En la actualidad vivimos en una cultura consumista aumentada por diversos factores como la disminución del ciclo de vida de los aparatos, el costo de reparación del aparato si éste se descompone, la rapidez con que los aparatos quedan obsoletos y la relación entre el consumo y la calidad de vida (Rodrigues, Figueiredo y Vilela, 2006). El consumismo trae consigo consecuencias contraproducentes porque sólo se beneficia un pequeño sector de la población y ocasiona daños irreversibles a países enteros, éstos son los resultados de la globalización, una mayor desigualdad cada vez más visible y un incremento de la contaminación medioambiental en nuestro planeta.

A pesar que las personas tenemos una capacidad adquirida que nos prepara para el consumo desde las primeras etapas de socialización, la influencia social es uno de los principales factores para la conducta consumista. Dentro de la influencia social, tenemos la de grupos como la familia, amigos, compañeros, etc., pero existe otra influencia que nos bombardea cada día con sus anuncios televisivos, radiodifusores y en la calle, en este caso hablamos de la publicidad, persuadiendo con sus técnicas a la sociedad para realizar conductas consumistas, creando necesidades, lo que las lleva a adquirir productos muchas veces inútiles para su vida.

El objetivo de la publicidad es vender un símbolo, una idea, un sentimiento de pertenencia vendiendo felicidad en cada producto que se coloca en venta, por eso, las personas creen que si tienen un aparato nuevo se sentirán felices y serán mejor que los demás, ya que también crea estatus social (Ragnedda, 2008). El teléfono móvil es uno de los muchos aparatos que representa para la gente un alto estatus en la sociedad, fomentando la idea que es indispensable en la vida cotidiana para poder mantener comunicación con las demás personas aun estando lejos de nosotros.

Al buscar una solución para rescatar al ambiente se opta por utilizar a la Psicología Ambiental considerándola adecuada por ser una disciplina que se interesa en la conducta del hombre y el medio ambiente. Es necesario encontrar una manera adecuada en la que las personas poco a poco se preocupen por lo

que ocurre a su alrededor y que colaboren en acciones que minimicen la contaminación. Una forma sería el de informar, originando conductas proambientales empleando la educación ambiental ya que es un medio de promoción simultánea de paz, desarrollo humano y conservación de los recursos del entorno, utilizando una perspectiva de equidad y sustentabilidad (Aragónés y Américo, 2010).

Para el problema del consumismo de teléfonos móviles se hará hincapié en las diferentes maneras para crear un consumo sustentable, por otra parte, se mencionará la forma correcta para eliminarlo, evitando que el ambiente sea perjudicado como hasta ahora. Se mencionan las leyes, normas y sobre todo las contribuciones de los servidores y productores de teléfonos móviles que han creado y establecido para que el impacto negativo que ocasionan ellos mismos no siga incrementando. Se han implementado centros de acopio y diferentes estrategias para que los usuarios donen sus aparatos y sean reutilizados (en caso que siga funcionando) o reciclados para poder salvar elementos que puedan ser reutilizables.

Se concluye con una propuesta implementando variables como la justificación, el compromiso, fijación de objetivos, retroalimentación y recompensa que ayudarán a crear una conducta proambiental, tratando de disminuir el consumismo y aumentando la conducta de reciclaje cuando el teléfono móvil haya llegado al final en su vida útil.

## **Teléfono móvil**

Desde su aparición el teléfono móvil ha cambiado en pro y en contra a la sociedad, sin embargo, para el ambiente no ha traído consecuencias positivas sino todo lo contrario, el impacto negativo que ocasiona la fabricación, uso y eliminación del teléfono móvil es irreparable. Los teléfonos móviles han evolucionado de ser aparatos de lujo a bienes de consumo masivo, con precios cada vez más accesibles. Actualmente se han convertido en algo más que sólo un dispositivo de comunicación, ahora son utilizados con frecuencia para actividades con fines personales, de trabajo y entretenimiento, haciendo que su demanda aumente año con año, sobre todo en poblaciones de jóvenes (Mendoza, Hernández y Domenge, 2012).

La evolución tecnológica del teléfono móvil se ha dado en parte por un mineral que es de gran importancia en diferentes industrias y que en la industria tecnológica es más utilizado. El coltán es un mineral estratégico por sus propiedades y desde hace años ha sido de gran importancia en las compañías de explotación minera. Esto ha llevado a que sea un tema controversial social y ambiental, siendo objeto de debate incluso en las Naciones Unidas. Los grandes conflictos en la República Democrática del Congo a causa del control de este mineral sigue trayendo problemas tanto políticos, sociales, económicos y ambientales (Lunar y Martínez, 2007).

En este capítulo se dará a conocer la historia del teléfono móvil, sus componentes y ahondaremos sobre el coltán, sus usos y cualidades, las repercusiones sociopolíticas y ambientales causadas por este mineral y el teléfono móvil, por último es importante conocer el ciclo de vida del teléfono móvil ya que cada fase contribuye de diferente forma en la degradación del medio ambiente.

### **Antecedentes del teléfono móvil**

Los teléfonos móviles son un modelo de cambio transformador que ha llegado a todos los rincones del mundo. Hace 20 años, la idea de tener acceso universal a la

comunicación móvil habría parecido absurda. Sin embargo, la rápida reducción de los costos lograda gracias a la mejora de la tecnología, aunada a sistemas reguladores nacionales, permitió a los empresarios aventurarse a aplicar modelos comerciales innovadores en los lugares más insospechados y atraer miles de millones de dólares en capital de inversión (ONU, 2011).

El desarrollo de la telefonía móvil no sólo se ha dado a nivel cuantitativo, sino también cualitativo. Todos los servicios que ofrece este aparato han evolucionado de manera significativa; mientras en su fase inicial el teléfono móvil era principalmente un medio para establecer una conversación de voz, en la actualidad es utilizado para enviar y recibir mensajes de texto o voz, sacar fotografías, estar conectado a Internet, etc., acciones necesarias para estar comunicados.

El comienzo de la telefonía móvil fue con el invento de Alexander Graham Bell, quien hizo un radio transmisor y un receptor unidos por un cable metálico conductor de la electricidad. En 1885, Bell y sus compañeros fundaron American Telephone and Telegraph Company (AT&T), una de las operadoras de servicio telefónico, internet y televisión digital más importante de América en la actualidad. El primer servicio de telefonía móvil fue utilizado por la policía de Detroit en el año de 1920, desde entonces aparecieron y se empezaron a desarrollar muchos sistemas (Molina, 2011; Torres, 2010).

En lo que respecta al primer sistema público de radio celular PLMN (Public Land Mobile Network) éste empezó a operar en el año de 1945 por AT&T y Southwestern Bell, en la ciudad de San Luis Missouri. Tras el desarrollo de la radio y la telefonía fija y los avances que en este campo se realizaron en la Segunda Guerra Mundial, compañías como General Electric, RCA, Motorola, AT&T empezaron a comercializar diversos sistemas portátiles de comunicación y en menos de un año el servicio de telefonía móvil pública se había extendido ya a 25 ciudades estadounidenses.

En junio de 1946, AT&T obtuvo la aprobación de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), creada por el Congreso de los Estados Unidos en 1934, para operar el primer servicio de telefonía móvil para coches, posteriormente, en 1947 los laboratorios Bell presentaron el primer concepto de tecnología celular, permitiendo la reutilización de las frecuencias a través de numerosas estaciones base de baja potencia, cada una de las cuales proporcionaba servicio a una pequeña zona de cobertura denominada célula. El uso masivo del invento tardaría 30 años en desarrollarse al faltar la técnica de paso de células a células.

A mediados de la década de los 60 aparecieron los sistemas automáticos MJ y MK que utilizaban la técnica de acceso múltiple para aumentar la eficiencia y reducir costos poniendo en funcionamiento el sistema bidireccional IMTS (Improved Mobile Telephone Service) que incluía el encaminamiento automático de llamadas, servicio bidireccional y marcación directa (Torres, 2010).

Martín Cooper quien trabajaba para Motorola introdujo en abril de 1973 el primer radioteléfono llamado DynaTAC en Estados Unidos. Este modelo permitía realizar llamadas en una misma ciudad. En años posteriores lanzó otros diseños convirtiéndose así en una de las empresas más asociadas con los teléfonos móviles en Occidente en los años 70 y 80. En esta misma década la FCC reservaba por fin frecuencias para la tecnología celular y en 1977 autorizó dos sistemas de pruebas, con tecnología AMPS (Advanced Mobil Phone System) uno en Chicago y otro en el área de Washington-Baltimore, que se empezaron a probar en diciembre de 1978. En 1979 apareció el primer sistema comercial en Tokio por la compañía NTT (Nippon Telegraph & Telephone Corp), y en 1983 en Estados Unidos (Martínez, 2001; Molina, 2011; Ruelas, 2010; Torres, 2010).

La telefonía móvil tal y como se conoce ahora, se puede decir que comienza a principios de la década de los 80, la Primera Generación (1G) fue el primer sistema análogo AMPS, ampliamente utilizado en Estados Unidos, Canadá, y varios países de Sudamérica, Austria y China. Éste empleó la técnica FDMA (Frequency Division Multiple Access).

Posteriormente, este estándar dio paso en 1990 a la Segunda Generación (2G) con el D-AMPS, o Digital AMPS, también conocido como TDMA (Time Division Multiple Access) operando en las bandas de 800 y 1.900 MHz asignada a los sistemas PCS (Personal Communication System) que emplea la misma banda de frecuencias, mejorando hasta seis veces más la capacidad que el sistema analógico AMPS ofrecía. La técnica TDMA, ayudó a mejorar la señalización y ofrecimiento de nuevos servicios como mensajería SMS (Short Message Service), grupo cerrado de usuarios, estructuras jerárquicas de red, etc. (Torres, 2010). La importancia de ofrecer la mensajería SMS en la evolución de la telefonía móvil reside en que implicaba una ruptura en la concepción de la tecnología (pasó de la transmisión de voz a la transmisión de datos), abriendo la puerta al desarrollo del teléfono móvil como dispositivo de acceso a contenidos y publicidad (Aguado y Martínez, 2006; Robledo, 2007).

La constante evolución del teléfono móvil favoreció el desarrollo de un nuevo sistema en Europa que permitiera el roaming internacional, creándose un grupo de trabajo denominado GSM (Groupe Special Mobile, actualmente conocido como Global System for Mobile Communications), con el mandato de especificar un sistema de telefonía móvil de gran capacidad, con posibilidad de evolución para incorporar nuevas tecnologías, servicios y aplicaciones. La especificación de la Fase I de GSM concluyó con los servicios y las primeras redes que se desplegaron inmediatamente, superando todas las previsiones iniciales en 1991. El desarrollo de GSM fue espectacular y cumplió sobradamente las esperanzas puestas en él, incrementando su ámbito inicialmente previsto para extenderse fuera de Europa, en Estados Unidos, Países Árabes, Australia, etc. (Torres, 2010).

Muchos de los proveedores de servicios de telecomunicaciones (carriers) se fueron moviendo rápidamente a las redes de Generación 2.5 (2.5G) antes de entrar masivamente a la Tercera Generación (3G). El 2.5G ofrecía características extendidas para ofrecer capacidades adicionales que los sistemas 2G no ofrecía, tales como GPRS (General Packet Radio System), HSCSD (High Speed Circuit

Switched Data), EDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution), IS-126B, IS-95B, entre otros (Martínez, 2001).

En el año 2005 se creó un nuevo estándar de comunicaciones móviles llamado Tercera Generación (3G), lo que significó un salto enorme a comparación de los sistemas anteriores. Esta tecnología permitió la transmisión de datos a alta velocidad a través de técnicas avanzadas de comunicación de circuitos y de paquetes, soportando tecnología IP (Internet Protocol) posibilitando el acceso a internet y en general a aplicaciones multimedia móviles, con servicios personalizados y basados en la localización de los usuarios. Se perfilaba así la doble línea de evolución de la telefonía móvil, centrada como conjunto de herramientas (multifuncionalidad del dispositivo) y en el servicio (la conectividad y el acceso a contenidos) (Aguado y Martínez, 2006; Torres, 2010).

Los últimos modelos de teléfonos móviles disponibles se han convertido en verdaderos smartphones o teléfonos móviles inteligentes ya que integran en un mismo aparato reproductor de música y video, videollamadas, acceso a internet, videojuegos, sistema de navegación GPS e incluso aplicaciones informáticas del entorno profesional (Torres, 2010; Vacas, 2007).

En México la llegada del teléfono móvil fue diferente ya que hasta 1984 fue cuando Telcel obtuvo la concesión para explotar la red de servicio radiotelefónico móvil en el área metropolitana de la Ciudad de México, bajo la denominación de "Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V." operando en las bandas radiofónicas de 450-470 y 470-512 MHz. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) convocó la introducción de la telefonía móvil en nuestro país en nueve diferentes regiones (ver figura 1 y tabla 1). En 1989 nace Iusacell, convirtiéndose en la primera compañía de telefonía móvil en ofrecer el servicio en la Ciudad de México y en ese mismo año Telcel ofreció los servicios de telefonía móvil en la ciudad de Tijuana, B.C. A partir de 1990 Telcel y Iusacell expanden sus servicios en el Distrito Federal y la zona metropolitana y paulatinamente el servicio a escala nacional en sus respectivas regiones. En este periodo también comienza la expansión de la telefonía móvil en diferentes países del mundo (Robledo, 2007; Ruelas, 2010).





Figura 1. Mapa de las nueve regiones de telefonía móvil en México. Adaptado a partir de los datos de Iusacell, (s.f).

Tabla 1. Regiones de telefonía móvil y sus correspondientes Estados y municipios. Con base a la información de COFETEL, (2009).

Regiones	Estados que comprenden la región
R1	Baja California Norte, Baja California Sur y municipio de San Luis Rio Colorado, Sonora.
R2	Sonora y Sinaloa.
R3	Chihuahua, Durango, municipios de Coahuila, Torreón, Francisco I. Madero, Matamoros, San Pedro y Biseca.
R4	Coahuila, Torreón y Tamaulipas.
R5	Jalisco, Nayarit, Colima y Michoacán.
R6	Aguascalientes, San Luis Potosí, Zacatecas, Guanajuato, Querétaro y municipios de Jalisco: Huejuar, San Maria de los Ángeles, Colotlan, Teocaltiche, Huejuquilla, Mesquitic, Villa Guerrero, Bolaños, Lagos de Moreno, Villa Hidalgo, Ojuelos de Jalisco y Encarnación de Díaz.

R7	Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Oaxaca y Guerrero.
R8	Chiapas, Tabasco, Yucatán, Campeche y Quintana Roo.
R9	Hidalgo, Distrito Federal, Estado de México y Morelos.

La rápida evolución del teléfono móvil ocasionó la alta de usuarios en todo el mundo. Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), a finales de 2010 había 5.300 millones de suscripciones a la telefonía móvil en todo el mundo, de ellas 4.000 millones en los países en desarrollo, desde el punto de vista de la renta per cápita. En México el aumento de usuarios también ha ido a pasos agigantados, desde que surgió el auge tecnológico en el 2000 se contaba con 14, 007,880 usuarios de telefonía móvil incrementando para el 2013 a 105, 005,729 usuarios (ANATEL, 2014) (ver tabla 2). La penetración de la telefonía móvil ha alcanzado en la actualidad el 70% en los países en desarrollo, gracias al impulso de empresarios muy dinámicos, planes de llamadas prepagadas y amplias redes de pequeños revendedores (Furlano, 2011; ONU, 2011; Torres, 2010).

*Tabla 2. Total de usuarios de telefonía móvil desde el año 2000 al 2013 en México. Con base a la información de ANATEL, (2014).*

<b>Año</b>	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Telefonía Móvil Total</b>	14,007,880	21,757,559	25,928,266	30,097,700	38,451,135	47,451,135	55,395,461	66,559,462	75,322,524	83,219,066	91,383,493	94,583,253	100,727,228	105,005,729

Para resumir, el teléfono móvil surgió en primera instancia como un medio para resolver las necesidades básicas de la comunicación a distancia de una manera práctica que permitiera la movilidad del instrumento. Actualmente se ofrece una amplia gama de propuestas y servicios para satisfacer diferentes tipos de necesidades, creando una demanda cada vez más alta para las empresas

telefónicas. Para finalizar, se debe mencionar que el Internet ha sido fundamental para la evolución del teléfono móvil ya que ha permitido que la comunicación entre las personas sea más amplia, rápida y eficaz.

#### Materiales para la fabricación del teléfono móvil

Los aparatos electrónicos están fabricados de diferentes materiales y minerales que son fundamentales para su funcionamiento y presentación física. Un teléfono móvil está constituido, básicamente, por los siguientes elementos (Tejeda, 2012):

- Placa de circuito impreso
- Pantalla de tecnología LCD (pantalla de cristal líquido)
- Teclado alfanumérico
- Antena
- Batería
- Carcasa
- Conectores

Además, el paquete de venta contiene accesorios tales como: cargador, audífonos y cables USB.

Prácticamente un teléfono móvil está hecho 100% de minerales y metales. Para la fabricación de la pantalla se encuentra el mercurio, yodo y las llamadas “tierras raras” para darles color, en la carcasa de los actuales teléfonos móviles se ocupa el aluminio y en la antena se ocupa el magnesio. Para poder dar a cada aparato la señal que requiere en su funcionamiento, se emplean elementos como el arsénico y el galio. En la batería son utilizados los iones de litio, níquel, cadmio o hidruro de metal, para los microchips son ocupados el silicio, oro, plata, platino, paladio, cobre, tántalo y niobio, estos dos últimos se extraen del mineral conocido como coltán, encontrándose principalmente en el sur del planeta y tienen una gran importancia en la fabricación de aparatos electrónicos, específicamente en los teléfonos móviles. A continuación se ampliará más el tema de este mineral y se hablará sobre sus componentes, su uso, la importancia que se le ha dado en las

últimas décadas, su explotación y el impacto sociopolítico y ambiental que ha ocasionado.

### Coltán, mineral estratégico

Al vivir en un mundo industrializado y rodeados de tecnología que se vuelve más compleja y avanzada es necesario cada vez más la utilización de recursos que maximicen los beneficios, reduzcan costos y sean de fácil manipulación, es decir, que posean características diferenciadas. El coltán cumple con ser un recurso estratégico por sus propiedades elementales como superconductividad, maleabilidad, resistencia a altas temperaturas, entre otras (López, G., López, J. y García, 2009).

El coltán es un mineral que recibe el nombre de columbita-tantalita. La columbita (columbio es el primer nombre que se le asignó al niobio) es un compuesto de óxido de niobio, hierro y manganeso [(Fe, Mn) Nb<sub>2</sub>O<sub>6</sub>] y la tantalita, tantalio o tántalo es un compuesto de óxido de tantalio, hierro y manganeso [(Fe, Mn) Ta<sub>2</sub>O<sub>6</sub>]. El niobio y tántalo se encuentran juntos en la naturaleza al estado de niobato-tantalato de hierro y manganeso (Fe, Mn) (Nb, Ta)<sub>2</sub> O 6. Ambos poseen propiedades muy interesantes que sólo se pueden aprovechar cuando se separan (Duque, 2012; Hernández, 2014; López, G., et al., 2009).

Puede denominarse de formas diferentes según las cantidades en que ambos están presentes en el mineral en cuestión. Cuanto más niobio contenga el mineral y menos tantalio, se llama “columbita-tantalio” o “ferrocolumbita-tantalio”, y cuando menos niobio y más tántalo, se denomina “tantalita-columbita”. Existen otras fuentes de tántalo como la escoria resultante de la fundición del estaño, que contiene este mineral en cantidades considerables. De igual forma el niobio tiene una mineralización importante, el pirocloro [(Na, Ca) 2NbO<sub>6</sub>(OH,F)] (Hernández, 2014).

Históricamente el niobio fue descubierto en 1801 por Charles Hatchett, y fue originalmente llamado “columbio”, subsecuentemente fue reconocido como tal por el químico alemán Heinrich Rose quien lo llamó “niobio”. El nombre fue usado

indistintamente por un tiempo, hasta que “niobio” finalmente fue aceptado en 1949. El tántalo fue descubierto en 1802 por el científico sueco Anders Ekeberg.

El tántalo (Ta) y el niobio (Nb) se encuentran en el Grupo V del Sistema Periódico de los Elementos Químicos, son escasos en la naturaleza y no se encuentran como metales libres, sino como, elementos esenciales en un grupo de minerales, principalmente minerales de óxido. Sus comportamientos químicos y físicos son muy similares, pero se debe decir que debido a la importancia del tántalo para la electrónica, la industria química, etc., se ha visto en la necesidad de crear métodos de separación de los dos metales (Hernández, 2014; Martell, 2011).

El tántalo es un superconductor térmico y de electricidad, está capacitado para almacenar carga eléctrica temporal y liberarla cuando se necesita, beneficiando a las pilas ya que duran más tiempo (así radica su importancia para las empresas de telefonía móvil), además, es resistente a muchos ácidos y a la corrosión química casi en la misma medida que el vidrio, esto se debe a que se recubre de una capa adherente de óxido, la cual actúa como protectora de la superficie metálica. Es dúctil y maleable, se puede doblar con facilidad, enrollar o soldar. Es un metal denso y pesado que posee una temperatura de fusión muy alta, presenta un color gris brillante que tiende a tornarse azul cuando está en contacto con el aire, (cabe mencionar que el coltán también es conocido como “oro azul”) y tiene la capacidad de ser bio-compatible (El tiempo, 2009; Martell, 2011).

La importancia estratégica del tántalo reside en que es fundamental para aleaciones superresistentes y sectores tecnológicos tan importantes como la microelectrónica (microcircuitos y condensadores), las telecomunicaciones (telefonía móvil, computadoras, videojuegos y televisores de plasma), la industria aeroespacial (siendo un material idóneo para uso extraterrestre en la Estación Espacial Internacional y bases espaciales), en satélites, en el desarrollo de armas inteligentes, misiles balísticos, medicina (implantes), levitación magnética, juguetes electrónicos, microprocesadores y construcción de baterías cada vez más pequeñas, permitiendo que su carga dure mucho más tiempo. Este elemento

también está presente en los MP3, GPS, centrales atómicas y en partes de trenes de alta velocidad (Hernández, 2014; Martell, 2011).

El niobio posee menos bondades que el tántalo, lo que significa que su aplicación es menor para la fabricación de herramientas tecnológicas, pero aun así es muy frecuente su uso en forma de Ferro-Niobio como aleante para aceros, y como carburo de niobio en herramientas para mecanizado de alta velocidad (MAV). También éste se emplea, aleado con tungsteno, titanio y molibdeno para resistir elevadas temperaturas en reactores nucleares y válvulas electrónicas. En los aceros para la construcción semicalmados, bajos en carbono, el niobio sirve para elevar el límite elástico y la resistencia a la atracción; por ello, su empleo se extiende cada día más como reemplazo de acero de baja aleación (Duque, 2012; Pérez, 2013).

El coltán es extraído por procedimientos primitivos similares a como se extraía el oro en la California de hace dos siglos. Miles de trabajadores (entre ellos muchos niños) excavan grandes agujeros para extraer el coltán del subsuelo. La extracción se da en camas de corriente, en depósitos aluviales, donde predominan piedras blandas del material, las cuales son sacadas rápidamente con picos y palas. Los mineros cavan y embolsan el coltán, la grava es cernida completamente en una malla de 5 milímetros, resultando granitos que son lavados en un recipiente redondo, bajo el cual sólo permanecen las partículas de coltán duro. El grano es medido en unidades de 200 gramos (7oz), los cuales son encerrados y llevados en una mochila tejida, hecha de lianas (López, G., et al., 2009; Martell, 2011).

En las últimas décadas, pero especialmente desde que se produjo el boom comercial de los teléfonos móviles, el coltán extraído de Australia, Brasil y Tailandia empezaba a escasear, necesitando encontrar países en donde se encontrara el mineral. Uno de esos países fue la República Democrática del Congo (Antigua República del Zaire) en donde se encuentran reservas de coltán. Su extracción comenzó a generar problemas y conflictos con graves repercusiones sociales (se ampliará este tema más adelante). Aunque los teléfonos móviles emplean cantidades ínfimas de tántalo (los fabricantes no

ofrecen datos precisos), utilizan el 50% de la extracción mundial (López, G., et al., 2009).

En síntesis, el coltán es un mineral transcendental para la telefonía, ya que es un mineral insustituible; es único en la industria y multifacético, puesto que los óxidos de los que está compuesto (columbita y tantalita) constituyen una solución sólida completa entre ambos minerales. Esto es lo que lo ha colocado en un lugar importante como un mineral muy cotizado e importante por su escasez en la naturaleza, por ello las ganancias de su venta son bastantes considerables, siendo un claro ejemplo de cómo el avance tecnológico contribuye a que materiales considerados simples curiosidades mineralógicas sean cruciales debido a sus nuevas aplicaciones.

#### Repercusiones sociopolíticas

El gran aumento de la demanda del coltán ha establecido un mercado ilegal en la República Democrática del Congo (RDC). Su posición estratégica y sus recursos naturales han sido la principal causa de los enfrentamientos políticos, económicos y sociales por parte de grupos sociales, autoridades y actores internacionales (Pérez, 2013). La intervención de las empresas transnacionales dentro del conflicto de la RDC es de vital importancia, ya que éstas han tenido y aún tienen sumo interés en su compra. La mayoría de esas empresas requieren el mineral para la elaboración de su producción, y es evidente que hacen lo que está a su alcance para obtenerlo. Los suministradores de componentes y las empresas intermediarias de la industria microeléctrica e informática tienen un dilema: pagar a precio de mercado y depender de los vaivenes en la cotización o comprar de contrabando (López, G., et al., 2009; Martell, 2011).

Es importante señalar que las principales reservas de coltán se encuentran en la parte boscosa de la RDC. Según Kevin Woods (2004 en Martell, 2011), la RDC posee el 80% de las reservas mundiales, aunque el mismo autor aclara que hay otras investigaciones donde se señala que sólo posee el 15% de las reservas mundiales. De igual manera, refiere que existen otros países que se destacan por

la posesión de este mineral, países como Australia que conservaba más del 60% de la producción mundial en el 2000, donde el aumento de la demanda de nuevos productos electrónicos provocaron un déficit de suministro, ocasionando una oleada de compras de pánico y un incremento masivo de los precios.

A partir del 2000, con el incremento del precio del coltán y el escenario que prevalecía en ese momento, la RDC era de cierta manera favorable para que las empresas obtuvieran el mineral de una manera prohibida, estableciendo vínculos con las guerrillas y extrayéndolo de manera clandestina, lo cual ha provocado mayores problemas económicos, políticos y sociales en la RDC.

Pese a la guerra que se vive actualmente en la RDC entran en juego enfrentamientos por el control y comercio de varios recursos naturales como el oro, los diamantes, el cobre y el cobalto, sin embargo, es el coltán el que obtiene una gran demanda de los mercados internacionales debido a su importancia en el uso tecnológico, por ello se ha convertido en un mineral fuertemente disputado y en uno de los minerales que genera más ganancias a las fuerzas ocupantes y a los rebeldes, siendo uno de los motores más importantes del conflicto. Su extracción ha provocado un largo conflicto bélico interno en el país desde hace más de una década, cobrándose tantas muertes ante los ojos cerrados de la comunidad internacional (Gorondy y López, 2011).

En este tráfico no sólo han participado las empresas transnacionales, sino que, del mismo modo países como Ruanda y Uganda tras invadir territorio congoleño han estado lucrando (en confabulación con grandes empresas transnacionales) con el saqueo de los minerales estratégicos que posee la RDC, entre ellos el coltán. Según datos del Comité de Solidaridad con el África Negra-Madrid, en 2000 Ruanda ganó 40 millones de dólares por la venta de diamantes, 15 millones por oro y 191 millones por el coltán extraído de suelo congoleño. El mismo año, Uganda obtuvo 1.8 millones de dólares por la venta de diamantes, 105 mil por el oro y 6.2 millones por el coltán, cifras que no contabilizan el abrumador tráfico clandestino (Gorondy y López, 2011; Martell, 2011).



Se puede decir que la Guerra del Coltán (1998-2003), es la continuación de la Primera Guerra del Congo (1996-1997). Entre las principales características de esta rebelión está la continuidad del saqueo de los recursos naturales en la RDC. De hecho esta guerra es denominada así, ya que en este periodo el coltán despertó la codicia de los países vecinos y distintas facciones armadas que intentaron tomar el control sobre su explotación, esto dio origen a enfrentamientos abiertos entre los grupos.

El periodo que comprende la Guerra del Coltán, también conocida como Segunda Guerra del Congo o Gran Guerra de África es cuando se acentúa el problema del tráfico del coltán. Durante esta guerra se han seleccionado soldados y civiles de nueve países e innumerables grupos rebeldes armados, se ha apelado casi enteramente dentro de las fronteras de este país. Por su parte, el coltán toma importancia como material estratégico por el uso de la industria que abastece, utilizándolo también como elemento para la financiación de la guerra ya que el mayor número de reservas se encuentran en zonas donde los jefes de guerrillas tienen predominio, facilitando el establecimiento de vínculos entre guerrillas que surgen al interior de la RDC, empresas transnacionales y países externos al conflicto (Martell, 2011; Snow, 2013).

Una de las grandes consecuencias derivadas del conflicto bélico que hoy en día se continúa viviendo en la RDC, son los problemas tanto sociales como económicos. Estos son los problemas que más se destacan ya que la población es más vulnerable ante las consecuencias que trae consigo una guerra, sobre todo en este conflicto, donde ha intervenido una gran cantidad de actores y donde la sociedad ha sido uno de los ejes para incentivar el miedo y la agresión (Martell, 2011).

La violencia es uno de los aspectos que destacan porque son constantes las masacres, raptos de niños que anexan a sus filas como soldados, abuso sexual de muchas mujeres y saqueos por parte de las guerrillas de Uganda (las cuales el gobierno de la RDC mencionaba que ya habían sido derrocadas). Por otra parte, las condiciones de las minas en donde trabajan los niños son inhumanas, además

de que la paga es muy poca para la jornada laboral que llevan a cabo, contraviniendo los principios básicos de los Derechos Humanos, sobre todo porque finalmente las consecuencias pesan sobre la sociedad congoleña y hoy por hoy los culpables de la destrucción dentro de este conflicto continúan impunes ante esta ola de violencia y agresión (Gorondy y López, 2011; Informador, 2014).

Es importante recalcar que a raíz de esta guerra, el país ha entrado en una fase de generalización de la pobreza. Debido a los conflictos, la población se ha visto en la necesidad de abandonar tierras que cultivaban de las cuales dependían económicamente, muchos de ellos han tenido que insertarse en el negocio de la extracción de coltán, ya sea como mineros excavadores, porteros o incluso se han unido a las filas de las facciones guerrilleras. Otra consecuencia social de esta guerra que es de suma preocupación es la crisis alimentaria que ha dejado huella en la población de la RDC, afectando un 75% de la población (Martell, 2011).

Como se había mencionado, el coltán no sólo se encuentra en la RDC sino en otros países. En Venezuela hace algunos años fue encontrado un yacimiento que representaría una nueva oportunidad de negocios en Latinoamérica, sin embargo, cuando el presidente Hugo Chávez anunció la existencia de este yacimiento en la frontera con Colombia, en medio de la euforia, ordenó militarizar el lugar para protegerlo de los traficantes, por desgracia ya se habían detectado algunas explotaciones ilegales de este producto siendo llevado a Colombia para que posteriormente se exportara a Brasil y Estados Unidos.

Colombia tampoco es ajena a la fiebre mundial de la explotación del coltán. Por eso, el gobierno congeló la aprobación de al menos 300 solicitudes ante el Instituto Colombiano de Geología y Minería (INGEOMINAS) para la explotación del coltán. A pesar de ser un mineral poco conocido, el coltán es una rica fuente de ingresos para los países que lo poseen. De acuerdo con INGEOMINAS, el cálculo que se tiene es que Colombia puede ser poseedor del 5% de las reservas del mundo, encontrándolo en Guanía, Vaupés y Vichada (El tiempo, 2009).

Las empresas que se relacionan con la extracción del coltán no sólo tienen la faceta de compradoras, sino que muchas de ellas intervienen como intermediarias, lo cual agrava la situación, debido a que existe un apoderamiento de las ventas del coltán. Asimismo, muchas de éstas sacan el mineral y no pagan impuestos, dejando en desventaja al país, porque el posible beneficio económico no es más que favorecedor para estos sujetos y no para el país en general.

Entre el pequeño grupo que procesa el mineral se encuentra; H.C. Starck (Alemania), Cabott Inc (EEUU), Ningxia (China) y Ulba (Kazajistán). Esto nos da una idea de la importancia que tiene el mineral y que evidentemente da pie a la creación de monopolios, ya que al existir pocas compañías con la suficiente capacidad para llevar a cabo el proceso de refinación las coloca en una situación importante, además de que sus ganancias son mayores (Martell, 2011).

La compañía H.C. Starck produce el 50% del tántalo a nivel mundial suministrándolo a la industria electrónica. A esta empresa se le adjudicó ser una de las mayores compradoras del coltán de la guerra en la RDC. Entre sus intermediarios se encontraba el alemán Karl-Heinz Albers, el cual dirigía la firma congoleña Sumikivu, perteneciente en un 70% a la Gesellschaft Für Elektrometallurgie (Sociedad Electrometalúrgica) de Nuremberg. Sumikivu tenía el control de una mina donde se extraía niobio y financiaba a los rebeldes, quienes a su vez la protegían. También suministraba del coltán congoleño a H.C. Starck a través de su firma alemana Masingiro GmbH.

En informes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se ha señalado también a Eagle Wings Resources International, una agencia de coltán subsidiaria de Trintech International Inc., con sede en Ohio, Estados Unidos, que tenía oficinas en la RDC, Ruanda y Burundi. Trintech organizaba ventas a las empresas procesadoras de NAC Kazatomprom en Kazajistán, a la empresa Ningxia Non-Ferrous Metals Smeltery y a H.C. Starck y su único proveedor y asociación comercial de coltán era Eagle Wings Resources International (Hernández, 2014).

Con el apoyo de los gobiernos, estas empresas transnacionales de explotación minera han desarrollado sus actividades en las zonas de conflicto, estableciendo relaciones comerciales con las distintas facciones. En muchos casos la actuación de éstas ha contribuido de manera negativa a la evolución del conflicto, pues llevan a cabo sus actividades al margen de la Guía para las Empresas Multinacionales elaborada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la cual es de cumplimiento obligatorio para los países miembros. El Panel de expertos de las Naciones Unidas sobre la explotación de recursos naturales de la RDC determinó que en el año 2002, 89 empresas multinacionales incumplían esta guía. La mayoría de ellas son de países miembros de la OCDE como Estados Unidos, Bélgica, Gran Bretaña, Alemania, Suiza, etc. (Martell, 2011)

El rol de las empresas transnacionales ha cobrado importancia, debido a que se han convertido en entes de gran dominio, en actores que a nivel internacional ejercen una total influencia en la toma de decisiones. Actualmente se dice que muchas de ellas sobrepasan la capacidad de los Estados, debido a su poder económico (Pérez, 2013). Como lo mencionan Lasa y Sepúlveda (s.f, p. 48), con la privatización y la concesión de parte de la soberanía nacional, “las empresas transnacionales han adquirido un gran margen de influencia y poder político-económico que las hacen protagonistas de importantes decisiones a nivel mundial y que afectan a personas y colectivos de los países dentro de los que llevan a cabo su actividad, con la complicidad de los Estados y la impunidad como principal característica de los impactos negativos que provocan sobre las personas y los pueblos”.

Muchas de las empresas que están relacionadas directamente con la explotación de recursos naturales, en específico del coltán, niegan tener relación con el saqueo del mineral. “Las grandes compañías internacionales de la electrónica son las auténticas responsables del genocidio; evitan que sus nombres se relacionen con el conflicto congoleño y para ello presionan a través de los ingresos publicitarios a los grandes medios de difusión.” (Luque, s.f, p. 70). Los medios

masivos tergiversan la información relacionada con la guerra y de esta manera, nombres de empresas renombradas a nivel internacional son eliminados de las noticias internacionales.

De acuerdo con un reporte de la IPIS (Servicio de Información para la Paz Internacional, por sus siglas en inglés) de septiembre de 2002, se menciona que entre las empresas calificadas como mayores consumidores de coltán se encuentran algunas de las más grandes manufactureras de teléfonos móviles como Nokia, Motorola, Sony Ericsson, Samsung y Alcatel e industrias de la información como, Compaq, Dell, IBM, HP, Apple, Lucent y Siemens. Las otras compañías que también dependen del coltán, son aquellas que se encargan de fabricar componentes que contienen tántalo, tales como AMD, AVX, Epcos, Hitachi, Intel, Kemet, NEC. Éstas al final son las que se benefician y por lo tanto, son las responsables de que la guerra en la RDC continúe.

Ante este problema, es importante mencionar la posición de las empresas transnacionales, las cuales tratan a toda costa de que no se les relacione con el problema de la RDC. Por ejemplo, Nokia menciona en su página de internet que no compra tántalo ni ninguna otra materia prima, sólo componentes ya procesados (algunos de estos contienen tántalo). Además dice que están haciendo lo que está a su alcance para no comprar el tántalo proveniente de zonas de conflicto como la RDC. Al igual que Apple, mencionan que exigen a sus proveedores de coltán un certificado que compruebe que la materia prima no proviene de la RDC y que fue extraído de manera legal sin violentar la vida de ningún ser humano (Duque, 2012; Martell, 2011).

Intel anunció en 2011 que dejaría de comprar tántalo procedente de la antigua colonia Belga. Samsung asegura en su página corporativa que tomó medidas para garantizar que sus terminales no contienen materiales derivados del coltán congoleño extraído ilegalmente (Gómez, 2012). Otras empresas mencionan que es difícil saber la procedencia del mineral que utilizan, pero dicen que se fían de la palabra de sus distribuidores, ya que no tienen otra opción. Como lo menciona Lobo (2001 en Martell, 2011), empresas como Nokia o Motorola dicen que lo único

que pueden hacer es solicitar a sus proveedores que no utilicen tántalo de la RDC, aunque fuentes avaladas como CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) y la ONU indican que es posible determinar su verdadero origen.

La importancia de saber las repercusiones sociopolíticas relacionadas a la construcción del teléfono móvil es fundamental para esta investigación ya que al no tener un control de las guerrillas los minerales exportados ilegalmente a las empresas contribuyen a la contaminación del medio ambiente ya que no se siguen con las normas de extracción adecuadas. Por otra parte, es importante saber que los problemas en la fabricación del teléfono móvil no sólo son ambientales sino también políticos, económicos y sociales que perjudican a poblaciones enteras de países pobres como la RDC.

#### Repercusiones medio ambientales causadas por el teléfono móvil y el coltán

La naturaleza se ve amenazada por muchos frentes, el ser humano es su principal depredador, a lo largo de su existencia ha creado sistemas cada vez más complejos de apropiación y transformación de la misma. Los científicos advierten que si el mundo continúa al ritmo actual, las temperaturas mundiales podrían aumentar más de cuatro grados Celsius hacia fines de este siglo, lo que tendría repercusiones en todos los ámbitos, desde la economía mundial hasta la salud de la personas y la estabilidad de los ecosistemas que sostienen la vida en la Tierra, desde la energía hasta los alimentos, pasando por la seguridad hídrica y la seguridad internacional. No podemos mantener nuestro ritmo de consumo sin arriesgar nuestra prosperidad (López, G., et al., 2009; ONU, 2011).

En un momento en que tantas economías están luchando por salir adelante, algunos podrían alegar que la sustentabilidad es un lujo que no nos podemos permitir, sin embargo, sucede todo lo contrario: si agotamos nuestros recursos naturales, agotaremos nuestras posibilidades de auténtica prosperidad, tenemos que reducir las emisiones mundiales, preservar las riquezas naturales, empoderar

a las poblaciones más vulnerables del mundo y catalizar la prosperidad derivada de las bajas emisiones de carbono en beneficio de todos (ONU, 2011).

Los teléfonos móviles figuran entre los utensilios de la electrónica de consumo que más rápidamente se tiran a la basura, el incremento sin precedentes de su uso a nivel mundial combinado con la rápida obsolescencia para sustituirlos por otros nuevos de tecnología más compleja crea cantidades considerables de desechos, lo que puede suponer graves impactos ambientales y a la salud, además de un absurdo desperdicio de materiales no renovables.

A pesar de que la vida útil de un teléfono móvil es de dos años, el promedio de vida útil en los países desarrollados es de sólo doce meses, pues la acelerada obsolescencia tanto tecnológica como psicológica, conduce a los usuarios a reemplazar sus aparatos constantemente. Sin embargo, el equipo obsoleto puede ser considerado valioso (económica o sentimentalmente) por el usuario de modo que, por lo general no lo entrega para su reciclaje, sino que, lo regala, lo comercializa o lo guarda y si no lo valora lo desecha junto con la basura convencional dando lugar a que acabe en rellenos sanitarios, donde los distintos componentes del teléfono móvil entran en contacto con otros productos químicos, causando posibles reacciones químicas incontroladas y generando productos que pueden ser lixiviados por la lluvia y trasladados a suelos y cuerpos de agua como ríos o aguas subterráneas con impactos negativos en la salud humana y el medio ambiente (Tejeda, 2012).

Uno de los factores que impactan perjudicialmente al medio ambiente es la fabricación de cada teléfono móvil que genera 22 kg de bióxido de carbono, asimismo, el alto consumo de energía que es necesaria para recargar la batería, realizar llamadas, enviar mensajes de texto y transmitir datos a través de las redes de servicios inalámbricos aumenta las emisiones de los gases de efecto invernadero (El mundo, 2004; El tiempo, 2009; Gahran, 2010).

La OCDE en el 2001, define que cualquier dispositivo que utilice un suministro de energía eléctrica es un equipo eléctrico o electrónico (Boeni, Silva y Ott, 2009). La

nomenclatura Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) y también la sigla WEEE (Waster Electrical and Electronical Equippament), han sido utilizadas para designar la clase de residuos que incluye una gran diversidad de productos, desde los aparatos domésticos hasta equipos especializados: televisores, monitores, ordenadores, scanner, impresoras, equipos de audio, DVD, video cámaras, teléfonos móviles, juguetes electrónicos, herramientas eléctricas, lámparas flourescentes y todos los electrodomésticos (Bethany Leigh Allen Leigh, 2011).

Los aparatos eléctricos y electrónicos fuera de uso presentan una preocupación ambiental por los siguientes motivos:

- El espacio que están ocupando en los vertederos.
- El consumo insostenible y el desaprovechamiento de recursos naturales.
- La energía utilizada en su producción, pues el reciclado es difícil, de baja rentabilidad y contaminante para el medio ambiente y también para las personas que se ocupan de esta actividad.

Según, Rodrigues (en Rodrigues, et al., 2006), varias experiencias de gestión siguen implementadas en todo el mundo, así como la formulación de políticas con la finalidad de reducir los impactos ambientales, lo que evidencia la dimensión del problema y la preocupación existente entre los países desarrollados que vienen investigando y sobretodo acompañado año tras año el rápido crecimiento de sus RAEE.

Otro problema que existe es la extracción del coltán. En la actividad minera se da la contaminación de corrientes de agua por el limo procedente del proceso de lavado, este procedimiento mata a animales invertebrados y reduce la fotosíntesis de las plantas acuáticas provocando un significativo impacto ambiental que va más allá de los yacimientos, ya que estos materiales son transportados a otros lugares, donde al ser acumulados pueden derramarse y contaminar el medio ambiente.



Hay que recordar que la RDC forma parte de la Cuenca del Congo, y que geopolíticamente se encuentra en un lugar estratégico para muchos actores, ya que prácticamente cuenta con el segundo “pulmón” más grande del mundo, después del Amazonas. La minería artesanal al no ser regulada ha provocado la invasión de grandes grupos de mineros artesanales en, o cerca de las áreas protegidas, siendo ésta una agresión grave a la biodiversidad (Pérez, 2013).

El impacto de los conflictos y de la explotación minera ha repercutido en la Reserva de Vida Silvestre Okapi, en el Parque Nacional de Garamba, Parque Nacional de Salonga, Parque Nacional Kahuzi-Biega y Parque Nacional de Virunga, (ver figura 2) inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial en Peligro de Extinción (Pérez, 2013). Los mineros ilegales se internan en estos parques donde viven los gorilas de montaña, especie característica de la región que está al borde de la extinción al coincidir los yacimientos con sus hábitats. Los mineros para sobrevivir cazan a los gorilas para comer su carne o explotarla.

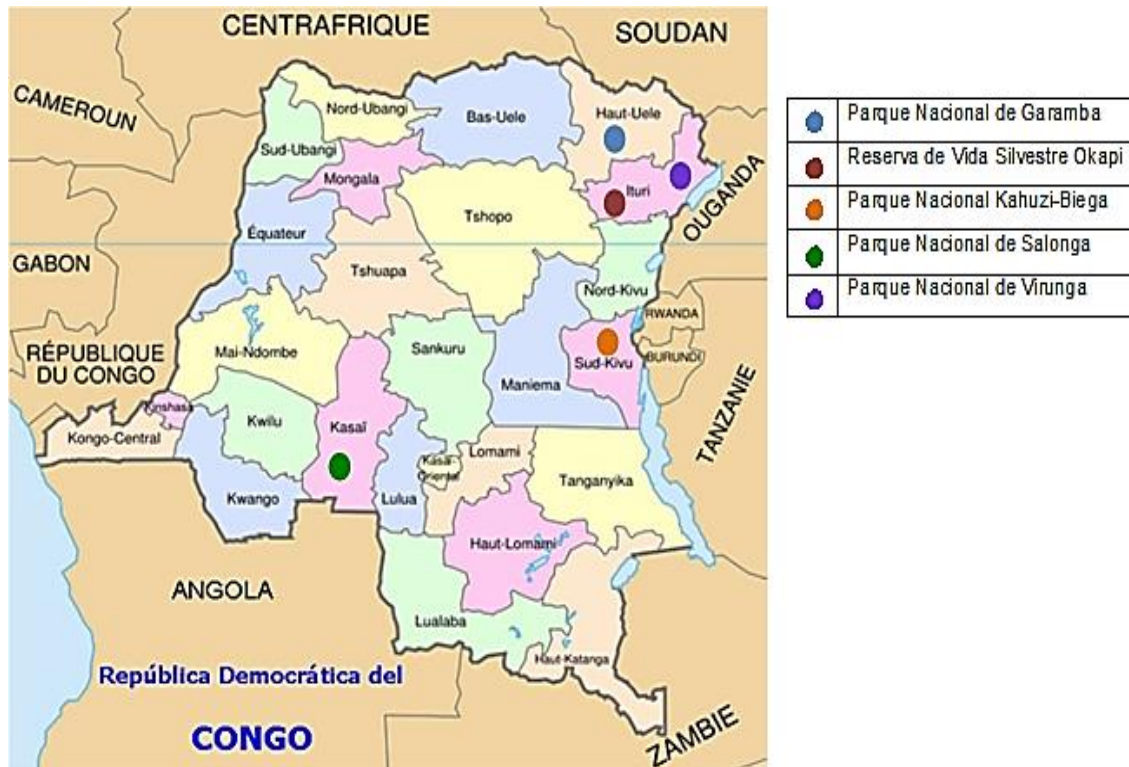


Figura 2. Mapa de los Parques Nacionales de la RDC en donde se explota ilegalmente el coltán. Adaptación de olexua-paisesdelmundo, (2010).

En conclusión, la minería excesiva da lugar a la erosión que contamina los cuerpos de agua, impactando negativamente en la vida silvestre (Grespin, 2010). La deforestación para acceder a los yacimientos de coltán, la utilización de la madera por los mineros para cocinar o calentar, para fabricar las bandejas con las que se lava el mineral y la utilización de lianas para transportarlo, ha causado un grave deterioro de sus zonas verdes y la migración de animales (Hernández, 2014).

#### Ciclo de vida del teléfono móvil

La industria de la telefonía móvil estima su vida útil menor a dos años, periodo en que es utilizado por su primer usuario. Este hecho se debe en parte a que los operadores ofrecen cada vez más servicios atractivos, lo que lleva a que el

usuario requiera de otro teléfono móvil diferente del que posee, induciendo al cambio del mismo. A partir de los diferentes factores existentes que intervienen en el constante cambio del teléfono móvil, cada año se venden a nivel mundial más de 1.000 millones de teléfonos móviles y dos de cada tres personas tienen acceso a la telefonía móvil, sin contar que hay ocasiones en las que tienen más de un equipo. La fabricación de equipos móviles en los últimos tiempos ha estado dominada por Nokia, Samsung, LG Electronics, Motorola, Apple y Sony Ericsson durante los últimos años (Tejeda, 2012).

Los ciclos de vida del producto y del proceso comparten una etapa común, que es la manufactura del producto (uso del proceso). La norma ISO 14040 (International Organization for Standardization) establece los fundamentos de la Evaluación del Ciclo de Vida, y lo define como las etapas consecutivas e interrelacionadas de un sistema producto, desde la adquisición de materia prima o de su generación a partir de recursos naturales hasta la disposición final (Romero, 2003; Tejeda, 2012) (ver figura 3).



Figura 3. Esquema de análisis de ciclo de vida del teléfono móvil. Recuperado de Dapco, (s.f).

Dentro de las diferentes fases del ciclo de vida, el diseño del producto puede influir en cada etapa y al mismo tiempo al medio ambiente. El diseño del producto afecta el tipo de materiales que se usará para fabricar, sin embargo, también puede evitar los desperdicios de muchas maneras. Los teléfonos móviles pueden diseñarse con componentes modulares que sean reemplazados con facilidad para que el producto entero no tenga que desecharse cuando falle una pieza.

La fase de extracción de materias primas como árboles o minerales, se extraen o recolectan directamente de la tierra perturbando y dañando la diversidad biológica debido a la remoción de grandes volúmenes de tierra y roca, contaminando la tierra y el agua subterránea debido a los productos químicos tóxicos empleados para extraer los metales de los minerales y la naturaleza tóxica de algunos residuos finales inservibles, de igual forma se necesita el uso de grandes cantidades de energía en el proceso de extracción y refinado, agotando los recursos naturales limitados (Tejeda, 2012).

En la fase de fabricación, la efectividad y la cantidad de los insumos como la energía y el agua, al igual que los residuos de producción y emisiones son factores determinantes e importantes en el impacto ambiental. Bien es cierto que podría minimizarse si el teléfono móvil y sus accesorios se distribuyen y venden por separado. Durante esta etapa las empresas deben evaluar el impacto ambiental que tiene su proceso, además, tienen la responsabilidad sobre el impacto que ocasionan las partes involucradas en el proceso hasta que el producto llega al cliente consumidor (Romero, 2003; Tejeda, 2012).

La etapa de ensamblaje de los componentes como la placa de circuito impreso, la conexión de los diferentes elementos del teléfono, la programación, las pruebas, la colocación de pantalla, los conectores, la carcasa, etc., supone un impacto ambiental reducido respecto a las etapas de mayor impacto como son las de fabricación, uso y disposición final, pero no hay que restarle importancia.

El uso de empaques puede proteger los productos contra el daño y proporcionar información acerca del producto, pero el empaque también consume recursos

naturales valiosos y cuando se usa en cantidad excesiva puede ser un desperdicio. El medio de transporte y la distancia son determinantes del impacto ambiental durante la fase de distribución ya que se necesita de medios de transporte como camiones, aviones y trenes para transferir los equipos hacia diferentes lugares en donde se venden.

Especialmente para los productos que requieren energía y/o necesitan agua u otros aditivos para su funcionamiento la fase del uso puede resultar una de las fases prioritarias en el impacto ambiental. Por último, la disposición final juega un papel importante respecto al impacto ambiental para los casos en que la vida útil del producto es muy corta, especialmente para los envases y los empaques, esta fase determina gran parte del impacto total durante el ciclo de vida, sin embargo, la disposición final del propio teléfono móvil es la que contamina a grandes escalas ya que es inadecuada la forma en que se elimina el aparato (EPA, 2005; Tejeda, 2012).

En porcentajes los impactos de las fases que contaminan más serían los siguientes: la etapa de fabricación causa el 40.23% de los impactos sobre todo en las categorías de combustible fósil e inorgánico respiratorios, debido principalmente al consumo directo de petróleo como combustible para su fabricación. El uso conlleva también un alto impacto, un 27.52% del total sobre todo debido especialmente al consumo de combustibles fósiles e inorgánicos respirados por el consumo indirecto de gas natural y otras fuentes de energía para la producción de electricidad necesaria para su uso. Y la disposición final mantiene un 32.24% del impacto total.

Se puede concluir que uno de los impactos ambientales que genera los teléfonos móviles es la excesiva cantidad de residuos generados al volverse objetos obsoletos, pues cada año tan sólo en México se desechan aproximadamente 4 568 137 teléfonos móviles, los cuales son desechados de manera irresponsable (Tejeda, 2012). La fabricación, uso y desuso de un aparato genera una enorme degradación en el ambiente, situación que los usuarios no tienen idea de cuánto los perjudica. Las empresas como actor más importante en el ciclo de vida de los

teléfonos móviles, deben de tomar en serio su papel y ser más responsables para no contaminar “tanto”. Por otro lado, los usuarios deberían de informarse más y ver pros y contras de poseer un teléfono móvil, de igual manera estar más comprometidos en la forma en que eliminan sus equipos. En el siguiente capítulo se podrá analizar a detalle cómo con el paso del tiempo se ha dado una sociedad de consumo y qué fenómeno social lo ha ocasionado.

## **Consumismo del teléfono móvil**

La globalización siendo un proceso simultáneamente social, económico, político y cultural se muestra como uno de los responsables de la cultura de consumo, pues promueve la circulación de productos, imágenes e ideales alrededor del mundo transformándolo en una especie de supermercado global en que muchas veces las culturas locales son solapadas acabando por uniformar las subjetividades en torno del consumo. El consumismo es un fenómeno típico de las economías capitalistas, siendo que desde el surgimiento del capitalismo se revela como un modo de producción internacional (Dos Santos, 2006).

La era industrial en la Europa del siglo XVIII fue una época en la que el hombre empezó a crear grandes cambios en cuanto producción y economía, llevando a la sociedad a una evolución que lo benefició en su estilo de vida, pero que empezó a perjudicar social y ambientalmente. La relación sociedad-naturaleza comenzó a distanciarse por el consumo desmedido de los recursos naturales ocasionada por la demanda de producción que fue creciendo cada vez más (Bustos, 1999).

La evolución del debate ambiental tiene más argumentos como evidencia, que, más que una crisis ambiental, la humanidad enfrenta una crisis de organización social y de modelo civilizacional. En el intento de contribuir para la modificación del actual cuadro de degradación ambiental y de desigualdad social, un paso dado en el campo de las políticas ambientales internacionales es la admisión de que los patrones de consumo del mundo contemporáneo, principalmente de los países desarrollados, deben de ser transformados. El consumismo del teléfono móvil es una de las causas del deterioro ambiental, de manera que este consumismo se debe desalentar o crear consciencia en las personas y consideren el comprar teléfonos móviles cuando no es necesario (Bierwagen, 2011; Palacios y Bustos, 2012).

En este capítulo se verá cómo la globalización y el capitalismo han creado un estilo de vida consumista que no está soportando la naturaleza porque la extracción de los recursos naturales para la creación de productos (en este caso de teléfonos móviles) es cada vez mayor, disminuyendo cada vez más los

recursos y aumentando las repercusiones ambientales perjudicando a la sociedad. La publicidad como una táctica utilizada por las empresas transnacionales han sido las que han creado en las personas la idea que en cuanto más se compre o se compre lo más innovador del mercado se sentirán “felices”. En la actualidad el teléfono móvil es uno de los aparatos electrónicos más solicitados por la sociedad, ya no sólo de adultos ni de jóvenes, sino que ahora los niños se han incluido en este grupo que desean un teléfono móvil.

### Capitalismo y globalización

El concepto de globalización se ha convertido en un referente obligado al momento de analizar la realidad del mundo contemporáneo en todas sus manifestaciones. Cuando se habla del mismo se tiene en cuenta especialmente la integración creciente de los mercados, de las regiones, de las culturas; una mayor circulación de bienes, servicios y de capitales alrededor del planeta y; el acortamiento de las distancias geográficas y la velocidad con que fluye la información entre los países y entre las empresas (Romero y Vera, 2014).

La globalización es irreversible pero no lineal, pues a lo largo de la historia ha tenido sus altibajos, tratándose de un proceso objetivo, no de una ideología, aunque haya sido utilizado por la ideología neoliberal como argumento para pretenderse como la única racionalidad posible. Es un proceso multidimensional, ya que intensifica las relaciones económicas, políticas, sociales y culturales a través de las fronteras. Su expresión más determinante es la interdependencia global de los mercados financieros, permitida por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, favorecida por la desregulación y liberalización de dichos mercados; lo que implica que con la intensificación del entramado entre las economías nacionales y entre las distintas sociedades, los acontecimientos de un país impacten sobre los otros (Castells, 2002; Hernández, 2014; Romero y Vera, 2014).

Este modo de organización social y económica a pesar de su enorme potencial integrador, tiende a profundizar la brecha socioeconómica, científica y tecnológica



entre un reducido grupo de potencias y la mayoría de países que integran la comunidad mundial de naciones, creando desigualdades globales. Bajo el predominio de las relaciones capitalistas de producción a escala mundial, la globalización se ve en gran medida limitada por el esquema de reproducción del sistema que no permite que sus beneficios lleguen a todos por igual. Mientras algunos se benefician de él, los sectores más vulnerables de la sociedad quedan excluidos de los bienes que proporciona, y no sólo eso, sino que impacta positivamente y negativamente en todos los niveles de nuestro entorno (Hernández, 2014; Romero y Vera, 2014).

La interconexión financiera, económica, política y cultural que relaciona a los países, instituciones y pueblos de todo el mundo generando nuevas formas organizativas, nuevas visiones sociales y nuevos problemas en cada uno de los ámbitos produce oportunidades para los países, para su comercio y su producción. Aunque este proceso está determinado por el sistema de producción capitalista, y más específicamente por los países del núcleo central del sistema de países, que son los países altamente industrializados. Este grupo de países son: Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, y Reino Unido (Bravo, 2012).

Las empresas transnacionales son la vívida expresión de la globalización, se trata de grandes entes económicos cuyo comercio o servicio tiene un alcance mundial que llega a influir en las sociedades y su entorno. La actual economía internacional se caracteriza por la presencia de estas empresas y su importancia en la economía global ha ido en aumento. Algunas de ellas han obtenido ganancias equiparables e incluso mayores al Producto Nacional Bruto de algunos Estados. Y por tanto, una necesidad vital para las empresas transnacionales y el funcionamiento del sistema capital global es apropiarse de los recursos naturales estratégicos para su industria.

El poder económico que ostentan ha propiciado que influyan en la vida de millones de personas, tanto en cuestiones de consumo, como culturales e igualmente de política. No se puede negar que los flujos internacionales que impulsan este tipo

de empresas han favorecido en cierto sentido a los países de acogida, con respecto a la atracción de inversión extranjera directa, transferencia de tecnología, entre otras cuestiones. Empero, también están asociadas a efectos negativos, algunos de los cuales son: el deterioro del medio ambiente, la sobreexplotación de recursos naturales, conflictos con las políticas estatales de los países donde se establecen, corrupción y la explotación de trabajadores. Alrededor de las mismas han surgido debates en la sociedad civil para tratar de disminuir su influencia y exigirles mayor responsabilidad ante sus actos (Hernández, 2014).

La globalización tiene como propósito principal su alcance en todo el planeta, aunque sea de manera desigual, todos los países incluyendo los que formaban el destruido bloque de países socialistas están conectados a este proceso de globalización. Este proceso especialmente después del derrumbe del sistema socialista, se enmarca dentro del esquema de acumulación capitalista a escala planetaria rigiéndose por el accionar del mercado, a partir de la concepción neoliberal de limitar, desalojar o sustituir al máximo la intervención del Estado en su regulación (Bravo, 2012; Romero y Vera, 2012).

La ideología del “dominio del mercado mundial” o “la ideología del liberalismo” se trata, por lo tanto, de la expansión en extensión y profundidad del modo capitalista, de producir hasta consolidar un todo comandado por unos pocos países, al tiempo que el resto de las partes componentes de ese todo se reproducen en calidad de apéndices del capital transnacional (Romero y Vera, 2012; Ulrich, 1998).

Sin embargo, el capitalismo neoliberal no es, como postulan las miradas globalizantes, un sistema en el que ha desaparecido el papel del Estado (o por lo menos se ha visto fuertemente reducido) o en el que ese Estado habría cedido (por obligación) su poder a las empresas transnacional; este capitalismo, aún desde el punto de vista del auge del mercado financiero, es un sistema en el que para mantener o restaurar el poder y la dominación de clase se genera una “nueva” alianza y múltiple dependencia entre esos Estados y las empresas transnacionales, por ejemplo: las empresas requieren de la ayuda de los Estados, sea para garantizar su internacionalización, sus tasas de ganancias o para ajustar

(re-regular) las normativas vigentes, de la misma forma los Estados requieren de las empresas en la persecución de sus objetivos (Schleifer, 2015).

Según Lamy (2006), la globalización puede definirse como una fase histórica de extensión acelerada del capitalismo de mercado, similar a la experiencia en el siglo XIX con la llegada de la Revolución Industrial. Se trata de una transformación fundamental de la sociedad debido a la recientemente revolución tecnológica que ha conducido a una reestructuración de las fuerzas económicas y sociales en una nueva dimensión territorial.

Torres, (2011), menciona que desde la perspectiva económica, por lo menos han existido dos grandes etapas de la globalización. La primera etapa se revela como un fenómeno consustancial al desarrollo y consolidación del capitalismo y fiel a la esencia de éste. Abarca un periodo que está ubicado entre el siglo XIX y las dos primeras décadas del siglo XX. Esta primera fase contó con un importante desarrollo tecnológico que se reflejó, entre otras cosas, en una reducción fundamental de los costos del transporte y de las telecomunicaciones. Esto generó la ampliación de los mercados, movilizó recursos y generó un importante flujo de mano de obra.

La Primera Guerra Mundial y la Gran Depresión evidenciaron la caída del dinámico proceso global descrito. A partir de este momento, los choques políticos y económicos, expresados en un sistema de organización social y un modelo de gobierno socialista, la elevación de fuertes medidas de protección que afectaron el flujo de bienes y capital y un estricto control migratorio, entre otros factores, se constituyeron en manifestaciones elocuentes de la crisis de esta primera fase de la globalización. Desde mediados de los años cuarenta del siglo XX se presentó una renovación de la economía global y en los años setenta y ochenta de este siglo se produjo un importante proceso de consolidación de un sistema de relaciones económicas interorganizacionales en el ámbito de lo público y lo privado en el marco de las economías de mercado en sus diferentes manifestaciones.

La segunda etapa de la globalización surgió pasada la mitad del siglo anterior, acompañada de una renovada institucionalidad, consolidándose en la década de los setenta y ochenta adquiriendo nuevas características en términos de las relaciones de producción, distribución y consumo. En este sentido, los grandes cambios en la informática y las telecomunicaciones, el avance de nuevas tecnologías que caracterizan la automatización flexible, la descentralización espacial de los procesos productivos, los cambios en la organización de la planeación y la acumulación del capital, la desregulación y flexibilidad de los mercados, la profundización de las operaciones financieras, la conformación de mercados comunes y zonas de libre comercio y la nueva división internacional del trabajo constituyen, entre otros, algunos rasgos que caracterizan el capitalismo contemporáneo.

Los elementos comunes de estos dos ciclos del fenómeno, aceptando las particularidades de cada momento, serán los desarrollos tecnológicos, la reducción de los costos del transporte y la mejora en las comunicaciones. En cada fase se han modificado profundamente los procesos productivos, el papel de los gobiernos y el comportamiento de los diferentes estamentos de la sociedad (Torres, 2011).

Desde que el capitalismo retomó su expansión por el mundo después de la Segunda Guerra Mundial, muchos comenzaron a reconocer que el mundo se estaba volviendo el escenario de un vasto proceso de internacionalización del capital. Un contexto que no se había visto en escala semejante, por su intensidad y generalidad. El capital perdía parcialmente su característica nacional –inglesa, norteamericana, alemana, japonesa, francesa u otra- y adquiriría una connotación internacional. En ciertos aspectos, la Guerra Fría en los años 1946-1989 fue una época de desarrollo intensivo y extensivo del capitalismo por el mundo. Con la nueva división internacional del trabajo, la flexibilización de los procesos productivos y otras manifestaciones del capitalismo en escala mundial, las empresas, corporaciones y conglomerados transnacionales adquieren preeminencia sobre las economías nacionales.

En la base de la internacionalización del capital está la formación, el desarrollo y la diversificación de lo que puede denominar “fabrica global”. El mundo se transformó en la práctica en una inmensa y compleja fábrica que se desarrolló en conjunción con lo que se puede denominar *shopping center global*. Se intensificó y generalizó el proceso de dispersión geográfica de la producción comprendiendo el capital, la tecnología, la fuerza de trabajo, la división social del trabajo, la planeación y el mercado. La nueva división internacionalizada del trabajo y de la producción, al abarcar el fordismo, el neofordismo, el toyotismo, la flexibilización y la terciarización, agilizó y generalizó las nuevas técnicas electrónicas (Ianni, 1996).

La globalización neoliberal, actual fase del capitalismo mundial, es el sistema económico que dicta las reglas del juego en la apropiación de los recursos naturales para el desarrollo, propiciado un sistema injusto y disímil en la repartición de los beneficios obtenidos por su explotación y comercialización. Los propulsores de la economía del mercado neoliberal lograron imponer este modelo económico como el ideal a alcanzar por todos los países del mundo, pero tal modelo de “desarrollo” es incompatible tanto con las leyes de funcionamiento de los sistemas ecológicos como la aspiración humanista de distribución justa y equitativa de recursos (Hernández, 2014; Mozobancyk, 2011).

Asimismo, ha desmejorado al medio ambiente por las prácticas no sustentables de sus agentes en la extracción de los mismos. La concepción del medio ambiente fragmentada y separada del hombre, amplificada por el modo de producción capitalista ha originado una profunda degradación de los recursos naturales con consecuente disminución en relación a la calidad de vida de diversas sociedades en diferentes partes del mundo (Meneguzzo, Chaicouski y Meneguzzo, 2009).

Los recursos naturales deberían ser fuente de financiamiento para el desarrollo de los países que los poseen, en cambio, son un factor que incide su pobreza. Ello se puede entender mejor si se examinan algunos aspectos del modelo de explotación extractiva, paralela con la etapa actual del desarrollo del capitalismo donde se da un proceso de “acumulación por desposesión”. Para este caso se entiende como extractivismo a aquellas actividades que remueven grandes volúmenes de

recursos naturales que no son procesados (porque muchos países no tienen la capacidad para hacerlo o que lo son limitadamente), principalmente para la exportación. El extractivismo no se limita a los minerales o al petróleo, existe también extractivismo agrario, forestal e inclusive pesquero. De igual forma se le conoce como actividad primario exportador (Hernández, 2014).

Los países pobres o en desarrollo cuentan con una importante parte de recursos naturales y por ellos adquieren una importancia renovada dentro de las estrategias de regionalización o de ocupación económica y militar. Con respecto a la obtención de los recursos naturales valiosos para la dinámica económica, no siempre se realiza por la vía pacífica y de acuerdo con la ley utilizando muchas veces la fuerza o la vía ilegal. Por ambas vías su control ha sido causa de conflictos entre los habitantes de esas zonas, contra las grandes empresas y diversas instancias gubernamentales.

Los países ricos y más industrializados son los que tienen un mayor patrón de consumo y por ello demandan una mayor cantidad de recursos naturales, ya que como menciona Ceceña (2001 en Hernández, 2014), “el incremento de la capacidad productiva se acompaña de una creciente necesidad de materias primas y recursos energéticos”. La depredación de la naturaleza exacerba la competencia social, ya que la falta de recursos se traduce en pobreza, hambre y explosión de violencia repercutiendo en los países más pobres. Paradójicamente estos países son los que poseen más recursos naturales que no pueden aprovecharlos porque no cuentan con la infraestructura necesaria. Son los países con los medios de producción, la tecnología y el capital los que aprovechan, apoderan y se benefician de su explotación.

Estamos viviendo un periodo donde existe un furor tecnológico y donde el mercado está inundado de productos que se han vuelto esenciales, principalmente para los consumidores de los países desarrollados y un número importante de los países en vías de desarrollo. Los “modelos extractivos” recientemente de la agricultura y la minería fueron todos promovidos en el marco de la aplicación de tecnologías de punta, por parte de grandes empresas transnacionales. En esta

industria tecnológica los recursos naturales están jugando un significativo papel y por lo tanto crean una gran demanda (Giarracca, 2010).

Es importante resaltar que una de las características de las economías extractivas es que suelen ser economías de enclave, es decir, sin una propuesta integradora de estas actividades primario-exportadoras con el resto de la economía y la sociedad. Por ello es urgente actuar contra este modelo extractivista que es insostenible, que extrae los recursos de un país, los explota y continúa con la misma dinámica en otro país en favor del progreso industrial, dejando a su paso degradación ambiental y un sinfín de problemas sociales, económicos y ambientales, ya que no se apegan al mecanismo de sustentabilidad. Este modelo ha transformado a la naturaleza en mercancía para el mejor postor, y en la práctica se traduce en una forma de neocolonialismo (Hernández, 2014).

Buscando opciones contra la situación inequitativa que genera el extractivismo en los países con grandes cantidades de recursos naturales, las investigaciones de Oxfam (2009), han destacado algunos factores clave para mejorar las oportunidades derivadas de las rentas de las industrias extractivas: mejorar los marcos legales y fiscales en países pobres con recursos naturales, regenerar los contratos con las grandes empresas extractivas, crear o fortalecer los sistemas públicos de gestión financiera y fomentar la transparencia en toda la cadena de valor de la industria extractiva.

Dentro del actual esquema de producción capitalista a escala global no podrán ser superados con facilidad los desequilibrios socioeconómicos que impiden que el proceso de globalización despliegue todo su potencial. Para ello se requieren de profundas transformaciones en el sistema de relaciones internacionales imperantes, con miras a construir un nuevo orden económico internacional más equilibrado y justo (Romero y Vera, 2014). Las críticas de Marx y las de otros autores a este sistema, no van dirigidas realmente contra el mecanismo del mercado, sino contra lo que se supone es un sistema económico inhumano, puesto que la mera acumulación de capital ha llegado a extremos aterradores (Schettino, 2001).

Entre los limitantes de la globalización está el llamado crecimiento por el crecimiento, lo cual ha conducido al fenómeno consumista “úselo y tírelo” de la sociedad del desecho, incrementando en forma alarmante la producción de desechos no biodegradables que contaminan el ambiente. Además, ha generado el agotamiento de los recursos naturales no renovables, la contaminación del aire por la emisión de gases tóxicos y el cambio climático provocando por la emisión de gases efecto invernadero. Ha conducido a suponer que lo importante no es la satisfacción de las necesidades reales de la población, sino que ésta se vea obligada a consumir bienes que no necesita, o a desecharlos al poco tiempo de ser adquiridos, debido a que las empresas que los producen han venido reduciendo en forma sistemática la vida útil de los mismos (Leonard, 2010).

Se concluye que dentro de la agenda transformadora de la globalización es importante luchar contra la tendencia parasitaria de la economía capitalista y exigir una mayor regulación del mercado. Otro aspecto importante es pelear contra el consumismo depredador, esparcido por todo el mundo a través de la exportación del modo de vida de las principales potencias económicas que tanto daño han hecho al equilibrio ecológico del planeta. Esta tendencia debe ser sustituida progresivamente por patrones de consumo responsable, que persiga la satisfacción de necesidades humanas sin causar daños significativos e irreparables al ambiente (Romero y Vera, 2014).

### Consumismo

Los aparatos electrónicos tienen en la actualidad un papel muy importante e insustituible en nuestra vida cotidiana, tanto que tendríamos que modificar nuestras formas de vida sin la infinidad de equipos que nos rodean en todas las actividades. Actualmente la rápida evolución de la tecnología permite una gran diversidad de aparatos a precios cada vez más accesibles, aumentando cada vez más el consumo.

Rodrigues, et al., (2006), menciona algunos factores que se relacionan con el aumento en el consumo:



- La disminución programada del ciclo de vida de los productos.
- El costo de reparación en comparación con la compra de un aparato nuevo y con más prestaciones que el viejo (generalmente la reparación es tan costosa como la compra de uno nuevo).
- La rapidez con que los aparatos quedan obsoletos.
- La relación entre el consumo y calidad de vida que impera en nuestra sociedad.

El resultado de estos factores, la constante evolución tecnológica y el mantenimiento de la lógica capitalista (cuanto menos tiempo de duración, más ventas), ocasionan continuamente la adquisición de nuevos aparatos desechando pronto los anteriores, siendo normalmente arrojados directamente a la basura con el resto de los residuos sólidos urbanos, principalmente en las localidades donde no hay políticas estrictas de gestión (Rodrigues, et al., 2006).

Se puede afirmar que el ser humano actual, representante de la especie *Homo Sapiens*, capaz de pensar, sentir, amar y manejar con precisión objetos sofisticados, cada vez más cede lugar a un nuevo tipo simbólico de hombre, el *Homo Consumens*: éste se caracteriza principalmente por la tendencia de consumir codiciosamente los bienes materiales disponibles en el sistema mercadológico vigente, siguiendo de forma irreflexible las disposiciones colectivas de la masa social (Bittencourt, 2011).

El ser humano siempre ha sido consumidor; con la diferencia de que en otros tiempos el consumo se debía de acuerdo a las necesidades, y en la actualidad se tienden a crear una serie de hábitos y modos de vida que llevan a consumir por el mero placer de consumir. A lo largo de la historia los motivos de los seres humanos por cubrir sus necesidades tanto fisiológicas como psicológicas han cambiado conforme a la sociedad en la que se ubican (Rodríguez, 2012; Sentíes, Parra, Sarabia, Zizumbo, Acosta, Garrido, Fragoso y Salazar, 2013).

El consumo tiene dos objetivos principales, el primero es la supervivencia y ha dado un giro radical que lleva consigo alcanzar también necesidades creadas, así

como la autosuficiencia personal y familiar, con las intenciones de un modo ambicioso y capitalista, ya que el individuo en vez de tomar lo que necesita del medio ambiente lo hace mediante grandes cadenas de comercio. El segundo objetivo se relaciona con los grupos sociales de los cuales está rodeado cada individuo, por ejemplo, la familia, los amigos, el trabajo o la escuela, los cuales a su vez están marcados por una cultura o subcultura. Por tanto al momento de interactuar con estos grupos sociales se forjan en el individuo gustos, formas de ser o de pensar, lo que a su vez se ve reflejado en su manera de consumir (Rodríguez, 2012).

González (2003), diferencia tres tipos de consumo que tienen calidades diferentes:

1. El “consumo básico”, referido a aquello cuya falta parcial produce una condición material extremadamente precaria, ya sea por razones absolutas asociadas a determinantes biológicas de las personas, o por razones relativas a ciertas condiciones que reclama la vida en la sociedad actual.
2. El consumo “asociado a una idea de bienestar humano más pleno”. Esto hace referencia a necesidades diferentes de las básicas, las cuales se demuestran esenciales para una concepción de desarrollo que recoge nuevas situaciones de la sociedad y de las personas, y cuyos satisfactores se van haciendo y experimentando como indispensables para un nivel de vida satisfactorio. Este nivel de consumo permite distanciarse de una perspectiva limitada del desarrollo que lo asocia y restringe el acceso al consumo básico, que en ocasiones se filtra en la condena radical de consumo, entendido de manera totalizante como consumismo.
3. El “sobreconsumo”, referido a un conjunto de bienes y servicios demandados y producidos por el sistema económico que merece una aproximación crítica, en el sentido que expresa fenómenos económicos y sociales que se abren a la crítica, esto inaugura una aproximación a dimensiones y componentes del consumo real, distinta de aquella relativa a la brecha que eventualmente existe en la sociedad respecto del consumo y bienestar básico.

Antes de seguir se diferenciarán los términos de consumo y consumismo. El consumo se puede definir como el conjunto de actividades de índole sociocultural a través de las cuales los individuos se apropian y utilizan los diferentes productos, está asociado al comportamiento de quien adquiere unos “bienes” en función de su necesidad real, y de quien por lo tanto está ubicado en el espacio-tiempo real en el que vive, y no en la hiperrealidad en la que cree vivir (Ragnedda, 2008; Sentíes, et al., 2013).

Por su parte, el consumismo es la situación en la que la adquisición de los productos está determinada por falsas necesidades, deseos inducidos y los “status symbol” recibidos del exterior y generados por una publicidad que cada vez tiene menos relación con el producto en sí. Puede ser comprendido como la actividad de adquirir bienes materiales indiscriminadamente, siguiéndose en general las influencias externas que conducen de forma compulsiva o en dirección al gusto del individuo por determinados productos, creyendo ser acreditado por haber adquirido tales bienes y tener bienestar (Bittencourt, 2011; Ragnedda, 2008).

Se observa al consumismo como una aberración del consumo, ya que es uno de los factores responsables del agotamiento de los recursos naturales y de la deformación de los patrones de consumo necesario. El estilo de vida “consumista” es propuesto por la sociedad como un modo de definir la identidad personal y la afiliación social. La cultura consumista es introducida en todas las sociedades a partir de muy bien planeadas estrategias de marketing y publicidad (Mozobancyk, 2011; Romero y Vera, 2014).

El consumismo se ha desarrollado principalmente en el mundo occidental haciendo popular el término antropológico social de “sociedad de consumo”, que se refiere al consumo masivo de productos y servicios por una sociedad determinada, esta sociedad de consumo es caracterizada por crear nuevas necesidades, aumentar la predisposición para comprar, ser influida por los medios de comunicación, gastar más de los ingresos obtenidos y la transformación de las personas en bienes vendibles. Se podría decir que una sociedad de consumo es aquella cuya dinámica central está constituida por los bienes de consumo

superfluo y en donde las personas miden su éxito y felicidad en ese consumo (Gesualdo, Ferreyra, Bianchi, Almirón y Martín, 2011; Leite y Galiazzi, 2013; Rodríguez, 2012; Sentíes, et al., 2013).

El consumismo o las sociedades de consumo inician su desarrollo y crecimiento a lo largo del siglo XX como consecuencia directa del capitalismo y de la mercadotécnica asociada. Al hablar de sociedades de consumo se hace referencia a que en ellas el consumo se constituye en un acuerdo social, fuerza de impulso y desarrollo de una comunidad que adopta como una cultura específica e interpela a sus ciudadanos en función del modelo cultural. De este modo, el consumo coordina y ocupa un rol importante en la reproducción sistémica, en la integración y la estratificación social, en la formación y construcción de las identidades y, asimismo, en la selección y consecución de prácticas socialmente relevantes (Rodríguez, 2012).

Para que se dé una sociedad de consumo desmedido como la que se observa en la actualidad se requiere que exista la publicidad. La publicidad es la comunicación visual, interpersonal o masiva y ésta funciona de alguna manera cuando se persuade al ser humano todo el tiempo y el consumidor ha aceptado e incorporado la información (Rodríguez, 2012). Los mensajes publicitarios, empezaron a evolucionar y se desarrolló todo un esquema comunicacional que contribuyó y lo continúa haciendo en nuestros días, al desarrollo de un consumo superfluo (González y Aldana, 2011).

La publicidad trata de convencernos de la necesidad de poseer algunos bienes y consumir algunos servicios. Pero la publicidad no es sólo persuasión: también es vehículo de ideologías, tiene un profundo impacto en cómo las personas entienden la vida, el mundo y a sí mismas, especialmente con relación a sus valores y sus modos de elección y comportamiento. Para animar a los ciudadanos a consumir todo lo que la industria produce es necesario superar las dificultades objetivas que encuentran las industrias como la desconfianza hacia los productos nuevos (Ragnedda, 2008; Sentíes, et al., 2013).

El consumismo es un “hecho social”, y en absoluto privado, tiene repercusiones políticas, económicas, sociales y geoestratégicas a nivel global. Produce efectos que son tan diferentes entre ellos como intensos en sus consecuencias: desarrollo o subdesarrollo económico, alianzas internacionales hegemónicas, explotación, usurpación de los recursos naturales y, en algunos casos, hasta guerras. La cultura del consumismo soporta y justifica el modelo de sociedad que considera que un mayor consumo es esencial para una mejor calidad de vida, con base en la creencia de que es posible y lícito satisfacer todo tipo de necesidades, gustos y deseos. Pero el consumismo tiene una limitante ya que como resultado de la manera actual de consumir el planeta se depreda por la forma en la que se extraen los recursos naturales sin orden llevando a los recursos a agotarse (Cañal, 2008; Ragnedda, 2008).

Los grandes problemas que presenta nuestro mundo en la actualidad a nivel ecológico y, por ende, los problemas que como sociedad debemos empezar a frenar, están vinculados con nuestras propias costumbres sociales y culturales, mucha de la responsabilidad recae sobre quienes dirigen los destinos de nuestras naciones, pero igualmente como parte de ese conglomerado llamado “sociedad”, podemos ingerir positivamente. La expansión de un modelo de consumismo mundial refuerza el uso irracional de los recursos naturales renovables y no renovables (Badii, 2008; González y Aldana, 2011; Meneguzzo, et al., 2009).

Resumiendo, cualquier forma de consumo implica colaborar en una serie de procesos económicos, ecológicos y sociales, que posibilitan el bien o producto consumido. Las fuerzas propulsoras del desarrollo no sustentable son las necesidades, valores, creencias, actitudes y hábitos, que crean y modifican los proyectos, decisiones y comportamientos que ocasionan impactos económicos, sociales y ecológicos. Cambiar los impactos colectivos, de negativos a positivos requiere modificar patrones de comportamiento humano, lo que puede exigir cambios en estas fuerzas mencionadas (Vlek, 2003).

Consumir en forma sustentable no se limita a reducir los deseos, sino a poder dominarlos. El hecho de consumir no es malo ni bueno, simplemente es necesario,

y por eso debemos hacerlo en forma eficiente y responsable, de manera tal que haya lugar para el placer, pero con mesura y consciencia ambiental y social sobre nuestro actuar (Gesualdo, et al., 2011; Vlek, 2003).

### La influencia social en el consumismo

El consumo de la tecnología coincidió en su momento con la llegada de la sociedad de consumo (aparición y difusión de radios, lavadoras, televisores, batidoras, etc.) y el consumo de la tecnología electrónica (sobre todo, aunque no sólo, de tecnología de la información y de la comunicación) convirtiéndose en un acto masivo y apasionante hace poco tiempo. Basta con ver el interés que muestran los adolescentes y adultos por los nuevos modelos de teléfonos móviles, de consolas de videojuegos o de ordenadores.

Las empresas compiten para seducir al consumidor con innovaciones constantes, o al menos para convencerlo de que lo que ofrecen es nuevo. Para los consumidores jóvenes, el desenfrenado ritmo de aparición de los nuevos productos provoca que su vida se mueva al ritmo del cambio permanente, aunque realmente no pueda acceder a todas las versiones de los productos. Con el paso del tiempo el consumismo ha modificado las acciones y emociones de las personas, y al crear una modificación individual ha transformado a la misma organización de la sociedad: en la forma que adquiere, en los grupos que la constituye, en las relaciones entre estos grupos, etc., (Juárez, Feliu y Lajeunesse, s.f; Ragnedda, 2008).

Todas las personas tenemos una capacidad cultural adquirida que nos prepara para el consumo que es aprendido durante las primeras etapas de la socialización. La influencia para consumir está llevada a cabo por empresas, grupos de poder e instituciones, pero esta influencia también está ejercida por otros grupos, como son los vecinos, los amigos y la familia, sin embargo, no se sabe qué grupo pesa más en la influencia de una persona puesto que se puede creer que la familia y amigos tienen un influjo muy fuerte en nosotros pero estos mismos tienen una influencia de los medios.

La industria cultural tiende a empujar a la sociedad hacia el consumismo en lugar de educarlo en el consumo. En los últimos decenios del siglo pasado se ha difundido, gracias a los medios de comunicación de masas y a técnicas publicitarias cada vez más articuladas e invasivas, una lógica del exceso en áreas cada vez más amplias de consumidores, segmentando el mercado, favoreciendo el crédito y reduciendo los ciclos de vida de los productos.

Lasén, (2000 en Juárez, et al., s.f) menciona que una manera de crear nuevos mercados de consumo permanentemente se encuentran en el terreno de las subculturas. Un ejemplo de una subcultura es el mercado juvenil. Las nuevas generaciones han contribuido a ensanchar significativamente la base de difusión del teléfono móvil (Fortunati y Magnanelli, 2002). Los jóvenes son quienes más creativos y estratégicamente se han aprovechado de estas tecnologías; por eso, podemos afirmar que “existe una clara correspondencia entre la emergencia de una cultura joven global, la red de relaciones sociales y la conectividad potencial que proporcionan las tecnologías de comunicación inalámbrica” (Castells, Fernández, Linchuan y Sey, 2007, p.229).

Por otro lado, toda decisión que se toma tiene lugar en un contexto discursivo en el que los medios de comunicación desempeñan un papel importante, porque aportan constantemente argumentos y elementos de problematización. La finalidad de la publicidad comercial es vender felicidad, que se esconde tras una marca o “bien consumido”. Éste adquiere una fuerte connotación simbólica y comunicativa gracias a la publicidad y a la industria cultural, que vincula ideas y valores, deseos y sueños, identidades, pertenencias y emociones que asimila y hace propio el individuo. Crea indicadores de estatus (identidad individual) y sentimientos de pertenencia (identidad social), llevando a sentir al sujeto que está al día o que pertenece a una determinada realidad social cada vez que adquiere cualquier producto que a menudo es insignificante e inútil (Ragnedda, 2008).

Nuestra sociedad se basa cada vez más en la ideología del derecho a consumir, vehiculada por prácticas publicitarias y comerciales que son cada vez más seductoras y agresivas. Con las intenciones de la publicidad se ha ocasionado una

dependencia de nuestro ánimo vinculado al consumismo y a la adquisición de productos que mide dependiendo de nuestro nivel de consumo y con lo que se nos juzga nuestro éxito vital. Por ello está vinculado a la autoestima, de tal manera que una experiencia de consumo satisfactoria implica automáticamente un incremento de la autoestima (Juárez, et al., s.f; Ragnedda, 2008).

La omnipresencia del teléfono móvil en diversas esferas de la vida social hace imperativo su abordaje desde diferentes perspectivas de análisis. Ningún aparato de comunicación se había diseminado con tanta rapidez ni había inducido en tan poco tiempo efectos múltiples en las relaciones humanas, el comportamiento público, la modificación de los conceptos de espacio público y privado, así como reacciones ambivalentes en los usuarios (Ruelas, 2010).

Se ha convertido en el más representativo símbolo de estatus social del siglo XXI, transformándose en una tecnología inclusiva ya que está al alcance de la mayoría de las personas, y asimismo, está inmersa en las prácticas cotidianas que redefinen la forma de relacionarnos, en la administración de los tiempos cotidianos, en la gestión de las fronteras e interconexiones entre diferentes ámbitos personales (trabajo, ocio, familia y grupos primarios) y la interacción entre estos aparatos, las personas, su lista de contactos y el contexto en el que actúan alcanzando el propio nivel de las normas sociales que regulan la relación entre dichos elementos (Aguado y Martínez, 2006; Gahran, 2010; Corredor, Tirador e Iñiguez, 2010).

No es sólo un fenómeno tecnológico y económico, sino también un fenómeno socio-cultural de importancia cuando menos equivalente a la de otras tecnologías de la información y la comunicación en las que añade una notable potencialidad y esfuerzo en las comunicaciones de los grupos primarios (esencialmente, grupos de amigos) a la hora de constituir redes sociales basadas en vínculos fluidos dependientes de factores coyunturales (búsqueda de empleo, búsqueda de vivienda) o estratégicos (Aguado y Martínez, 2006).



Los usuarios, con sus necesidades de comunicación, pertenencia, personalización y privacidad, encuentran en el teléfono móvil, dispositivos perfectos para satisfacer sus ansias de ruptura con el orden público que pretenden imponer la mayoría de las instituciones modernas. La movilidad y desplazamiento constante que son facilitados por el dispositivo, en conjunción con la multiplicidad de acciones simultáneas, plantean una reformulación de toda la experiencia cotidiana personal (Victoria, 2008).

Con lo mencionado anteriormente, es indiscutible darse cuenta de la importancia que la sociedad y cada persona le ha dado al teléfono móvil. Del mismo modo el status que nos da el poseer uno más sofisticado que los demás ha conducido a que las personas consideren seguir consumiendo diferentes aparatos cada vez que sale un nuevo modelo al mercado. Esto ha permitido que la industria telefónica siga incrementando considerablemente año tras año. En el siguiente capítulo se muestran acciones que se han utilizado poder remediar el daño que han causado al medio ambiente. El consumo sustentable es una de las propuestas que se ha implementado pero sin mucho éxito. El gobierno y las empresas son actores que se han involucrado en aportar estrategias para dar solución a este problema ambiental que en parte han ocasionado pero los resultados no han sido tan positivos como se ha esperado.

## **Acciones para disminuir el impacto negativo medioambiental ocasionado por el teléfono móvil**

En este capítulo se hablará del gran incremento de basura electrónica que se ha generado en el mundo (especialmente en el continente africano y asiático) a causa del estilo de vida consumista adoptado por las personas como consecuencia de la globalización y el capitalismo ayudada por la publicidad. Se ha tratado de implementar estrategias para que estos impactos ocasionados al medio ambiente se disminuyan o al menos ya no se incrementen.

Uno de ellos es el consumo sustentable, como se vio en el capítulo dos, es casi imposible pedir a las personas que dejen de comprar, sin embargo, la opción que se tiene es crear un consumo responsable y sustentable, en el cual las personas aprendan que en la actualidad es de suma importancia consumir sólo lo necesario y no comprar por comprar (como la sociedad nos ha enseñado), también se debe de enseñar que los productos amigables con el medio ambiente son la mejor opción.

La basura electrónica es uno de los problemas que está trayendo consecuencias catastróficas al planeta y a las personas que viven cerca de los basureros electrónicos que existen en la actualidad y que cada vez se están expandiendo a diferentes países. A pesar de la existencia de tratados internacionales, como la Convención de Basilea, que restringe los movimientos transfronterizos de desechos, y el acuerdo que se suma al firmado ya en 1993, en Bamako, sobre el mismo tema, los países desarrollados no cumplen estos acuerdos ya que les sale más barato deshacerse de los aparatos electrónicos en algún puerto de África que seguir las estrictas normas de reciclaje que ellos mismos se han autoimpuesto (Moreno, 2014).

Las empresas transnacionales y los gobiernos están actuando para reinvertir los efectos negativos (sin mucho éxito) con estrategias y propuestas para la eliminación correcta de los teléfonos móviles, un ejemplo de ello serían los

módulos que se encargan de dar una útil y adecuada disposición final a estos aparatos.

### Consumo sustentable

Desde el siglo XX la producción industrial, la globalización económica y la innovación han cambiado plenamente las culturas, modificando las formas de explotación de los recursos y producción, propiciado un proceso constante de renovación, sustitución y desecho de los aparatos electrónicos generando ecodegradación y destrucción de los ecosistemas. La generación de residuos mundial anualmente oscila entre las 20 y 30 toneladas. En el año 2010 los residuos de computadoras, teléfonos móviles y televisores ascendieron a 5.5 millones de toneladas (Sandoval, 2012; Bethany Leigh Allen Leigh, 2011).

Las personas no se hacen conscientes de los efectos que su consumo tiene sobre el entorno, ya que cada vez se alejan más del proceso de producción y participan sólo en el último eslabón, que es el consumo del producto/servicio. Se necesita educar a las personas para que su consumo de aparatos electrónicos no contamine demasiado. Se crean propuestas de “consumo sustentable” con lo que se busca sustituir modelos de consumo basados en el desperdicio, por modelos que utilizan energías renovables y eliminan el uso de tóxicos, partiendo de un diseño superior de los productos (Barrientos, 2014; Romero y Vera, 2014).

Es preciso tener en cuenta que consumir no es un acto neutro. Cada vez que el consumidor compra lo hace siguiendo una serie de criterios conscientes e inconscientes que han sido muy elaborados hasta el momento en que el producto llega a sus manos. El consumo consciente y sustentable engloba un conjunto de acciones ambientales deliberadas que involucran decisiones, planeación, implementación y reflexión de una persona o un grupo y que están dirigidas a desarrollar respuestas específicas y positivas. Así, podríamos entender por consumidor responsable a aquella persona que, siendo consciente de sus hábitos de consumo, conoce y exige sus derechos como consumidor y además busca

opciones que tienen un menor impacto negativo y un mayor efecto positivo en la sociedad, el medio ambiente y los animales (Kosiak, Modesto y Raigada, s.f).

Para Cortes (2011), consumir en forma sustentable no se limita a reducir los deseos, sino sólo poder dominarlos. El hecho de consumir no es malo ni bueno, sencillamente es necesario, y por eso debemos hacerlo en forma eficiente y responsable, de manera tal que haya lugar para el placer, pero con mesura y conciencia ambiental y social sobre nuestro actuar.

En 1995 la Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable adoptó oficialmente la siguiente definición para el consumo sustentable, siendo el uso de servicios y productos relacionados que responden a las necesidades básicas y conllevan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como también la emisión de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal forma que no haga peligrar las necesidades de las futuras generaciones (Figueroa, 2011).

Se ha observado que la sustentabilidad no es posible sin la modificación de patrones que conduzcan a un consumo menor y cualitativamente distinto para reducir su impacto ambiental; sin embargo, esta idea ha mostrado algunas debilidades. En particular, no se ha puesto suficiente atención a la dificultad que supone modificar el patrón de consumo, ya que éste depende básicamente de la estructura productiva y de la distribución del ingreso. La traducción operativa de la idea de reducir y eliminar sistemas de consumo insostenibles tiene más que ver, en el discurso convencional e incluso en la Agenda XXI, con la adopción de medidas que eleven la eficacia ambiental del consumo en lo que se refiere a la intensidad en el uso de materiales y de energía, la generación de desechos, la duración y reutilización de productos y reciclaje (Provencio, 1993).

Para poder lograr un consumo sustentable no sólo implica la modificación de valores, actitudes y comportamientos individuales, sino que involucra el cambio de estructuras económicas y jurídicas que puedan facilitar esta transición cultural. En la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente de 1992,

celebrada en Rio de Janeiro, Brasil, los países declararon que para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenible (Mozobancyk, 2011; SEMARNAT, 2014).

En México se ha trabajado decididamente en el tema de producción y consumo sustentable a través de la SEMANART y es, hoy en día, uno de los pocos países en Latinoamérica que cuenta con una política nacional: la Estrategia Nacional de Producción y Consumo Sustentable. Esta estrategia, plasma la visión política inclusiva, participativa y con perspectiva de género, comprometida con un cambio de paradigmas hacia una economía más equitativa, responsable y verde, establecida en el enfoque de ciclo de vida de bienes y servicios (incluyendo la producción, distribución, consumo y gestión de residuos de manera sustentable) y promoviendo la modificación de los patrones de producción y consumo hacia nuevos estilos de vida basados en la responsabilidad económica, social y ambiental; persiguiendo en todo momento la desvinculación del crecimiento económico respecto al agotamiento de los recursos naturales y la biodiversidad así como el deterioro y degradación social y ambiental (SEMARNAT, 2014).

La dirección para el consumo sustentable no es un camino fácil y con resultados inmediatos, no se puede olvidar la educación como herramienta fundamental para la consolidación de consumidores selectivos y razonables que hagan de la calidad de vida una premisa y no abonen consumismo por sí mismo. La educación ambiental se ha estado considerando uno de los instrumento de mejora de la calidad de vida, por medio de la formación de ciudadanos conscientes de su participación local en el contexto de conservación ambiental global (en el siguiente capítulo se desarrollará el tema de la educación ambiental) (Gheresi, s.f; Cardoso y Cairraõ, 2010; Meneguzzo, et al., 2009).

## Propuestas y estrategias del gobierno y las empresas transnacionales para disminuir el impacto negativo medioambiental

Aparte de querer promover un consumo sustentable en las personas, también se debe de considerar que se tiene que modificar la acción de desecho, ya que es otro de los grandes problemas ambiental. Al querer deshacerse de algún tipo de aparato porque ya no sirve o por volverse obsoleto se debe de considerar que siempre son preferibles las prácticas de reutilización y reciclaje, quizá para los plásticos no se deba descartar la incineración de aquellos muy contaminados, ya que de este modo pueden ser aprovechados para la generación de energía debido a su alto poder energético (Tejeda, 2012).

El reúso es una forma de extender la vida útil del teléfono móvil, muchas organizaciones, incluyendo las plantas de reciclado, las entidades caritativas y los fabricantes de productos electrónicos, aceptan teléfonos móviles que funcionen para ofrecerlos a las escuelas, organizaciones comunitarias y personas quienes tienen necesidades. El reciclado y la recuperación de materiales con valor económico son de suma importancia en la estrategia de control de la contaminación ya que los desechos y desperdicios que genera el hombre ocasionado por su forma de vida volverán a ser integrados a un ciclo, ya sea natural, industrial o comercial. El objetivo principal de reciclar es conservar los recursos naturales. Para reciclar se requiere poder almacenar los subproductos y separarlos, por eso, a gran escala, interviene en forma determinante la participación ciudadana y los intereses económicos (Jiménez, 2001).

Las plantas de reciclaje electrónico están apareciendo por todas partes. Muchas tiendas, fabricantes y centros de reciclaje aceptan teléfonos móviles para reciclarlos. Aunque algunas plantas de reciclaje solamente aceptan embarques grandes. Las comunidades, escuelas o diferentes grupos pueden colaborar para recolectar los teléfonos móviles usados para embarcarlos a las plantas de reciclaje (EPA, 2005).

Estadísticas y estudios de países desarrollados con una larga historia de programas de reciclaje indican que menos de 3% de los usuarios reciclan sus teléfonos móviles. Esto se debe a varias razones, por ejemplo, el alto nivel de reuso de estos teléfonos (regalos a amigos o familiares), la falta de información, el desinterés, etc. No es posible estimar el porcentaje de teléfonos móviles desechados; sin embargo, se considera que conforme se amplíe la cobertura del acopio y se incremente la consciencia del público usuario respecto a la importancia del reciclaje de este tipo de aparatos, dicha tasa de recuperación se incrementará (ANATEL, 2013).

Es importante señalar que para que cualquier plan de reciclaje de teléfonos móviles funcione, se debe de trabajar con distintos protagonistas: fabricantes, comercializadores, usuarios, recicladores y algún organismo para el monitoreo y el control adecuado. Sin embargo, existe un problema relacionado con los fabricantes, cuando un teléfono móvil es clonado y es vendido al mercado ilegal, es imposible responsabilizar al productor de hacerse cargo después de la vida útil del aparato, ya que éste no es el productor original, lo que ocasiona que ahí mismo se rompa el vínculo de productor-consumidor.

Hoy en día se está difundiendo la Responsabilidad Extendida de los Productores (REP) como un nuevo paradigma en la gestión de los residuos. La OCDE define la REP como un enfoque de política ambiental en que la responsabilidad del productor se amplía a la fase pos-consumidor del ciclo de vida del producto, incluida su eliminación final. En los últimos años, en diversos países en desarrollo y en México algunos productores de teléfonos móviles (Motorola, Samsung y Nokia) y comercializadores (Iusacell, Pegaso PSC-Telefónica, Radiomóvil Dipsa, Telcel y Comunicaciones Nextel, han puesto en marcha iniciativas REP. Un ejemplo de esto en México sería el Plan de Manejo de Residuos de Manejo Especial de Teléfonos Móvil de ANATEL que entró en vigor el primero de agosto de 2013. El programa logró en 2014 reciclar 1 millón 70 mil 589 teléfonos móviles y 400 toneladas de accesorios como son pilas, cargadores, etc. (ANATEL, 2013; Boeni, Silva y Ott, 2009).

La empresa Motorola tiene un sistema de acopio y eliminación final de equipos de telecomunicaciones que acepta aparatos de todas las marcas. Los equipos pequeños como teléfonos móviles, radios de dos vías, baterías y accesorios son depositados por los usuarios en contenedores especiales que actualmente existen en el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Ciudad Juárez y Reynosa. Nokia es otro de los servidores que no se queda atrás y auspicia la campaña We:Recycle (Reciclemos), con la que promueve que los usuarios desechen teléfonos móviles y accesorios en centros de acopio autorizados. En el Nokia Care Center de México los clientes pueden hacer la devolución de sus equipos, para que sean recolectados y enviados a una compañía especializada dedicada a procesos de reciclaje (Bethany Leigh Allen Leigh, 2011; Mejía, 2006).

Las compañías de telefonía móvil Telcel, Movistar y Iusacell también operan programas permanentes de acopio en sus centros de atención al cliente. Telefónica Movistar cuenta con un programa de reciclaje de teléfonos móviles y desecho de pilas. Esta empresa tiene instalados contenedores en sus centros de atención a clientes para que cualquier usuario deposite las pilas o los aparatos que ya no utilizan (Bethany Leigh Allen Leigh, 2011).

A pesar de los esfuerzos para disminuir el impacto negativo que causa el teléfono móvil aún existe el error de considerar a los aparatos electrónicos como restos peligrosos, esto no permite definir las formas adecuadas para su tratamiento y disposición final, elaborar normas y leyes que correspondan con las necesidades de proteger el medio ambiente y la salud. Se necesita conceder a los teléfonos móviles su peculiaridad ya que al estar constituidos por diferentes materiales y minerales se necesita tratar de distinta manera cada componente (Boeni, Silva y Ott, 2009).

Independientemente de que las industrias busquen estrategias para disminuir la contaminación que generan, el gobierno debe involucrarse promoviendo la investigación para determinar patrones de consumo y maneras de informar a la industria y a los consumidores. Además de contribuir al establecimiento de pruebas sobre la eficacia operativa de los productos y los servicios.



Específicamente, un papel importante de los gobiernos es la promoción, transferencia y adopción del desarrollo tecnológico limpio que vaya más allá de meras certificaciones ambientales (Maser, 2002).

En México la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) realizó una investigación sobre los participantes de la industria que realizan algún programa de autoprotección ambiental, observando que México no cuenta con una norma que obligue a los operadores, fabricantes y usuarios a llevar un proceso de desecho especial para los teléfonos móviles. La idea de este órgano era proponer una NOM, en conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) para eliminar teléfonos móviles y pilas, pero esta propuesta quedó trunca tras la renuncia de los integrantes del pleno (Tejeda, 2012; Mejía, 2006).

México cuenta con un marco jurídico específico en el tema de residuos que busca asegurar su prevención y gestión integral. Los instrumentos que regulan a los residuos electrónicos en particular se sustentan primeramente en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y de ahí se deriva la Ley General para el Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (LGPGIR), así como las Normas Oficiales Mexicanas que se aplican en todo el país.

Otro instrumento que apoya el manejo adecuado de los residuos electrónicos en el país es el Programa Nacional para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos 2009-2012 (PNPGIR), el cual propone y establece la política ambiental en materia de residuos, al tiempo que plantea objetivos, acciones y metas. Fue elaborado por la SEMARNAT, conjuntamente con otras dependencias de la Administración Pública Federal, la Asociación Nacional de Autoridades Ambientales Estatales (ANAAE), representantes municipales y los sectores académico, social y privado. Este programa al no contar con evaluaciones de impacto que pudieran arrojar resultados atribuibles completamente a su intervención no se pudo saber con certeza cuánto contribuyó en el mejoramiento del ambiente (Bethany Leigh Allen Leigh, 2011).

Por último tenemos el programa de la Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal (SEDEMA), “Reciclatrón”. Hallando la manera de dar a la ciudadanía una alternativa para no tirar a la basura los aparatos que ya no se utilizan y aprovechar estos residuos de manejo especial, fomentando hábitos de separación y reciclaje con las jornadas de acopio de los residuos electrónicos y eléctricos. Los residuos que se recolectan son trasladados a la planta de la empresa “Recupera”, donde se aprovechan algunos de los componentes postconsumo, como plásticos, fierro, acero, cobre, aluminio y la tarjeta electrónica. Con ellos se fabrican carcasas de nuevos aparatos electrónicos y eléctricos; válvulas de cobre, conductores eléctricos, cancelería de aluminio, perfiles, mallas de acero, clavos, etc. (SEDEMA, s.f).

Al revisar los tres capítulos anteriores se pudo observar el problema que ocasiona el teléfono móvil y cómo es que la sociedad consumista, junto con las empresas transnacionales y el gobierno lo han fortalecido. Se percibe que falta profundizar y trabajar estrategias en relación al medio ambiente. Una de las primeras acciones que se pueden realizar para incrementar la recuperación de los materiales de los teléfonos móviles, disminuir su consumo o consumir sustentablemente es desarrollar campañas de información para que la población conozca los riesgos que representa este aparato, informar acerca de dónde se realiza la extracción de minerales y en dónde terminan los teléfonos móviles en su disposición final. Así mismo, mencionar las diferentes maneras de hacerlos llegar a recicladores o acopiadores que les den un manejo ambientalmente adecuado (Bethany Leigh Allen Leigh, 2011).

Es necesario buscar una disciplina la cual pueda analizar y crear actitudes y conductas que logren disminuir el conflicto social y ambiental que se está viviendo en la actualidad. La Psicología Ambiental al tener como objeto de estudio el ser humano y al preocuparse por el medio ambiente es ideal para poder estudiar este tema y dar una solución. En el siguiente capítulo daremos a conocer la definición y los modelos que se han utilizado a lo largo de los años para poder predecir conductas proambientales (fundamentales para esta tesis).

## **La Psicología Ambiental en la disminución del impacto negativo medioambiental**

En este capítulo daremos a conocer el reconocimiento público de la gravedad y la amplitud de los problemas ambientales ocurrida a partir de 1960, proponiéndose la aceptación todavía de una perspectiva simplemente causal-materialista, de una relación entre consumo y degradación ambiental. La mala calidad ambiental es creada por la acción humana, que mal utiliza los recursos ambientales o explota desmedidamente la naturaleza existiendo un “consumo” abusivo o inadecuado de esos bienes (Bierwagen, 2011).

Esta crisis ambiental ha llevado a tratar de analizar y explicar las conductas relacionadas con el medio ambiente. La psicología al ser una de las ciencias que estudia el comportamiento del hombre y que se interesa por el medio ambiente ha intentado dar explicación a los comportamientos que siguen degradando el medio ambiente, siendo la Psicología Ambiental la que específicamente se encarga de esto.

La Psicología Ambiental (PA) con ayuda de diferentes modelos/teorías ha dado a conocer las variables que influyen en la realización de una conducta proambiental y trata de implementar esta conducta a la sociedad a través de la educación ambiental. Ésta constituye precisamente la estrategia social más extendida de promover conocimientos y habilidades aplicables al cuidado ambiental, promovida por especialistas de diversas áreas, como son los biólogos, ecólogos, sociólogos, pedagogos y por supuesto psicólogos (Bustos, 1999).

### **Definición**

Desde hace años se dio un gradual interés por el estudio de actividades ambientales como son los procesos contaminantes, la generación y acumulación de residuos y el consumo de recursos limitados que conlleva a la degradación del medio ambiente. Con tales problemáticas también creció el interés en ver si las personas les importaba llevar a cabo conductas proambientales. La psicología al ser una de las disciplinas que se interesa por el medio ambiente, tanto por la

dinámica de la interacción individuo-medio, como por la educación ambiental, empezó a estudiar estos fenómenos. La PA como un área de la psicología estudia las relaciones entre la conducta humana y algunos aspectos del ambiente, ya sea construido o natural (López, 2008). Brinda información para hacer consciencia sobre nuestros comportamientos y su decisiva influencia en el contexto físico y social, intentando eliminar o modificar las conductas que agreden o degradan el ambiente, tratando de desarrollar y/o incentivar aquellas que lo preservan (Baldi y García, 2005).

En las décadas de los 50's y 60's, las investigaciones de psicología se enfocaban en las características físicas del ambiente en donde ocurría el comportamiento del hombre, estas investigaciones tenían como objetivo entender mejor la relación entre hombre-ambiente. La reciprocidad que fue observada en la PA concibe la relación persona-ambiente como un sistema ecológico, esto quiere decir, que cualquier ambiente físico impacta en el comportamiento y el estado subjetivo de la persona, asimismo, los deseos, las actitudes y las acciones del ser humano alteran el medio ambiente (Günther, 2004).

Para poder definir la PA tomaremos de referencia a Moser (1998), indicando que ésta se encarga de estudiar a la persona en su contexto, entendiendo como tema central las inter-relaciones (y no solamente las relaciones) entre las personas y el medio ambiente físico y social. La inter-relación estudia los efectos de ese ambiente físico particular sobre las conductas humanas, estudiando una reciprocidad entre personas y ambiente. Otra definición es la de Aragonés y Américo (2010), quienes mencionan que la PA es la disciplina que estudia las relaciones recíprocas entre la conducta de las personas y el ambiente sociofísico tanto natural como construido. Sea cual sea su definición, siempre aparecerá una relación entre conducta y medio ambiente y, por ende, la necesidad de definir ambos términos.

Las dimensiones sociales y culturales siempre están presentes en la definición de los ambientes, mediante la percepción, la evaluación y las actitudes del individuo frente al ambiente (Moser, 1998). Es importante incorporar la cultura en la

explicación de las relaciones ambiente-comportamiento ya que se necesita estudiar el modo de cómo la cultura influye en la visión del mundo, normas, sentimientos y comportamientos de las personas (Corral-Verdugo, 2005).

Corral-Verdugo (2005), menciona dos abordajes que dominan la PA. En el primer abordaje, la psicología arquitectónica privilegió el estudio de los efectos ambientales sobre el comportamiento, estudios referentes a la percepción ambiental sobre el desempeño humano, las relaciones entre el proyecto y el uso de espacios construidos y las evaluaciones posteriores a la ocupación. En el segundo abordaje, la psicología de la conservación recoge los estudios referentes a cómo el comportamiento humano afecta el ambiente, ésta incluye la investigación sobre conservación y comportamiento sustentable, el estudio de las creencias ambientales, valores, personalidad, habilidades, etc., y la investigación de la asociación entre variables demográficas y comportamiento ambientalmente relevante.

En síntesis, la PA durante años ha estudiado las relaciones ambiente-persona para poder entender y posteriormente ayudar a mejorar las condiciones de estos dos. Sin embargo, se debe de considerar cambiar el comportamiento humano con el ambiente ya que al estar explotando desmedidamente los recursos naturales y modificando drásticamente el medio ambiente los efectos que tiene el entorno hacia el hombre son negativos perjudicándolo tanto física y psicológicamente.

#### Variables que influyen en la Conducta Proambiental

La preocupación por la situación actual del deterioro ambiental ha tomado interés en amplios sectores de la sociedad occidental y forma parte del discurso de ésta misma. En numerosas ocasiones se escuchan noticias relacionadas con el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación que sufre la atmósfera y el agua, la lluvia ácida, la desertización, las dificultades de reciclar, los residuos químicos y nucleares, etc., todos ellos con fuerte poder catastrófico tanto a corto como a medio plazo (Aragón y Américo, 2010).

Tan importante ha sido el tema del medio ambiente que se han sumado a su defensa desde las asociaciones ecologistas pioneras en esta lucha, hasta llegar a los individuos particulares, pasando por empresas y partidos políticos. Los gobiernos de todos los países del mundo, sensibles a la problemática, dicen tratar de evitar el agotamiento de los recursos naturales y la elevación de la contaminación y calentamiento de la Tierra a niveles que afecten la vida del planeta más allá de lo imprescindible. Una buena calidad de vida ambiental es una meta consciente para gran parte de las sociedades avanzadas, permitiendo hablar del “problema ambiental” como una manifestación de la crisis ecológica que sufre el planeta, empero, como señala Corraliza (1997 en Aragonés y Amérigo, 2010), se trata de “problemas-de-la-Humanidad” por lo que el ser humano es el centro de los problemas ya que sus comportamientos agravan el deterioro del medio ambiente lo que al mismo tiempo influye sobre la vida de las personas.

Hablar de ecología y medio ambiente ha ocasionado que estos dos términos se lleguen a confundir utilizándolos de manera indiferente, sin embargo, se debe recalcar que estos dos términos no son sinónimos y para poder trabajar adecuadamente con ellos se debe de hacer una distinción. La ecología se define más como una ideología, mientras que el medio ambiente no posee las características suficientes para ser tratado como tal. Para Sosa (1994, en Franco, 2009), al describir la ecología se refiere a las relaciones del hombre con el medio del que forma parte y, en tantos elementos integrantes de ese medio, del hombre con los demás hombres. Para la definición de ambientalismo prevalece una perspectiva “mecanicista e instrumental” que concibe la naturaleza como algo compuesto de “objetos” (animales, plantas, minerales) que deben administrarse del modo más aprovechable para el uso humano (Aragonés y Amérigo, 2010).

Es evidente que los problemas ambientales necesitan de un nuevo tipo de ética o ver si los actuales principios son suficientes para considerar los problemas relacionados con el medio ambiente. Algunos grupos consideran que no es posible crear una nueva ética, pero que la preocupación ambiental cobrará un especial interés, simplemente por el cambio en las ideas, creencias y tradiciones (Gomera,

Villamando y Vaquero, 2013). Por el contrario, otras escuelas consideran posible la existencia de una nueva ética, que serviría para rediseñar conceptos como la responsabilidad moral. Stern (1992 en Fransson y Garling, 1999) identifica una visión que asume a la preocupación ambiental como una obligación moral de actuar en consecuencia con el medio ambiente.

El medio ambiente se seguirá degradando con el paso de los años si no se actúa rápida y eficazmente creando una conducta proambiental. Antes de hablar de la conducta proambiental se debe distinguir entre comportamiento y conducta, ya que es frecuente que se utilicen como sinónimos. El comportamiento se entiende como un conjunto de variables personales, (actitudes, valores, normas personales, creencias, aptitudes, expectativas propias, etc.), que unidas a otras de tipo contextual, como variables derivadas del espacio físico o social, define el “espacio vital de la persona” y, por ende, su predisposición hacia el medio físico, social o ambiental y su conducta. Incluye también los procesos que interrelacionan lo personal y lo contextual, refiriéndose a las motivaciones que las personas tenemos para realizar o no algún tipo de conducta. En cuanto a la conducta se hace referencia tan sólo al hecho relativo que resulta de dicho comportamiento y que ocurre en un determinado momento temporal y en una situación concreta. En conclusión, el comportamiento incluye la conducta (Aguilar, 2006).

La conducta proambiental puede definirse como el conjunto de acciones intencionales, deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan en la protección de los recursos naturales, incluyendo la integridad de las especies animales y vegetales, así como el bienestar individual y social de las generaciones humanas y futuras (Corral-Verdugo, 2000; Corral-Verdugo y Pinheiro, 2004).

Para Corral-Verdugo y Pinheiro (2004) la conducta proambiental debería cumplir al menos cinco características psicológicas: 1) efectividad, 2) deliberación, 3) anticipación, 4) solidaridad y 5) austeridad. La efectividad implica responder de manera hábil o diestra ante requerimientos o exigencias del cuidado del medio físico y social, mientras que la deliberación significa que la conducta debe

producirse teniendo el propósito o la intención específica de cuidar el ambiente y propiciar el bienestar humano y de otros organismos en el entorno. La anticipación implica que aunque la conducta se realiza en el momento actual, el individuo se desliga temporalmente y proyecta su acción al futuro, que es el tiempo al que se dirige su comportamiento presente. La solidaridad se manifiesta como el conjunto de tendencias y acciones altruistas desplegadas en respuestas a la preocupación por los demás. Por último, la austeridad plantea la necesidad de desplegar un estilo de vida en el que el consumo de bienes y recursos naturales se limita a lo necesario, evitando el derroche de los mismos

Amérigo (2006) menciona que existen diferentes factores que deben de participar para ejecutar esta conducta. Estos factores son las actitudes tanto generales (la preocupación del medio ambiente) como las específicas (la percepción de confort o alarma), así también se encuentran las creencias sobre las consecuencias medioambientales, la conciencia ambiental a partir de unos niveles mínimos en sus dimensiones cognitiva, afectiva, activa y conativa. Igualmente se pueden mencionar los valores altruistas y biosféricos y de la conducta pasada, el conocimiento, la percepción de riesgo y las emociones, los afectos, los factores contextuales, los hábitos y las habilidades personales (Holahan, 1997).

Existen dos perspectivas para poder entender el comportamiento proambiental: por un lado tenemos el enfoque conductista que enfatiza los estímulos externos y las contingencias y por otro lado el enfoque cognitivo que dará prioridad a los determinantes internos del comportamiento (valores, creencias y actitudes). Estas dos perspectivas son de suma importancia ya que para crear una conducta proambiental se deben de considerar los estímulos exteriores como los interiores (Caixeta, 2010).

Los valores, creencias y actitudes son los factores a los que acuden con más frecuencia en las investigaciones para predecir la conducta proambiental. Los valores, siendo centrales y abstractos, se encuentran más distantes de las manifestaciones del comportamiento en sus interacciones con el medio ambiente. Es posible que su influencia se manifieste por medio de las creencias, que son



más específicas y más cercanas al fenómeno, asumiendo significado en el impacto de las creencias ambientales sobre los comportamientos ecológicos. Los valores activan creencias ambientales que, a su vez, predisponen a los individuos a actuar de manera proecológica o antiecológica (Pato y Tamayo, 2006).

Olofsson y Ohman, (2006) mencionan que las creencias en general son un fuerte predictor del comportamiento sobre el medio ambiente. Las creencias favorables a la protección y respeto hacia el medio ambiente son de gran relevancia, dado que las creencias configuran las verdades básicas sobre la realidad física, social y la naturaleza de uno mismo, siendo parámetros que usamos para darle sentido a nuestro mundo, considerándolos como hechos. En grosso modo, se podría decir que las creencias en el medio ambiente son los conocimientos, ideas, opiniones o perspectivas existentes sobre las relaciones del ser humano con el entorno que le rodea (Gomera, Villamando y Vaquero, 2013; González, 2002).

Aragonés y Américo, (2010) mencionan que la manera en que los seres humanos nos relacionamos con el medio ambiente ha sido definida reiteradamente utilizando una visión dualista, en la cual el interés proambiental y el interés por el desarrollo humano actúan como principios enfrentados entre sí. Esta visión ha sido analizada y las investigaciones en este campo confrontan dos sistemas de creencias, dos visiones del mundo diferentes: el “Paradigma Social Dominante” (PSD), centrado en la capacidad de la ciencia y tecnología para solventar el problema ambiental, frente al “Nuevo Paradigma Ambiental” (NPA), que apunta a un punto radical hacia una sociedad más proambiental, un nuevo sistema social que, como consecuencia del deterioro medioambiental provocado por el ser humano, implica un cambio necesario en creencias, actitudes, valores y estilos de vida medioambiental. Frente al PSD, “antropocentrista”, el nuevo que surge sería de tipo “ecocéntrico”.

La creencia ecocéntrica se concentra en el mantenimiento y respeto de los sistemas naturales, de aquí que las actuaciones de los individuos serán o no correctas en función a su impacto sobre el ambiente, siendo la preservación un deber moral. Las escuelas ecocéntricas consideran que los humanos están

directamente involucrados en el mantenimiento del mundo natural, con independencia de sus intereses, se relaciona positivamente con la actitud y los comportamientos proambientales referidos y observados (Alfranca, 2005; Aragonés y Américo, 2010).

En contraparte, las creencias antropocéntricas consideran que sus valores derivan exclusivamente de las necesidades humanas y de sus intereses, no tienen por qué comportar la degradación ambiental, puesto que sería perfectamente factible que los intereses humanos coincidieran con el mantenimiento y la conservación del medio ambiente. La protección ambiental depende de un conjunto de intereses y preferencias mantenidos por la sociedad (Alfranca, 2005). Los autores que proponen una ética ecológica, se enfocan en el cambio del eje de la forma de pensar y accionar, o sea, el cambio del antropocentrismo hacia el ecocentrismo (Franco, 2009).

Así como se deben de formar creencias, también se tienen que crear actitudes proambientales para poder mantener un equilibrio ambiental, para Berkowitz (s.f en Holahan, 1996), “actitud” se refiere a los sentimientos favorables o desfavorables que inspira un objeto o situación. O de forma más precisa como conocimiento evaluativo, que se evoca de manera espontánea y que se forma a través de nuestras creencias sobre el objeto (Ajzen, 2001 en Aragonés y Américo, 2010). Así, las actitudes ambientales constituyen los juicios, sentimientos y pautas de conductas favorables o desfavorables que un sujeto manifiesta hacia un hábitat o ambiente determinado y que condiciona su comportamiento dirigido a la conservación o degradación del ambiente en cualquiera de sus manifestaciones (Baldi y García, 2005).

Se considera que las actitudes ambientales desempeñan una importante función psicológica en la vida del individuo al ayudarlo a elegir una amplia variedad de conductas. Un ejemplo de estas conductas podría ser, que las personas decidan usar y cuidar adecuadamente el ambiente físico. Se creó que la crisis ecológica que amenaza al mundo es consecuencia de la conducta inadaptada de la gente con respecto al ambiente físico. Sólo cuando mejoren las actitudes del público

hacia el uso de la tierra, la eliminación de basura y el consumismo, surgirán conductas más positivas y adaptativas (Holahan, 1997).

Gran parte de las investigaciones realizadas van orientadas a intentar predecir el comportamiento ecológico a partir de las actitudes hacia el medio ambiente, sin embargo, se sabe que esta relación está mediatizada por otros factores psicológicos y sociales, lo que ha llevado a desarrollar muchos modelos/teorías más genéricos ayudando a explicar y entender la relación entre actitudes y el comportamiento (Caixeta, 2010; López, 2008).

Una de las primeras teorías que fue desarrollada para explicar cuáles son los determinantes de la intención conductual y la conducta es La Teoría de la Acción Razonada de Fishbein y Ajzen (1975). Esta teoría busca el origen de la conducta en las creencias que el individuo mantiene ante la intención de realizar una determinada conducta. La teoría asevera que es posible predecir las conductas desde las actitudes, las intenciones conductuales y las creencias en relación a la influencia social y a la predisposición del sujeto hacia esta última (López, 2008; Reyes, 2007).

La intención de una persona es fundamental ya que es un fuerte predictor del comportamiento y es determinada por dos factores básicos: a) la naturaleza personal (las actitudes que median los efectos de las creencias, provocando un comportamiento y conduciendo a una serie de consecuencias); y b) la influencia social o norma subjetiva (la percepción de las personas hacia la aprobación o desaprobación de una conducta). Es necesario indicar que la intención conductual se ha interpretado como el elemento que conjuga e integra el resto de los determinantes comportamentales (Caixeta, 2010; Suárez y Hernández, 2008).

El Modelo de Activación de la Norma de Schwartz (1977), contempla el comportamiento ambiental motivado principalmente por razones prosociales, tales como las normas morales o personales, entendidas como sentimientos de fuerte obligación moral que las personas experimentan al implicarse en comportamientos prosociales. Las normas morales que considera el autor son activadas al

cumplirse dos condiciones: a) las personas deben de creer que sus acciones tiene consecuencias, y b) estas consecuencias son su entera responsabilidad (Bustos y Flores, 2014). Este modelo trata de explicar el mecanismo que lleva a las personas a actuar de manera altruista, con frecuencia estudiando la conducta ambiental. Un comportamiento altruista (o conducta ecológicamente responsable) va a depender de la activación de las normas personales que, a su vez, están en función de los propios valores. En 1994 se creó la Teoría de Valores de Schwartz siendo una extensión del Modelo de Activación de la Norma, utilizada para predecir actitudes ambientales y comportamientos ecológicos (Aguilar, García, Monteoliva y Salina, 2006; Caixeta, 2010).

La Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991), considera que la conducta viene determinada directamente por la intención conductual, intención que a su vez está determinada por tres variables: a) la actitud hacia la conducta, b) la norma subjetiva, y c) el control conductual percibido para la ejecución de esa conducta. Estas tres variables se basan, respectivamente, en las creencias conductuales, normativas y de control (Durán, Alzate, López y Sabucedo, 2007).

Las creencias comportamentales producen una favorable o desfavorable actitud frente al comportamiento, las creencias normativas son resultado de la presión social percibida o normas subjetivas y las creencias de control aumentan el control comportamental percibido. Como regla general, cuanto más favorable es la actitud, más favorable será la norma subjetiva, cuanto mayor sea el control percibido, más fuerte será la intención de la persona en realizar determinado comportamiento. Entonces, la intención es el antecedente inmediato de comportamiento (Caixeta, 2010).

Esta teoría se basa en los modelos de expectativa-valor de las actitudes y toma de decisiones, lo que quiere decir que la conducta es el resultado de un proceso de análisis de costes y beneficios asociados a la realización o no de la misma. Al igual que otros planteamientos socio-cognitivos, se centra exclusivamente en variables racionales y obvian la existencia de la otra dimensión fundamental en el comportamiento humano: la emocional-afectiva. La cuestión de involucrar a la

variable emocional no es que el sentimiento positivo o negativo hacia la realización de una conducta incrementa la probabilidad de realización, sino que, hasta qué punto la emoción generada por una determinada situación incide en la necesidad percibida de actuar de una manera concreta.

El Modelo de Consciencia Ambiental y Emociones propuesto por Grob (1991,1995) se constituye de cinco componentes: 1) consciencia ambiental, 2) emociones, 3) valores personales-filosóficos, 4) control percibido y 5) comportamiento ambiental. Cada componente incluye dos o más subcomponentes.

El componente de consciencia ambiental incluye conocimiento del medio ambiente y el reconocimiento de los problemas ambientales, este modelo propone que si la gente sabe más acerca de su entorno se comportará de manera apropiada. El componente de emoción supone que cuanto más intensa es la emoción con que los individuos reaccionan a un agravamiento del estado del medio ambiente se comportarán correctamente, también se asume que cuanto más perturbada esté una persona en la discrepancia entre las acciones ideales y reales, se comportarán adecuadamente. El componente personal-filosófico incluye dos subcomponentes, los valores materialistas y el pensamiento creativo, el modelo propone que los valores de una persona materialista ocasionarán comportamientos menos adecuados para el medio ambiente, también incluye la apertura de nuevas experiencias y el pensamiento creativo, esto es, la persona creativa se comportará adecuadamente. El componente del control percibido implica creencias acerca de la autoeficacia y la eficacia de la ciencia y tecnología. La creencia de la eficacia de la ciencia y tecnología trae la hipótesis de que la gente se comportará adecuadamente cuanto menos crea en soluciones tecnológicas para resolver los problemas del medio ambiente. En las creencias de la autoeficacia el modelo plantea la hipótesis de que las personas que atribuyen las causas del problema medioambiental a sus propias acciones actuarán adecuadamente hacia el medio ambiente en comparación a los que atribuyen las causas a las influencias externas, como la ley natural, el azar, la sociedad o

compañeros, etc. (Grob, 1991 en Grob, 1995). Por último, el componente de la conducta incluye acciones directas que afectan al medio ambiente.

Basándonos en los resultados del análisis de este modelo nos podemos dar cuenta que el componente de los valores personales-filosóficos influye en los demás componentes, y esto lleva a realizar una conducta ambiental. Debemos de enfatizar que de los subcomponentes que tiene los valores personales-filosóficos el que influye positivamente es el pensamiento creativo ya que éste es el que crea una conducta adecuada.

El Modelo del Valor, las Normas y las Creencias hacia el medio ambiente (V-N-C) planteado por Stern, Dietz, Abel, Guagnano y Kalof (1999) y Stern (2000, en Aguilar, et. al., 2006), parte de la concepción tradicional de los valores como variables que “actúan guiando la acción y el desarrollo de las actitudes hacia los objetivos y las situaciones”. Este modelo asienta sus bases, por una parte, en el Modelo de Activación de la Norma de Schwartz (1977) y se basa en los principios del “Nuevo Paradigma Ecológico”. La activación de la norma personal a partir de los valores, se explica a través de otras dos variables: la toma de consciencia de las consecuencias de la acción o, lo que es lo mismo, las creencias específicas asociadas a la conducta, y la adscripción de responsabilidad, entendida como el grado de responsabilidad que la persona adopte sobre sus actos (Aguilar, et al., 2006). La ventaja de este modelo es que pudiera estar en la conjunción de factores psicosociales y personales pero la desventaja es que podría predecir el comportamiento con menor fuerza en comparación a otros modelos (Bustos y Flores, 2014).

Por último se tiene el meta-análisis de Osbaldiston y Schott (2011), a pesar que no es un modelo o teoría se considerará ya que se analizan estudios experimentales centrados en intervenciones que se han utilizado para realizar una conducta proambiental. Se consideraron 87 estudios en los cuales se encontraron 10 intervenciones agrupándose en cuatro categorías: conveniencia, información, seguimiento y procesos psicosociológicos. En la tabla 3 se indica cada categoría con sus intervenciones correspondientes y una breve explicación de cada uno.

Tabla 3. Categorías e intervenciones, (basado en Osbaldiston y Schott, 2011).

Categoría	Intervenciones
Conveniencia	Facilitadores: facilitar las condiciones situacionales para el cambio de conducta.
	Mensaje activador: recordatorios centrados en el momento de realizar la próxima acción específica.
Información	Justificaciones: razones para llevar a cabo un comportamiento específico (información declarativa).
	Instrucciones: cómo realizar una conducta específica (información de procedimiento).
Seguimiento	Recompensa o incentivos: cualquier tipo de ganancia que la persona reciba.
	Retroalimentación: información sobre el grado en que un comportamiento ha sido realizado por los participantes anteriormente.
	Modelador social: incluye cualquier tipo de transmisión de información a través de la demostración o discusión en la que se indica que ellos personalmente se involucran en el comportamiento.
Procesos psicosociológicos	Disonancia cognitiva: es utilizada para acceder a preexistentes creencias o actitudes y tratar de hacer que los individuos se comporten de manera que son consistentes con esas creencias para reducir la disonancia.
	Compromiso: realizar un compromiso verbal o escrito. Se hace frecuentemente mediante la forma de una carta compromiso.
	Fijación de objetivos: desear realizar una meta predeterminada.

En los resultados del meta-análisis se encuentra que las intervenciones más eficaces son: la disonancia cognitiva, fijación de objetivos, modelador social y mensajes activadores. Posteriormente se consideran en un grupo intermedio, las recompensas, facilitadores, justificaciones y el compromiso. Finalmente con un

efecto bajo para el cambio de conducta se tienen las instrucciones y la retroalimentación.

También se observó que dentro de los estudios examinados los investigadores utilizan la combinación de tratamientos. Realizando una tabulación se encontraron seis combinaciones particularmente eficaces: a) recompensas y fijación de objetivos, b) instrucciones y fijación de objetivos, c) compromiso y fijación de objetivos, d) mensajes activadores y facilitadores, e) mensajes activadores y justificación y, e) disonancia cognitiva y justificación. La conclusión más importante de este meta-análisis es que no hay un tratamiento altamente eficaz para ejecutar una conducta proambiental. Ciertos tratamientos parecen ser más eficaces para ciertos comportamientos. Por ejemplo, los tratamientos que son eficaces para la promoción de reciclaje son los facilitadores y las recompensas.

Entre los problemas del medio ambiente están involucradas las actitudes y creencias de muchos individuos que consideran que los riesgos ambientales son exageraciones de los ecologistas. Por otra parte, existe el problema de la motivación de la gente. ¿Qué beneficios recibe una persona al cuidar el entorno natural y cuáles se obtienen al degradarlo? Los beneficios al seguir degradando al medio ambiente son más personales y se perciben a corto plazo trayendo satisfacción, en cuanto a los beneficios de una conducta proambiental son a largo plazo y se tiene que trabajar conjuntamente con las demás personas. Esta trampa social representa una de las mayores dificultades al tratar de encontrar soluciones a los problemas del medio (Baildi y García, 2006).

Es probable que las personas realicen conductas proambientales si los factores psicosociales involucrados se encuentran en un nivel adecuado, esto implica que existan una menor cantidad de barreras para la ejecución de las acciones y una mayor presencia de facilidades para que se favorezca la ejecución de la conducta. De acuerdo a las teorías/modelos que revisamos con anterioridad podemos ver que las variables predictoras que favorecen la realización de la conducta proambiental son: la intención conductual, la norma moral, los valores personales-filosóficos, las creencias y las actitudes. La realización de una conducta no



depende de una sola variable, es fundamental contar con varias y en cada persona serán más fuertes ciertos predictores que otros (Barrientos, 2014).

Existen barreras que pueden impedir la realización de la conducta proambiental, tanto personales como contextuales, las barreras personales pueden ser los mismos factores que influyen a realizar una conducta proambiental; sin embargo, las contextuales dependen del entorno social, o la manera en que se facilite realizar la conducta. Un ejemplo sería el de reciclar los teléfonos móviles, si los módulos de reciclaje se encuentran lejos o es complicado realizar la devolución del aparato para su reciclaje entonces la persona optará por seguir tirando los teléfonos móviles en la basura de su hogar siendo esta manera la más cómoda para ella.

En conclusión, las personas sí manifiestan un interés en los conflictos ambientales que ocurren actualmente pero parecen tener poca inclinación a iniciar una participación en la práctica de conductas proambientales, por lo que corresponde a los psicólogos ambientales estimular en estos comportamientos. El análisis que se realizó a los modelos/teorías y al meta-análisis da una visión acerca de las variables que se ocupan para la predicción de la conducta, sin embargo, relacionado al tema que se ha ido desarrollando a lo largo de esta tesis no se puede ocupar solo un modelo para poder crear una propuesta ya que es insuficiente. Para la propuesta que se ampliará más adelante se tomarán distintas variables de los modelos como la consciencia ambiental, el control percibido y como variable principal será la intención conductual. Por otra parte, se considerarán las intervenciones citadas en el meta-análisis.

Para que la conducta proambiental sea duradera se necesita trabajar constantemente en ella y una manera sería con la educación ambiental, ya que al implementar poco a poco la concientización y la forma de manejar adecuadamente el tema del ambiente permitirá a la persona que el cuidado ambiental sea más fácil y útil en su vida. En los siguientes párrafos desglosaremos la importancia de la educación ambiental y su objetivo para poder mejorar el ambiente.

## Educación Ambiental

El surgimiento y desarrollo de la Educación Ambiental (EA) está asociado a la emergencia de la crisis ambiental planetaria. La necesidad de la EA se ha ido constatando y promoviendo desde la década de los setenta en todos los congresos y reuniones celebradas sobre el tema. En aquella década se identificaba el ambiente con el medio natural y, por consiguiente, se educaba “para la conservación del medio natural”. En los ochenta, se incorpora en el medio social elementos relacionados con el entorno humano (social, político, económico y cultural), educando “para la concienciación sobre la crisis ambiental”. A partir de los noventa se comienza a percibir que la causa de la crisis ambiental es consecuencia directa del crecimiento económico ilimitado (Calixto, 2012; Álvarez y Vega, 2009).

En la actualidad se considera que los fines de la EA y las posibles soluciones a la crisis ambiental tienen que ser abordadas desde la cooperación internacional y acciones a nivel global considerándose que, aunque se debe de seguir orientando hacia un desarrollo sostenible se necesita centrarse en las personas y en la comunidad y no en el medio. Se debe crear una educación “para cambiar la sociedad”; una educación que ayude a los individuos a interpretar, comprender y conocer la complejidad y globalidad de los problemas que se producen en el mundo y enseñe valores, conocimientos, actitudes y comportamientos que fomenten una forma de vida sostenible (Álvarez y Vega, 2009; Aragonés y Américo, 2010).

Según Calixto (2012) desde las primeras reuniones internacionales promovidas por la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, por sus siglas en inglés), como la Primera Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente, en Estocolmo, Suecia (1972), en la que se creó el Programa de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente (PNUMA); el Seminario Internacional de Educación Ambiental, Belgrado la ex –Yugoslavia (1975) y la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental en Tbilisi en la ex – URSS; hasta los últimos congresos mundiales de EA, promovidos por la Red

Internacional de Educación Ambiental (WEEC, por sus siglas en inglés), como el Cuarto Congreso Mundial de Educación Ambiental en 2007, en Durban, Sudáfrica; el Quinto en 2009, en Montreal, Canadá; y el Sexto en 2011, en Brisbane, Australia, es posible reconocer la importancia de las propuestas de la EA, en la búsqueda y construcción de alternativas pedagógicas para mejorar la calidad del medio ambiente

Las definiciones que se han elaborado en torno a la EA siempre hacen referencia al necesario ajuste de la calidad de vida humana y la calidad del ambiente. Una de las concepciones más aceptadas sobre el término fue elaborada en 1970 por la comisión de educación de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de sus Recursos (UICN), en la que la EA es descrita como el proceso que consiste en reconocer valores y aclarar conceptos para fomentar las aptitudes y actitudes necesarias logrando comprender y aceptar las interrelaciones entre el hombre, su cultura y su medio biofísico. La EA entraña también la práctica en la toma de decisiones y en la propia elaboración de un código de comportamiento con respecto a las cuestiones relacionadas con la calidad del medio ambiente (Aragónés y Amérigo, 2010).

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2006), define a la EA como aquella que “promueve la formación de individuos y grupos sociales con conocimientos, habilidades, sentimientos, valores y conductas favorables para la construcción de un nuevo paradigma social caracterizado por pautas de convivencia social y con la naturaleza que conduzcan a la sustentabilidad política, económica y ecológica”. La diversidad cultural se despliega como una matriz de racionalidades diferenciadas, que resignifican los principios de racionalidad ambiental, arraigándolos en el mundo de vida de cada persona y comunidad. Confluyen los principios de la sustentabilidad, la complejidad y la interdisciplinariedad. Sin embargo, sus orientaciones y contenidos dependen de las estrategias de poder que emanan de los discursos de la sustentabilidad y se transfieren al campo de conocimiento (Leff, 2002).

Con la celebración de la Cumbre de Río en 1992, la EA se define, desde la perspectiva del desarrollo sostenible, como el proceso de aprendizaje permanente, basado en el respeto a todas las formas de vida. Tal educación afirma valores y acciones que contribuyen a la transformación humana y social con el fin de conseguir la preservación ecológica, estimulando la formación de sociedades socialmente justas y ecológicamente equilibradas, que establecen entre sí relaciones de interdependencia y diversidad (Aragónés y Américo, 2010).

Es necesario extender la definición de la EA al desarrollo de patrones de comportamiento acordes con los objetivos asociados con la protección y cuidado del ambiente, pero no con el supuesto que los procesos cognitivos y afectivos del comportamiento generan cambios en las conductas directamente relacionadas con el cuidado del ambiente, ya que estos procesos también son una clase de comportamiento que en ocasiones forma parte del mismo campo funcional al que se denomina comportamiento sustentable (Sandoval, 2012).

El fin último de la EA es resolver los problemas ambientales que el hombre causa sobre el planeta, para así acercarnos a un modelo real de desarrollo sostenible. El concepto de desarrollo sostenible, es ese equilibrio entre lo ecológico, lo social y lo económico, esa garantía de que las generaciones presentes puedan satisfacer sus necesidades sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras de hacer lo propio. Así por ello es que la EA se ha asociado a enseñanzas de las ciencias naturales (educación acerca del ambiente), proyectos de actividades fuera del aula (educación en el ambiente) y aproximaciones que no logran responder integralmente a la articulación sociedad-naturaleza (interpretación ambiental y educación para la conservación) (Castillo y González, 2009; Gomera, 2008).

La EA se propone, a través del desarrollo de diversas estrategias pedagógicas, contribuir a la formación de una consciencia sobre la responsabilidad del género humano en la continuidad de las distintas formas de vida en el planeta, así como la formación de sujetos críticos y participativos ante los problemas ambientales. Generando y manteniendo nuevos comportamientos, actitudes, valores y

creencias que impulsen el desarrollo social, productivo y creador; dando como resultado el logro de nuevas relaciones entre los seres humanos (Calixto, 2012).

Para Aragonés y Amérigo (2010) los fines básicos de la EA deben adaptarse a las peculiaridades ambientales y sociales de la comunidad donde se pretenda intervenir. Los objetivos y metas pueden agruparse en tres categorías fundamentales:

- Ayudar a la comprensión de las dinámicas ambientales y al análisis crítico de su relación con la acción humana y los sistemas sociales.
- Fomentar el desarrollo de actitudes y conductas sociales en favor de la protección del medio ambiente y de la promoción de la sostenibilidad.
- Posibilitar el desarrollo de comportamientos individuales y colectivos orientados a la resolución de problemas ambientales.

La consecución de estos niveles de objetivo cognitivo, actitudinal y comportamental necesita del desarrollo de capacidades y habilidades diversas: capacidades de obtención de información, investigación y análisis crítico, capacidades de evaluación e integración de valores y capacidades para la acción y la participación (Aragonés y Amérigo, 2010).

En México se adoptó la iniciativa de la UNESCO “Decenio de las Naciones Unidas para la Educación para el Desarrollo Sustentable” como parte del compromiso internacional más importante en materia de educación. Este compromiso fue respaldado por el gobierno mexicano en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sustentable que se realizó en Johannesburgo, Sudáfrica en el año 2002. La SEMARNAT a través del Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU) publicó en 2006 la Estrategia de Educación Ambiental para la Sustentabilidad en México (EEASM) 2006-2014.

La CECADESU ha asumido el compromiso de actualizar los contenidos de la EEASM y realizar un planteamiento de trabajo para la actual administración. La actualización de la EEASM consideró la evaluación de los avances en el cumplimiento de los objetivos y metas que proponen con el fin de lograr un

diagnostico actualizado, el desarrollo de procesos de planeación estratégica intrasectorial así como la gestión de articulaciones intersectoriales que involucren la participación de actores estratégicos vinculados al tema.

Para saber la percepción social de los ciudadanos mexicanos acerca del medio ambiente se realizó la encuesta en línea “Percepción social del medio ambiente en México”. El objetivo de esta encuesta fue generar referentes actualizados dirigidos al diseño de propuestas de educación y comunicación ambientales que propiciaran la participación de la ciudadanía en acciones a favor del medio ambiente.

Al analizar los resultados se observan deficiencias en cuanto a la población que fue encuestada, ya que fue de 1104 personas de todo el país, también se observa que sólo las personas con internet pudieron participar. Con estas pequeñas observaciones podemos decir que se necesita una mejor difusión en el tema del medio ambiente en México. Se resalta que a pesar de la escasez de proyectos e información el tema del ambiente es uno de los importantes a tratar para los mexicanos. Dentro de la encuesta una de las preguntas era: “problemas ambientales más importantes”, para las personas los tres problemas más importantes fueron, generación de basura, pérdida y alteración de los ecosistemas y la contaminación del agua, por otra parte el problema con el porcentaje más bajo fue la categoría de “otros” (contaminación química, mal manejo de los residuos, consumo irracional de recursos, saneamiento de aguas, contaminación industrial, residuos electrónicos, falta de políticas ambientales, funcionarios incapaces, caza furtiva, tráfico de especies, especies invasoras, falta de educación ambiental y consumismo). Esta última categoría considerada la menos importante nos permite reafirmar por qué es fundamental escribir en esta tesis sobre estos temas que son poco conocidos y abordados por la sociedad y que, sin embargo, están degradando drásticamente al medio ambiente (SEMARNAT, 2014).

Siguiendo con el análisis de la encuesta, según la percepción de los encuestados, los medios más eficaces para difundir y concientizar sobre los problemas ambientales y su solución son: la escuela, la televisión, el internet y las redes

sociales. Se puede concluir que aún falta trabajar considerablemente con la población mexicana en relación a la EA, puesto que la información que manejan es insuficiente y sobre todo no se conocen todos los problemas ambientales que existen hoy en día, de igual manera se necesita concientizar a las personas para que la conducta proambiental incremente, por otra parte, las instituciones gubernamentales necesitan poner más atención en estos temas e incrementar los ingresos para programas de EA e investigación y legislar leyes que ayuden a mantener al medio ambiente (SEMARNAT, 2014).

Se finaliza mencionando que el gran reto de la EA es el de superar el abismo que existe entre el discurso teórico y la práctica cotidiana, esto es, superar la disyunción entre la preocupación ambiental (actitudes) y conductas proambientales, ya que en las personas existe una actitud de preocupación por la actual crisis ambiental; sin embargo, sus conductas son contrarias. La correlación entre actitudes proambientales y conductas ecológicamente responsables son en general muy bajas, por esta razón es necesario considerar variables que sean fuertes predictores de conductas proambientales favoreciendo al ambiente (Álvarez y Vega, 2009).

## **Planteamiento de problema**

Actualmente se percibe cada vez más el impacto negativo ambiental y sociopolítico a causa del consumismo. Delimitando el tema específicamente al consumo de teléfonos móviles, siendo un aparato electrónico que con frecuencia está cambiando quedando obsoletos, propiciando el cambio constante de éste.

¿Cuáles son las Conductas Proambientales que disminuyen el impacto negativo del consumismo de teléfonos móviles?

## **Objetivos**

Objetivo general:

- Proponer estrategias para disminuir el impacto negativo del consumismo de teléfonos móviles

Objetivos específicos:

- Dar a conocer el problema ambiental y sociopolítico ocasionado por el consumismo de teléfonos móviles.
- Reflexionar acerca del problema que ocasiona la fabricación, consumo, uso cotidiano y eliminación excesiva de los teléfonos móviles.



## **Método**

### Categorías de análisis

Las categorías que se analizarán en esta tesis teórica son:

- Teléfono móvil
- Repercusiones ambientales
- Repercusiones sociopolíticas
- Consumismo
- Conducta Proambiental
- Educación Ambiental

### Técnica de análisis

Al ser este proyecto una tesis teórica se realizó la búsqueda exhaustiva de información mediante artículos, libros y páginas web acerca del tema desarrollado. La Conducta Proambiental en la disminución de impactos negativos del consumismo de teléfonos móviles, es un tema muy extenso y se necesitó reducir a categorías específicas que se relacionaban mejor unas con otras, esto con el objetivo de llevar una coherencia para poder abordar y explicar de una manera apropiada la problemática y crear estrategias adecuadas para su intervención. Durante la búsqueda se arrojaron tópicos que estaban vinculados con este tema; sin embargo, para la presente investigación no eran tan relevantes, por ello se tuvo que analizar y discriminar la información que no era útil o necesaria.

### Resultados

Como resultado de la investigación se encontró que el teléfono móvil es una categoría que se puede investigar a través de diferentes disciplinas como la psicología, relaciones internacionales, ingeniería ambiental, ciencias de la comunicación, economía, tecnología, ingeniería industrial e ingeniería mecánica y eléctrica. A pesar de ser un tema multidisciplinar no existe investigación en la psicología ambiental relacionada con los teléfonos móviles, lo más próximo fueron

estudios acerca de los “aparatos electrónicos”. Gran parte de la información encontrada no fue de utilidad porque a pesar de que el teléfono móvil es un aparato electrónico, cada aparato es fabricado, utilizado y eliminado de modo diferente.

En la tabla 4 se puede observar una inter-relación entre categorías que fueron utilizadas en la investigación, se percibe que las categorías del teléfono móvil y el consumismo son las que tienen mayor relación entre sí, esto puede deberse a que el consumismo (aquí no se especifica ningún producto o servicio) repercute tanto ambiental y sociopolíticamente pero al mismo tiempo puede solucionarse cambiando conductas proambientales con ayuda de la educación ambiental. Mientras que el teléfono móvil es un aparato que por su popularidad perjudica los mismos ámbitos que el consumismo pero al mismo tiempo se puede solucionar con las mismas intervenciones.

Tabla 4. Inter-relación entre las categorías estudiadas en la investigación.

Categorías	Teléfono móvil	Repercusiones sociopolíticas	Repercusiones ambientales	Consumismo	Conducta proambiental	Educación ambiental
Teléfono móvil						
Repercusiones sociopolíticas						
Repercusiones ambientales						
Consumismo						
Conducta proambiental						
Educación ambiental						

Al hallarse en un mundo globalizado todo se inter-relaciona, (ejemplo de ello es la economía, la cultura, la sociedad, la tecnología y en especial el ambiente). Quizá a simple vista el teléfono móvil, las repercusiones ambientales y sociopolíticas y la psicología ambiental no tenían ninguna reciprocidad, pero al ahondar en estos temas se observó que todo está conectado y que un simple aparato que es ocupado cotidianamente por millones de personas perjudica en dos importantes ámbitos (ambiental y sociopolítico).

## **Conclusiones y Propuesta**

Esta investigación permitió percatarse que los problemas ambientales son originados por los seres humanos que por naturaleza son generadores de cambios sociales y ambientales, en ocasiones mediados por la condición social más que ambiental. La ambición de buscar la satisfacción de necesidades origina el uso irresponsable de los recursos naturales que como se sabe pero parece que se ignora son limitados (Martínez, 2004).

La globalización y el capitalismo como cambios que ha originado el hombre y que ha creado transformaciones drásticas, tanto sociales como ambientales nos ha llevado a un aparato que desde que fue creado modificó la cultura. El teléfono móvil cada vez se vuelve fundamental para la vida cotidiana o así la publicidad lo ha hecho creer, por lo que las personas que no poseen uno muchas veces se les excluye. Desafortunadamente, el teléfono móvil a parte de crear cambios sociales ha creado un cambio más negativo, este es hacia la naturaleza. La importancia de haber conocido las repercusiones que ocasiona la fabricación, el uso y la eliminación (la mayoría de veces incorrecta) del teléfono móvil dio un panorama de lo que se ha vivido desde que se expandió su uso.

Al mantener una ideología capitalista que nos orilla a conservar conductas consumistas (comprar/tirar) ha llevado a que la contaminación vaya en aumento y que la guerra en la RDC no concluya. Razón por la cual sería adecuado que la gente creara consciencia y dejara de comprar excesivamente teléfonos móviles. Sin embargo, el hecho de no consumir, o de consumir menos no es fácil de conseguir sin una buena red social que supla todo lo que facilitan las relaciones de consumo, es decir, que en las condiciones actuales puede ser simplemente imposible, se requiere una transformación previa de las estructuras sociales y de las relaciones de consumo (Juárez, Feliu y Lajeunesse, s.f).

Se deben cambiar las creencias antropocéntricas creadas y arraigadas en las personas por creencias ecocéntricas que ayudará a mantener un equilibrio persona/ambiente. Así será más fácil mantener conductas proambientales

beneficiando y disminuyendo los daños causados al medio ambiente. La urgencia de la resolución de los problemas ambientales de nuestro planeta y el acuerdo sobre el origen social de estos conflictos determina el importante papel que debe jugar la perspectiva de la educación ambiental en el sentido de contribuir a solucionar este escenario de crisis ecológica (Aragónés y Américo 2010).

Realizar cambios proambientales en las personas se torna muchas veces difícil, empero, es importante intentarlo ya que cada vez se necesita de un esfuerzo real para ya no perjudicar al ambiente, por esta razón los países desarrollados, gobiernos, instituciones, empresas y ecologistas tratan de actuar rápida y eficazmente. Diferentes disciplinas están aportando ideas o proyectos. La psicología y sobre todo la psicología ambiental es una de las encargadas de crear cambios, proponiendo la educación ambiental para crear lazos comunicativos manteniendo informadas a las personas y persuadiéndolas para que realicen conductas proambientales evitando la degradación al medio ambiente.

Se hace necesario concientizar a las personas acerca del problema que se vive en la actualidad ocasionado por el teléfono móvil, posteriormente es fundamental educar a las personas y crear estrategias para un consumo sustentable, siendo ésta una de las conductas que se pueden encontrar como solución a los desequilibrios sociales y ambientales. El objetivo es asegurar que se cubran las necesidades básicas de la comunidad global en su totalidad, que se reduzcan los excesos y se evite el daño ambiental. La construcción de la cultura de la sustentabilidad debe entenderse como un proceso colectivo, que debe integrar activamente la participación (Franquesa, 1996, en Aragónés y Américo, 2010). Los gobiernos, instituciones reguladoras, las ONG's y las empresas tienen la responsabilidad de proporcionar herramientas para el cambio. Sin embargo, el papel del consumidor/ciudadano a nivel global es esencial para movilizar a estos grupos a tomar acciones más rápidas y acertadas (Bianchi y Kosiak, 2014).

El consumo responsable y sustentable necesita que las personas sepan diferenciar lo que las empresas ofrecen, las ventajas del producto, su costo económico y ambiental del producto ofrecido. Esto conlleva a una interpretación

crítica de los mensajes publicitarios, además de una constante búsqueda de información que permita elegir de manera responsable y autónoma los productos y servicios que se consumen (Palacios y Bustos, 2012).

No sólo se trata de crear un cambio de conducta proambiental, sino de crear un cambio de actitud y de pensamiento, de interés en lo que ocurre a nuestro alrededor, hacia las cosas que nos perjudican o nos benefician. Crear personas que no sólo se interesen por ellos mismos sino por los demás seres humanos y el entorno, es lo que se necesita para poder generar cambios verdaderos y duraderos, cambios que nos harán una mejor sociedad favoreciendo no sólo al medio ambiente sino también la economía y la cultura.

## PROPUESTA

Después de haber desarrollado el tema acerca del teléfono móvil y de la manera en que no sólo perjudica ambiental sino también sociopolíticamente y de acuerdo a la literatura utilizada, daremos una propuesta tomando como línea base el ciclo de vida del teléfono móvil (ver figura 3, pp. 34). La propuesta de modificación de conducta se limitará sólo a la compra del teléfono móvil (uso cotidiano) y a su disposición final ya que son las fases que se puede cambiar trabajando con la población consumidora de este aparato, sin embargo, al realizar un cambio en estas dos últimas fases también se podrán disminuir de cierta manera las otras fases del ciclo de vida ya que al reducir la compra del teléfono móvil aminoraría la manufactura y por ende el transporte, por otra parte, interviniendo en la disposición final, reciclando adecuadamente el teléfono móvil se lograría recuperar materiales que pueden ser ocupados en otros aparatos, de igual forma, los minerales recuperados tendrían otro uso, disminuyendo la extracción de la materia prima. Esto podría reducir especialmente el comercio ilegal del coltan lo que utópicamente llevaría a que las guerrillas de Ruanda y Uganda ya no siguieran fijando sus ojos en la RDC.

El Laboratorio Federal de Prueba de Materiales y de Investigación (EMPA) de Suiza creó un Modelo de Ruta Verde para los aparatos electrónicos. En este

recorrido se pueden diferenciar cuatro etapas: consumo, recolección, recuperación y disposición. Es posible definir las alternativas de intervención y modificación por parte de los actores involucrados en cada una de ellas, hacia acciones que aseguren la minimización de los residuos y el adecuado tratamiento al final de la vida útil (Silva, 2010):

- 1) Producción y consumo. Para asegurar una gestión medioambientalmente responsable, en esta primera etapa cabe mencionar las siguientes variables claves:
  - Diseño ambientalmente más amigable, que considera la minimización de elementos tóxicos y peligrosos en la composición de los aparatos.
  - Consumo responsable, a través de la adquisición de aparatos que respeten ciertos estándares medioambientales.
  - Extender el ciclo de vida de los equipos.
  - Promover el reuso.
  - Asegurar la información del consumidor, tanto de los componentes de los equipos como de las posibilidades que estos componentes tienen de entrar en una ruta adecuada hacia la eliminación al final de su vida útil.
  - El corte entre el consumo y el resto del proceso es determinante, ya que se define por la obsolescencia del equipo y distingue claramente cuando éste entra en el sistema de gestión como residuo.
  
- 2) Recolección. Los sectores público y privado deberían asegurar a los consumidores y la ciudadanía en general un sistema de recolección para los dos principales grupos de consumidores: corporativos y particulares. Esto implica la creación de lugares de acopio y sistemas de recolección apropiados, de fácil acceso y costos convenientes.
  
- 3) Recuperación. Se considera el reuso y el sistema de reciclaje que desensambla los equipos en desuso, los clasifica, valoriza, vende y exporta. También incluye el proceso de refinación.

- 4) Disposición final. En estos casos se refiere principalmente a los procesos de envío a rellenos de seguridad.

La Ruta Verde se puede considerar una guía para saber qué sucede en cada fase que proponen, empero, la disposición final en esta tesis es ocupada en diferente lugar jerárquico en comparación al que ellos proponen. Para la presente propuesta las etapas serían las siguientes:

- 1) Consumo:

- Consumo responsable: las personas deben de aprender a sólo consumir cuando es necesario, sin importar la presión social acerca de los aparatos novedosos.
- Consumo sustentable: en cada compra se debe tomar en cuenta que en la fabricación se respetaron los estándares ambientales, se ocuparon materiales renovables o reciclables, etc., lo que mostraría que el aparato es amigable con el medio ambiente.

- 2) Disposición final:

- Recolección: una vez que el aparato es inservible es importante deshacerse de él adecuadamente, esto sería, llevarlo a centros de recolección para su disposición final.
- Recuperación: después de dejar el aparato en un centro de acopio, son llevados a centros de reciclaje en los cuales se rescatan los materiales que aún pueden ser utilizados.

Las personas al no tener conocimiento de los beneficios de disminuir la compra constante de teléfonos móviles y de dejarlos en centros de acopio en el momento de la disposición final, no realizan estas conductas. En la Tabla 5 se muestran los beneficios de algunas conductas proambientales relacionadas al teléfono móvil.



*Tabla 5. Conducta proambiental relacionadas al uso de teléfonos móviles y su beneficio con el medio ambiente.*

Conducta	Beneficio
Consumo responsable	Consumir sólo cuando es necesario disminuye la contaminación causada por la extracción de minerales y la manufactura, esto permite que se rescaten bosques y ríos, mejorando la calidad del ambiente.
Consumo sustentable	Saber de qué materiales está compuesto el teléfono móvil permite saber en qué momento comprar y qué modelo es más amigable con el ambiente. De esta manera la degradación ambiental disminuye.
Recolección	Los centros de acopio de teléfonos móviles permiten una correcta eliminación de estos aparatos, ayudando a que no lleguen a los basureros urbanos o a vertederos de basura electrónica como los ubicados en el continente africano o asiático. Esta acción ayuda a prevenir la lixiviación del teléfono móvil con el agua y la tierra.
Recuperación	Reciclando adecuadamente los teléfonos móviles se recuperan materiales que pueden volverse a ocupar para la fabricación de otros aparatos disminuyendo la extracción de materia prima.

Querer cambiar una conducta consumidora no es difícil, pero se puede sugerir a los usuarios de telefonía móvil que no es necesario cambiar de aparato cada vez que llega al mercado un modelo nuevo, siendo congruente cambiándolo siempre y cuando ya no sirva. Por otra parte, otra de las conductas que se pueden realizar para ayudar al medio ambiente es que una vez ya no sirva el teléfono móvil y sus accesorios buscar los módulos de recolección para poder dejarlos y que sean reciclados adecuadamente (ver Anexo 1).

Es bien conocido que una de las variables importantes para cambiar una conducta es la intención y disposición. Por esta razón la propuesta que se dará en esta ocasión es destinada para el usuario de telefonía móvil preocupado por el ambiente que quisiera efectuar conductas proambientales para disminuir el impacto negativo en el medio ambiente. Acudiendo a la educación ambiental ya

que se pretende crear capacidades de obtención de información, investigación, análisis crítico, evaluación e integración de valores, acción y participación (Aragónés y Américo, 2010).

Como se había mencionado se ocuparán algunas de las intervenciones encontradas en el meta-análisis de Osbaldiston y Schott (2011) para poder modificar una conducta proambiental. De las 10 intervenciones que localizaron los autores se ocuparán sólo cinco de ellas, las cuales son: justificación, compromiso, fijación de objetivos, retroalimentación y recompensa. En la Tabla 6 se explica cómo se llevaría a cabo cada una de las cuatro estrategias que se consideran apropiadas para esta situación.

*Tabla 6. Estrategia, y forma de realizar el cambio de conducta proambiental.*

Estrategia	Modelamiento
Justificación	Es de suma importancia realizar esta conducta porque el gran incremento de basura electrónica y la constante degradación al medio ambiente está llevando a la humanidad a su fin. Se considera que una vez terminados los recursos naturales también se termina la vida humana. El cuidado del ambiente es deber de todos porque a todos beneficia. Crear consciencia y buscar solución al actual problema es un gran paso y una gran colaboración si se actúa de la manera correcta.
Compromiso	El compromiso se debe realizar por escrito y hacia una persona que presente autoridad o un rango superior ya que la responsabilidad de cumplir con el compromiso se hace mayor.
Fijación de objetivos	Una vez que se realiza el compromiso el siguiente paso es fijar objetivos (empezar desde objetivos fáciles e incrementar la dificultad). Esto es, si se cambia constantemente de teléfono móvil, (por cualquier razón), la conducta que se debe realizar es no cambiar el aparato al menos que éste sea robado o sea completamente inservible.  Otro objetivo es que al ser inservible el teléfono móvil buscar los módulos de acopio y dejar el equipo, ya no tirarlo al basurero

	urbano como se acostumbraba.
Retroalimentación	<p>Investigar sobre los avances realizados a los teléfonos móviles para que sean amigables con el medio ambiente o la condición en la que se encuentra la RDC por la extracción del coltán, los basureros electrónicos en diferentes puntos del mundo, entre otros temas relacionados.</p> <p>Buscar personas con los mismos intereses ambientales con las cuales se pueda compartir e intercambiar información, ideas y formas de actuar para mejorar nuestro comportamiento proambiental.</p> <p>En cada determinado tiempo se debe de analizar y buscar nuevas estrategias para seguir ejecutando de manera correcta la conducta.</p>
Recompensa	La única recompensa que se puede recibir realizando esta conducta proambiental es la satisfacción de saber que se contribuye un poco para no degradar de esta forma al medio ambiente y buscar constantemente diferentes maneras de ayudar al planeta.

La eficacia de un programa para cambia la conducta proambiental se debe de medir en el impacto ambiental, no sólo en la cantidad del cambio de comportamiento. Es difícil saber cuánto puede mejorar la calidad del ambiente esta propuesta, pero lo que sí se sabe es que por cada teléfono móvil eliminado debidamente y la disminución de su compra beneficia en un gran porcentaje a la sociedad y a la naturaleza.

Comenzar una propuesta en la que se aspire a cambiar el consumismo de la sociedad y la manera en que se elimina el teléfono móvil es complejo, en primer lugar porque la sociedad consumista en la que se vive las personas son presa fácil para crearles falsas necesidades. En segundo lugar se considera que la escasez de información relacionada a todos los problemas ambientales, así también, de la obtención de los materiales para la fabricación de teléfonos móviles no permite crear consciencia de la destrucción que se realiza constantemente. Por último

tenemos la apatía de las personas, a veces aunque sean informadas no poseen el hábito de ser analistas ni críticos ante la situación, llevando al desinterés y por ende seguir con una conducta no proambiental.

Se espera que una vez empezando a cambiar uno mismo también se trate de invitar a familiares o amigos a realizar este cambio de conducta, proporcionando la información que se sabe y la manera en que se está realizando cada paso propuesto. Con ello se espera que otras personas con el mismo interés ambiental se unan y cambien su conducta. Por el momento esta propuesta es la mejor opción para crear un cambio en el tema de consumismo y eliminación de teléfonos móviles ya que no existe otra intervención que se haya creado, esto mismo se vuelve una limitante porque al no tener con qué compararlo o saber cómo ha funcionado con anterioridad no se puede saber si es adecuada.

## Referencias

- Acosta, M. J. & Montero, M. (2001). Relación entre conducta proambiental y algunos componentes psicológicos en estudiantes mexicanos. *Medio ambiente y comportamiento humano*, 2 (1), 45-58.
- Aguado, J. & Martínez, I. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Zer*, 20, 319-343.
- Aguilar, M., García, J., Monteoliva, A. & Salinas, J. (2006). El modelo del valor, las normas y las creencias hacia el medio ambiente en la predicción de la conducta ecológica. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 7 (2), 21-44.
- Aguilar, Ma. Del C. (2006). *Predicción de la conducta de reciclaje a partir de la teoría de la conducta planificada y desde el modelo del valor, normas y creencias hacia el medio ambiente*. Tesis para obtener el título de doctora en Psicología Social. Departamento de Psicología Social y Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Universidad de Granada, España.
- Alfranca, O. (2005). Ética y conflicto en el medio ambiente. *Ética y economía ICE*, (823), 99-109.
- Álvarez, P. & Vega, P. (2009). Actitudes ambientales y conductas sostenibles. Implicaciones para la educación ambiental. *Revista de Psicodidáctica*, 14 (2), 245-260.
- Aragonés, J. & Amérigo, M. (2010). *Psicología ambiental. Aspectos conceptuales y metodológicos*. En Aragonés, J. & Amérigo, M. Eds. *Psicología Ambiental*. (pp.25-40). Tercera edición. Madrid: Ediciones Pirámides.

- Asociación Nacional de Telecomunicaciones [ANATEL]. (2013). *Lista de centros de acopio*. Recuperado el 22 de febrero de 2015, de [http://www.anatel.org.mx/docs/centros\\_de\\_acopio.pdf](http://www.anatel.org.mx/docs/centros_de_acopio.pdf)
- Asociación Nacional de Telecomunicaciones [ANATEL]. (2013). *Plan de manejo de residuos de manejo especial teléfonos celulares*. Recuperado el 12 de diciembre de 2014, de <http://www.anatel.org.mx/programaverde.pdf>
- Asociación Nacional de Telecomunicaciones [ANATEL]. (2014). *Suscripciones-Datos Generales*. Recuperado el 01 de noviembre de 2014, de <http://www.anatel.org.mx/indicadores.php>
- Avendaño, W. (2012). La educación ambiental (EA) como herramienta de la responsabilidad social (RS). *Revista Luna Azul*, 35, 94-115.
- Badii, M. H. (2008). La huella ecológica y sustentabilidad. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 3 (1). 672-678.
- Baldi, G. & García, E. (2005). Calidad de vida y medio ambiente. *La Psicología Ambiental Universidades*, 30, 9-16.
- Baldi, L. G. & García, Q. E. (2006). Una aproximación a la psicología ambiental. *Fundamentos en humanidades, Universidad Nacional de San Luis*, 7 (1-2), 157-168.
- Barrientos, D. C. (2014). Facilidades y barreras para el consumo sustentable. En Bustos, A. J. M. & Flores, H. L. M. Eds. *Psicología ambiental, análisis de barreras y facilidades psicosociales para la sustentabilidad*. (pp. 137-156). México: FES Zaragoza.
- Bethany Leigh Allen Leigh (2011). *Elaboración de un documento integrado de la información generada de los proyectos nacionales y la experiencia en otros países en materia de residuos electrónicos*. México: Instituto Nacional de Ecología.

- Bianchi, C. E. & Kosiak, G. (2014). El paradigma del consumo responsable y sustentable (CRS): Tipologías de consumidores en Argentina. *Evolución. Desarrollo y transformación de las ideas. IARSE*, 3 (26), 15-22.
- Bierwagen, M. (2011). *A ideologização do consumo consciente: uma análise sobre soberania do consumidor e liberdade de escolha*. Dissertação para obtenção do título de Mestre em Ciência Ambiental, Instituto de Electrotécnica e energia, Universidade de São Paulo, Brasil.
- Bittencourt, R. (2011). Os dispositivos existenciais do consumismo. *Revista Espaço Académico*, 118, 103-113.
- Boeni, H., Silva, U. & Ott, D. (2009). Reciclaje de residuos electrónicos en América Latina. En Silva, U. *Gestión de residuos electrónicos en América Latina. Panorama general, desafíos y potencial*. (pp. 51-66). Chile: Ediciones Sur.
- Bravo, E. (2012). Globalización, innovación tecnológica y pobreza. Aproximación a las nuevas conceptualizaciones en Latinoamérica. *Espacio abierto cuaderno venezolano de sociología*, 21 (3), 543-556.
- Bustos, A. J. M. & Flores, H. L. M. (2014). Psicología ambiental, educación y sustentabilidad. En Bustos, A. J. M. & Flores, H. L. M. Eds. *Psicología ambiental, análisis de barreras y facilidades psicosociales para la sustentabilidad*. (pp. 137-156). México: Fes Zaragoza.
- Bustos, A. J. M. (1999). *Estrategias conductuales antecedentes para el fortalecimiento de la separación de residuos sólidos reciclables en FES Zaragoza*. Tesis que para obtener el grado de maestro en psicología social, UNAM, Facultad de Psicología, México.
- Caixeta, D. M. (2010). *Atitudes e comportamentos ambientais: um estudo comparativo entre servidores de instituições públicas federais*. Tesina para obtener el grado de master en Psicología Social, del Trabajo y de

las Organizaciones, Instituto de Psicología de la Universidad de Brasilia, Brasil.

Calixto, R. (2012). Investigación en educación ambiental. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 17 (55), 1019-1033.

Cañal, A. Ma. del P. (2008). *El consumo responsable: una estrategia educativa para adultos en la economía solidaria*. Tesis para obtener el título de maestra en ciencias sociales y humanidades área educación, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, México.

Cardoso, A. J. & Cairraõ, Á. M. (2010). Os jovens universitarios e o consumo sustentável. A sua influencia na compra de productos ecológicos. *Revista da Faculdade de Ciencia e Tecnologia*. 4, 124-135.

Castells, M. (2002). *Globalización y antiglobalización*. En J. E Stiglitz y M. Barlow. Pánico en la globalización. (pp. 86-89). Bogotá, Colombia: Fica.

Castells, M., Fernández, M., Linchuan, J. & Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Madrid: Ariel- Fundación telefónica.

Castillo, A. & González, E. (2009). La educación ambiental para el manejo de ecosistemas: el papel de la investigación científica en la construcción de una nueva vertiente educativa. En Castillo, A. & González, E. Coord. *Educación ambiental y manejo de ecosistemas en México*. (pp. 9-34). México: INE- SEMARNAT.

Comisión Federal de Telecomunicaciones [COFETEL]. (2009). *Regiones celulares*. Recuperado el 20 de enero de 2015, de [http://www.cft.gob.mx/es\\_mx/Cofetel\\_2008/Cofe\\_regiones\\_\\_celulares](http://www.cft.gob.mx/es_mx/Cofetel_2008/Cofe_regiones__celulares)

Comisión Federal de Telecomunicaciones [COFETEL]. (2009). *Regiones celulares*. Recuperado el 03 de marzo de 2015, de [http://www.cft.gob.mx/es\\_mx/Cofetel\\_2008/Cofe\\_regiones\\_\\_celulares](http://www.cft.gob.mx/es_mx/Cofetel_2008/Cofe_regiones__celulares)



- Conflictos por control de Coltán en Colombia temen las autoridades. (2009, diciembre 12). *El tiempo*. Recuperado el 25 de agosto de 2014, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-6795427>
- Corral-Verdugo, V. & Pinheiro. J. (2004). Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 5 (1/2), 1-26.
- Corral-Verdugo, V. (2000). La definición del comportamiento proambiental. *La Psicología Social en México*, 8, 466-472.
- Corral-Verdugo, V. (2005). Psicología ambiental: objeto, “Realidades” sócio-físicas e visões culturais de interações ambiente-comportamento. *Psicología USP*, 16 (1/2), 71-87.
- Corredor, F., Tirador, F., & Iñiguez, L. (2010). ¿Bajo las riendas del teléfono móvil? Control social, normalización y resistencia. *Psicología y Sociedad*, 22 (1), 60-69.
- Cortes, E. (2011). *Consumo responsable, el rol de las empresas, del Estado y del Consumidor*. Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) Informe Ambiental Anual 2011. Argentina.
- Crean estuche de celulares biodegradables que se reciclan en flores. (30 de noviembre de 2004). *El mundo*. Recuperado el 25 de agosto de 2014, de <http://www.elmundo.es/navegante/2004/11/30/esociedad/1101829945.html>
- Dapco. (s.f). *Análisis de ciclo de vida ISO 14040*. Recuperado el 31 de octubre de 2014, de [http://www.dapco.cl/fotos/5223\\_Acerca\\_del\\_ACV\\_grande.jpg](http://www.dapco.cl/fotos/5223_Acerca_del_ACV_grande.jpg)
- Dos Santos, A. E. A. (2006). *O consumismo como um novo iluminismo: A panacéia do consumo na contemporaneidade*. Dissertação para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

- Duque, L. F. (2012). *El papel de las multinacionales tecnológicas en la explotación ilegal del coltán, frente a la vulneración de derechos humanos en la República Democrática del Congo durante el periodo 2003-2009*. Estudio de caso presentado como requisito para optar al título de Internacionalista, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad de Relaciones Internacionales, Bogotá.
- Durán, M., Alzate, M., López, W. & Sabucedo, J. M. (2007). Emociones y comportamiento pro-ambiental. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 39 (2), 287-296.
- Environmental Protection Agency US, [US-EPA]. (2005). *El ciclo de vida de tu teléfono celular*. [Folleto]. Recuperado el 13 de diciembre de 2014, de <http://www.epa.gov/osw/education/pdfs/sp-cell.pdf>
- Figuroa, M. F. (2011). Consumo Sostenible: El Rol de la Empresa Responsable. *Nuevas Tendencias*, 82, 3-20.
- Fortunati, L. & Magnanelli, A. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 57, 59-78.
- Franco, C. (2009). ¿Ética ecológica o medioambiental? *Acta Amazonica*, 39 (1), 113-120.
- Fransson, N. & Garling, T. (1999). Environmental concern: Conceptual definitions, measurement methods, and research findings. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 369-382.
- Furlano, P. (2011). Una relación silenciosa: Telefonía móvil y sociedad de control. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 2, 1-14.
- Gahrán, A. (24 de septiembre de 2010,). El uso de teléfonos celulares implica impacto negativo en la ecología. *CNN México*. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/salud/2010/09/24/el-uso-de-telefonos-celulares-implica-un-impacto-negativo-en-la-ecologia>

- Gesualdo, G., Ferreyra, S., Bianchi, E., Almirón, Z. & Martín, M. (2011). *Contribuciones al consumo responsable. Una mirada regional. XXIV Educa-AL*, 1-22.
- Gherzi, C. A. (s.f). Consumo sustentable y medio ambiente en el marco regional. *Contextc*, 18-23.
- Gomera, A. (2008). La conciencia ambiental como herramienta para la educación ambiental: conclusiones y reflexiones de un estudio en el ámbito universitario. *Centro Nacional de Educación Ambiental*, 1-8.
- Gomera, A., Villamandos, F, & Vaquero, M. (2013). Construcción de indicadores de creencias ambientales a partir de la escala NEP. *Acción Psicológica*, 10 (1), 149-160.
- Gómez, M. (11 de septiembre de 2012). Coltán: Mineral esencial en la producción de celulares y una de las causas del conflicto en la RDC. *Amnistía Internacional*. Recuperado de <http://www.amnistia.me/profiles/blogs/coltan-mineral-esencial-en-la-produccion-de-celulares-y-una-de-la>
- González, L. A. (2002). *La preocupación por la calidad del modelo ambiente. Un modelo cognitivo sobre la conducta ecológica*. Memoria presentada para optar al grado de doctor en psicología social, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Psicología, España.
- González, R. (2003). Reflexiones sobre el consumo: más allá de lo privado y más acá de la condena. *Proposiciones*, 34, 1-12.
- González, R. M. A. & Aldana, K. C. (2011). El reto de la sustentabilidad dentro de la cultura de consumo. *Cintex*, 23-26.
- Gorondy, M. & López, J. (2011). Guerra por el coltan: violaciones a los DDHH en la República Democrática del Congo. *Grupo de Estudios Internacionales Contemporáneos*, 1-17.

- Grespin, W. (2010). Blood Coltan? How coltan undermines development in D.R. Congo. *Journal of International Peace Operations*, 6 (3), 27-30.
- Grob, A. (1995). A structural model of environmental attitudes and behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 15, 209-220.
- Günther, H. (2004). Psicología ambiental e psicología do trânsito- uma agenda de trabalho. *Laboratorio de Psicologia Ambiental*, 8, 1-4.
- Hernández, M. (2014). *El conflicto de la explotación ilegal del coltán en la república democrática del Congo entre 1997 y 2013*. Tesina para obtener el título en licenciada en relaciones internacionales, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México.
- Holahan, C. (1996). *Psicología ambiental. Un enfoque general*. México: Limusa.
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la globalización*. México: Siglo XX editores.
- Iusacell (s.f). *Cobertura garantizada*. Recuperado el 03 de marzo de 2015, de [http://www.iusacell.com.mx/cobertura/cobertura\\_garantizada.php](http://www.iusacell.com.mx/cobertura/cobertura_garantizada.php)
- Jiménez, B. (2001). *La Contaminación Ambiental en México: causas, efectos y tecnología apropiada*. México: Limusa.
- Juárez, A., Feliu, J. & Lajeunesse, S. (s.f). Consumo y transformación social. La nueva sociedad de consumidores de tecnología. *Universidad Oberta de Caralunya*, 1-37.
- Kosiak, G., Modesto, F. & Raigada, O. (s.f). Hacia una escala de consumo responsable. XI Jornadas de investigación. *FCE-UNL*, 1-12.
- Lamy, P. (30 de enero de 2006). Humanizar la globalización. Organización Mundial del Comercio, *Wto Noticias*. Recuperado de [http://www.wto.org/spanish/news\\_s/sppl\\_s/sppl16\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/news_s/sppl_s/sppl16_s.htm)

- Lasa, L. & Sepúlveda, C. (s.f). *El derecho de asilo frente a la vulneración de los derechos económicos, sociales y culturales*, Bilbao: Comisión de Ayuda al Refugiado en Eukadi (CEAR-Euskadi).
- Leff, E. (2002). *Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*, México: Siglo XXI.
- Leite, E. & Galiazzi, Ma. do C. (2013). Crianças, Consumo e Educação Ambiental: problematizações na sociedade contemporânea. *Revista Electrónica do Mestrado em Educação Ambiental*, 30 (2), 204-223.
- Leonard, A. (2010). *La historia de las cosas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- López, E. (2008). *Modelo explicativo de la intención y conducta proambiental ante la problemática de los residuos sólidos domésticos*. Tesis para obtener el grado de doctora en psicología, UNAM, México.
- López, G., López, J. & García, M. (2009). *Tántalo: Un metal estratégico*. Universidad de Murcia, ETS de Ingenieros Industriales, UNED, Madrid, 84 (3), 1-6.
- Lunar, R. & Martínez, F. J. (26 de septiembre de 2007). El coltán, un “mineral” estratégico. *El país*. Recuperado de [http://elpais.com/diario/2007/09/26/futuro/1190757604\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/09/26/futuro/1190757604_850215.html)
- Luque, E. (s.f). La Guerra por el coltán. *El viejo Topo*. 70-75.
- Martell, E. (2011). *Empresas transnacionales y financiamiento de guerrillas en África Subsahariana: el tráfico del coltán en el Congo 1998-2003*. Tesis para obtener el título de licenciada en relaciones internacionales, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México.
- Martínez, E. (2001). *La evolución de la telefonía móvil. La guerra de los celulares*. Revista RED, 1-6.

- Martínez, J. (2004). Comportamiento proambiental. Una aproximación al estudio del desarrollo sustentable con énfasis en el comportamiento persona-ambiente. *Revista Theomai*, 1-8.
- Masera, D. (2002). La transición hacia el desarrollo sustentable. Perspectivas de América Latina y el Caribe. En Leff, E., Ezcurra, E., Psisanty, I. & Romero, P. Eds. *Hacia un consumo sustentable*. (pp. 61-90). México: Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Instituto de Ecología, Universidad Autónoma Metropolitana, Organización de las Naciones Unidas y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- Mejía, A. (13 de junio de 2006). Ignoran compañías reciclaje de celulares. *El universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/52430.html>
- Mendoza Y., K. P., Hernández H., L. V. y Domenge, Rogerio. (2012). Tendencias en el mercado de teléfonos móviles en el segmento de estudiantes universitarios en México: una aplicación del modelo de Markov. *Cuadernos de estudios empresariales*, 22, 55-82.
- Meneguzzo, I., Chaicouski, A. & Meneguzzo, P. M. (2009). Desenvolvimento sustentável: desafios à sua implantação e a possibilidade de minimização dos problemas socioambientais. *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, 22, 509-520.
- Molina, M. (2011). El teléfono móvil: de los inicios a la actualidad. *En Avanza, M., Contreras, E. R. S., Correia, P., Costa, R., Fonseca, P., García, I., Gifreu, A., González, Z. F., Margarida, P., Massana, E., Molina, M., Navarro, H., Pinheiro, W., Reyes, M., Rodríguez, C. & Torres, T. m-Todos, Tendencias y oportunidades de la movilidad digital*. (pp. 97-106). España: Creative Commons.

- Moreno, A. (20 de abril 20 de 2014). La basura tecnológica inunda África. *La marea*. Recuperado de <http://www.lamarea.com/2014/04/20/la-basura-tecnologica-inunda-africa/>
- Moser, G. (1998). Psicología ambiental. *Estudios de psicología*, 3 (1), 121-130.
- Mozobancyk, S. (2011). Problemas ambientales y psicología ambiental. Reflexiones para la construcción de una psicología de la sustentabilidad en Argentina. *Psiencia, Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 3 (2), 96-106.
- Nueva masacre en el Congo deja 22 personas muertas. (18 de octubre de 2014). *Informador.mx*. Recuperado de <http://www.informador.com.mx/internacional/2014/554571/6/nueva-masacre-en-el-congo-deja-22-personas-muertas.htm>
- Olexua-paisesdelmundo. (2010). *África. Congo, Kinshasa*. Recuperado el 03 de marzo de 2015, de <http://olexua-paisesdelmundo.blogspot.mx/2010/06/congo-kinshasa.html>
- Olofsson, A. & Ohman, S. (2006). General beliefs and environmental concern: Transatlantic comparisons. *Environment and Behavior*, 38, 768-790.
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2011, 22 de diciembre). *Asamblea General. Energía Sostenible para Todos*. Sexagésimo sexto período de sesiones. Desarrollo sostenible: promoción de las fuentes de energía nuevas y renovables.
- Osbaldiston, R. & Schott, J. P. (2011). Environmental sustainability and behavioral science: Meta-analysis of proenvironmental behavior experiments. *Environment and Behavior*, 20 (10), 1-43.
- Oxfam international. (2009, diciembre). *Lifting the Resource Curse*. Recuperado el 29 de octubre de 2014, de

[http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file\\_attachments/bp134-lifting-the-resource-curse\\_7.pdf](http://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp134-lifting-the-resource-curse_7.pdf)

- Palacios, D. J. R & Bustos, A. J. M. (2012). *Correlatos del consumo ambientalmente responsable*. En Díaz-Loving, R., Rivera, A. S. & Reyes, L. I., Eds. Aportaciones actuales de la psicología social, 1; (pp. 312-316). México, D.F.: AMEPSO.
- Pato, C., & Tamayo, Á. (2006). Valores, creencias ambientales y comportamiento ecológico de activismo. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 7 (1), 51-66.
- Pérez, N. (2013). *Una visión geopolítica de los recursos minerales de la República Democrática del Congo: El caso del coltán*. Tesis para obtener el título de licenciada en relaciones internacionales, UNAM, Facultad de Estudios Superiores Aragón, México.
- Provencio, E. (1993). Elementos económicos-sociales del desarrollo sustentable. En Carabias J. y Provencio, E. Coord. *Pobreza y medio ambiente*. (pp. 15-36). México, D.F.: Consejo consultivo del Programa Nacional de Solidaridad.
- Ragnedda, M. (2008). El consumismo inducido: reflexiones sobre el consumo postmoderno. Pensar la Publicidad. *Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 2 (1), 123-140.
- Reyes, L. (2007). La teoría de acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes. *Universidad Pedagógica de Durango*, 7, 66-77.
- Robledo, R. C. (2007). *Telefonía celular y protección de sus enlaces en comunicaciones*. Tesina para obtener el título de ingeniero en comunicaciones y electrónica, IPN, Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, México.



- Rodrigues, A., Figueiredo, J. P. & Vilela, R. A. (2006). El crecimiento de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos fuera de uso: el impacto ambiental que representan. *Revista AIDIS de Ingeniería y Ciencias Ambientales: Investigación, desarrollo y práctica*. 1 (1), 1-12.
- Rodríguez, F. (2012). *Consumismo como antecedente de la percepción de riesgo ambiental y la conducta proambiental*. Tesis para obtener el título de licenciada en psicología, UNAM, Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, México
- Romero, A. & Vera, M. A. (2012). La globalización posible: límites y alternativas. *Cuadernos de Economía*, 31 (58), 49-76.
- Romero, A. & Vera, M. A. (2014). La globalización incompleta. *Revista de Economía del Caribe*, 13, 154-184.
- Romero, B. I. (2003). El análisis del ciclo de vida y la gestión ambiental. *Boletín IIE*, 91-97.
- Ruelas, A. L. (2010). El teléfono celular y las aproximaciones para su estudio. *Comunicación y Sociedad*, 14, 143-167.
- Sandoval, M. (2012). Comportamiento sustentable y educación ambiental: una visión desde las prácticas culturales. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 44 (1), 181-196.
- Schettino, M. (2001). *Introducción a las ciencias sociales y económicas*. México: Pearson Educación.
- Schleifer, P. (2015). Estado, mercado y medios de comunicación en el capitalismo neoliberal. *Nueva Época*, 23, 215-238.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT]. (2014). *Programa Especial de Producción y Consumo Sustentable (PEPyCS). Programa especial de producción y consumo sustentable 2014-2018*, 1-140. Recuperado el 16 de enero de 2015, de

[http://www.semarnat.gob.mx/sites/default/files/documentos/transparencia/programa\\_especial\\_de\\_produccion\\_y\\_consumo\\_sustentable\\_-\\_version\\_enviada\\_.pdf](http://www.semarnat.gob.mx/sites/default/files/documentos/transparencia/programa_especial_de_produccion_y_consumo_sustentable_-_version_enviada_.pdf)

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT]. (2006). *Estrategia de Educación Ambiental para la Sustentabilidad en México.*

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT]. (2014). *Informe de resultados. Encuesta en línea en el marco de la estrategia nacional de educación ambiental para la sustentabilidad.* Recuperado el 07 de diciembre de 2014, de [http://www.semarnat.gob.mx/sites/default/files/documentos/educacionambiental/reporte\\_de\\_encuesta\\_2013\\_modif\\_vf.pdf](http://www.semarnat.gob.mx/sites/default/files/documentos/educacionambiental/reporte_de_encuesta_2013_modif_vf.pdf)

Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal [SEDEMA]. (s.f). *Jornadas de acopio de residuos electrónicos y eléctricos.* Recuperado el 01 de junio de 2015, de [http://www.sedema.df.gob.mx/reciclatron/#.VWzi689\\_Okq](http://www.sedema.df.gob.mx/reciclatron/#.VWzi689_Okq)

Sentíes, Ma. E., Parra, M., Sarabia E., Zizumbo, H., Acosta, J., Garrido, C. del P., Fragoso, Ma. E. & Salazar, L. (2013). La calidad y la globalización como detonantes en el consumo de México. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8 (2), 1829-1835.

Silva, U. (2010). Los residuos electrónicos en la sociedad de la información en Latinoamérica. En Cyraneck, G & Silva, U. *Los residuos electrónicos: Un desafío para la sociedad del conocimiento en América Latina y el Caribe.* (pp. 19-42). Montevideo: Plataforma Relac SUR/IDRC y UNESCO.

Snow, D. (20 de octubre de 2013). El país maldito por su riqueza. *BBC Mundo.* Recuperado de [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/10/131010\\_congo\\_republica\\_democratica\\_maldita\\_jgc\\_finde](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/10/131010_congo_republica_democratica_maldita_jgc_finde)

- Suárez, E. & Hernández, B. (2008). La consistencia entre los valores, las actitudes y el comportamiento. Notas desde el comportamiento. En Riechmann, J, Coord. *¿En qué estamos fallando? Cambio social para ecologizar el mundo.* (pp. 129-162). Barcelona: Icaria Editorial.
- Tejeda, M. (2012). *El ciclo de vida como herramienta para calcular los impactos medioambientales del teléfono móvil.* Tesis para aprobar el examen demostrativo de la experiencia recepcional en el programa de ingeniería ambiental, Universidad Veracruzana, Facultad de Ciencias Químicas Poza Rica- Tuxpan, México.
- Torres, D. (2011). Globalización, empresas multinacionales e historia. *Pensamiento y Gestión*, 30, 165-185.
- Torres, K. (2010). *La industria de la telefonía móvil: Telefónicas móviles un caso de éxito.* Tesina para obtener el título de licenciada en relaciones internacionales, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México.
- Ulrich, B. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización.* España: Paidós.
- Vacas, F. (2007). Telefonía móvil: la cuarta ventana. *Zer*, 23, 199-217.
- Victoria, M. (2008). Identidades juveniles móviles: la (re)configuración de lo social a partir del uso de la telefonía celular. *Revista f@ro*, 8, 1-6.
- Vlek, C. (2003). Globalização, dilemas dos comuns e qualidade de vida sustentável: do que precisamos, o que podemos fazer, o que podemos conseguir? *Estudios de Psicología*, 8 (2), 221-234.

# Anexos

Anexo 1

**Lista de centros de acopio**

No.	Operador	Estado	Delegación/Municipio	Ubicación
4	ALCATEL ONE TOUCH	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Prolongación Paseo de la Reforma 880, Col. Lomas de Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01219, México, Distrito Federal
11	ALCATEL ONE TOUCH	Distrito Federal	Cuajimalpa de Morelos	Universidad Westhill, Domingo García Ramos 56, Col. Prados de la Montaña 1, Santa Fé, Delegación Cuajimalpa, México, D.F.
7	ALCATEL ONE TOUCH	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Universidad del Claustro de Sor Juana, San Jerónimo No. 47, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06080, México, D.F.
10	ALCATEL ONE TOUCH	Distrito Federal	N/d	Escuela Comercial Cámara de Comercio
1	ALCATEL ONE TOUCH	Estado de México	Atizapán de Zaragoza	Corporativo Acento Locales 6 y 7, Av. Jorge Jiménez Cantú S/N, Colonia Hacienda de Valle Escondido, C.P. 52937, Atizapán de Zaragoza, Estado de México.
2	ALCATEL ONE TOUCH	Jalisco	Zapopan	Av. López Mateos No. 4175, Colonia La Giralda, C.P. 45050, Zapopan; Jalisco.
3	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Universidad Chapultepec
5	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Escuela Bancaria y Comercial
6	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Universidad ICEL
8	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Universidad de Londres
9	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Harmon Hall
12	ALCATEL ONE TOUCH	N/d	N/d	Centro Universitario Angloamericano

13	<b>IUSACELL</b>	Aguascalientes	Aguascalientes	Av. Las Americas, 1802, Fracc. El Dorado 1Ra Seccion, Aguascalientes, Aguascalientes, 20235
14	<b>IUSACELL</b>	Campeche	Carmen	Carretera Puerto Real (Plaza Palmira), Km 2.5 Local 58, Fracc. Palmira, Carmen, Campeche, 24154
15	<b>IUSACELL</b>	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	Av 5A Norte Poniente, B10 Y B11, 1680, 1º De Mayo, Tuxtla Gutierrez, Chiapas, 29060
16	<b>IUSACELL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Av. Benito Juarez Garcia, 3115 Local 8, Centro, Chihuahua, Chihuahua, 31000
17	<b>IUSACELL</b>	Coahuila	Torreón	Blvd. Diagonal Reforma, 3030, Nuevo Torreón, Torreón, Coahuila , 27060
18	<b>IUSACELL</b>	Coahuila	Torreón	Blvd. Independencia , 1100, 86, Zona Centro , Torreón , Coahuila , 27000
19	<b>IUSACELL</b>	Colima	Colima	Av. Tecnológico, 30-B, Lomas De Vista Hermosa, Colima, Colima, 28017
20	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Álvaro obregón	Av. Insurgentes Sur, Cc Plaza Inn, 1971, Loc. 40, Guadalupe Inn, Alvaro Obregon, Distrito Federal, 01020
21	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Álvaro obregón	Av. San Jeronimo, 630 L17,18, La Otra Banda, Alvaro Obregon, Distrito Federal, 01900
22	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Álvaro obregón	Calle 10, 142, No. 143, Col. San Pedro De Los Pinos, Alvaro Obregon, Distrito Federal, 1180
23	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Álvaro obregón	Av Prolongacion Paseo De Reforma , Local A04, N400, Col. Peña Blanca Santa Fe, Alvaro Obregon, Distrito Federal, 01210
24	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Azcapotzalco	Av. Del Rosario, 1025, No. 1025, Tierra Nueva El Rosario, Azcapotzalco, Distrito Federal, 02430
25	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Azcapotzalco	Calle Egipto, Sb04, 142, Claveria, Azcapotzalco, Distrito Federal, 02080
26	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	División del Norte No. 410, Colonia Del Valle, Delegación Benito Juárez, Distrito Federal.
27	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Av. Tintoreto No. 64, esquina Patriotismo, Colonia Ciudad de los Deportes, Delegación Benito Juárez, Distrito Federal.
28	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Division Del Norte, 410, Del Valle, Benito Juarez, Distrito Federal, 03100

29	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Avtintoreto Es. Patriotismo, 64, Ciudad De Los Deportes, Benito Juarez, Distrito Federal, 03710
30	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Av. Coyoacan(Eje 3 Poniente), Local 1806, 2000, Xoco, Benito Juarez, Distrito Federal, 3330
31	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Gabriel Mancera , 1357, 2, Col. Del Valle , Benito Juarez, Distrito Federal, 3100
32	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Av. Universidad , B-19, No. 740, Santa Cruz Atoyac, Benito Juarez, Distrito Federal, 03310
33	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periferico Sur, 5550 Loc. 100, Col Pedregal De Carrasco, Coyoacan, Distrito Federal, 04700
34	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periferico Sur, 4600 1Piso, Jardines Del Pedregal, Coyoacan, Distrito Federal, 04500
35	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periférico Sur, 4690, Jardines Del Pedregal, Coyoacan, Distrito Federal, 04500
36	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Av. Miguel Angel De Quevedo, 1065, El Rosedal, Coyoacan, Distrito Federal, 04330
37	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Benito Juaréz , Local I-2 , 117, Ex Hacienda Coapa, Coyoacan, Distrito Federal, 4850
38	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Av. Miguel Angel De Quevedo, 9, No. 287, Romero De Terreros, Coyoacan, Distrito Federal, 04318
39	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Av. Miguel Ángel de Quevedo No. 1065, Colonia El Rosedal, Delegación Coyoacán, Distrito Federal.
40	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periférico Sur No. 5550, Local 100, Colonia Pedregal de Carrasco, Delegación Coyoacán, Distrito Federal.
41	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periférico Sur No. 4600, Primer Piso, Colonia Jardines del Pedregal, Delegación Coyoacán, Distrito Federal.
42	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Periférico Sur No. 4690, Colonia Jardines del Pedregal, Delegación Coyoacán, Distrito Federal.
43	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Av. Vasco de Quiroga No. 3800, Colonia Antigua Mina de Totoloapa, Delegación Cuajimalpa, Distrito Federal.

44	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Av. Vasco De Quiroga, 3800, Antigua Mina De Totolapa , Cuajimalpa, Distrito Federal, 05109
45	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Prolongacion Vazco De Quiroga, 3800 Local 1086, Antigua Mina De Totolapa, 05109
46	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Eje 1 Norte Mosqueta No. 259, Colonia Local N1-60, Delegación Cauhtémoc, Distrito Federal.
47	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Florencia No. 69, Colonia Juárez, Delegación Cauhtémoc, Distrito Federal.
48	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Plaza Madrid No. 8, Colonia Roma Norte, Delegación Cauhtémoc, Distrito Federal.
49	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Plaza Madrid, 8, Roma Norte, Delg Cuauhtemoc, Cuauhtemoc, Distrito Federal, 06700
50	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Florencia, 69, Juarez, Cuauhtemoc, Distrito Federal, 06600
51	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Eje 1 Norte Mosqueta, 259 Local N1-60, Cuauhtemoc, Distrito Federal, Distrito Federal, 06350
52	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Av. De Las Palmas Esq. Con Blvd Diaz Ordaz , 13251, , La Escondida , Tijuana , Baja California , 22440
53	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Av. Juárez , , 76, Centro, Cuauhtemoc, Distrito Federal, 6010
54	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Cuauhtemoc, Local F1A, 19, Roma, Cuauhtemoc, Distrito Federal, 6700
55	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Cauhtémoc	Av Insurgentes Sur , 552, S/N, Col. Roma Sur, Cuahutemoc, Distrito Federal, 06760
56	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Gustavo a Madero	Av Montevideo, Mezanine, 363 L-228, Lindavista, Gustavo A Madero, Distrito Federal, 07300
57	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Gustavo a Madero	Colector 13 , Zona De Fast Food, 280, Magdalena De La Salinas, Gustavo A. Madero, Distrito Federal, 7760
58	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Gustavo a Madero	Av. Otron De Mendizabal, 343, , Nuevo Industrial Vallejo, Gustavo A. Madero, Distrito Federal, 07700
59	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Gustavo a. Madero	Av. Montevideo (Mezanine) No. 363 L-228, Colonia Lindavista, Delegación Gustavo A. Madero, Distrito Federal.



60	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Iztapalapa	Av. Canal de Tezontle No. 1512, Colonia Alfonso Ortiz Tirado, Delegación Iztaapalapa, Distrito Federal.
61	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Iztapalapa	CALZADA ZARAGOZA , 1276, JUAN ESCUTIA , IZTAPALAPA, DISTRITO FEDERAL, 09100
62	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Iztapalapa	Av. Canal De Tenzontle., 1512, Alfonso Ortiz Tirado, Iztaapalapa, Distrito Federal, 09020
63	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Prado Norte No. 320, Colonia Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
64	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Presidente Masaryk No. 182, Colonia Polanco, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
65	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Melchor Ocampo No. 193 L-G 25, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
66	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Presidente Mazarik, 182, Polanco, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 11210
67	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Melchor Ocampo, 193 L-G 25, Veronica Anzures, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 11300
68	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Mariano Escobedo, 366 Planta Baja, Anzures, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 11590
69	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Presidente Mazarik, 379, Palmas Polanco, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 11560
70	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Prado Norte, 320, Lomas De Chapultepec, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 11000
71	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Homero 733, L A04, No 400, Col. Polanco, Miguel Hidalgo, Distrito Federal, 01210
72	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Calzada del Hueso No. 519, Local 265, Colonia Residencial Acoxpa, Delegación Tlalpan, México, Distrito Federal.
73	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Canal De Miramontes, 3820, Centro Comercial Coaplaza L 25, Villa Coapa, Tlalpan, Distrito Federal, 14390
74	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Calzada Del Hueso, 519 Local 265, Residencial Acoxpa, Tlalpan, Tlalpan, Distrito Federal, 14300
75	<b>IUSACELL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Cañaberales, L-12, No. 222 , Granjas Coapa, Tlalpan, Distrito Federal, 14330

76	<b>IUSACELL</b>	Durango	Gómez Palacios	Av. Victoria Sur, 1845 Local B, Las Rosas, Gomez Palacios, Durango, 35090
77	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Atizapán de Zaragoza	Av. Lago De Guadalupe, No. 368 Sa 041, Villas De La Hacienda, Atizapan De Zaragoza, Estado De México, 52929
78	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Atizapán de Zaragoza	Adolfo Lopez Mateos, 100, , Fracc.Las Alamedas, Atizapan De Zaragoza, Estado De México, 52970
79	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Atizapán de Zaragoza	Av. Dr. Jorge Jiménez Cantú, L-22A, Mz. 1 Lte.1, Fraccionamiento Bosque Esmeralda, Atizapán De Zaragoza, Estado De México, 52930
80	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Coacalco	Av. José López Portillo , C11, S/N , Col. Rancho La Palma, Coacalco Edo México, Estado De México, 55717
81	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Cuautitlan Izcalli	Av. Huehuetoca , Local L-19 , S/N, Ex Hacienda San Miguel, Cuautitlan Izcalli, Estado De México, 54710
82	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Ecatepec de Morelos	Av. Carlos Hank González, 130 Am, No. 120 , Rinconada De Aragon, Ecatepec De Morelos, Estado De México, 55140
83	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Ecatepec de Morelos	Carretera Mexico-Tepexpan, 6, No. 8, Col. San Isidro Atlautenco, Ecatepec, Estado De México, 55064
84	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Huehuetoca	Carretera Jorobas-Tula , S-34, Km 02 + 038, Fracc. Santa Teresa Iii, Huehuetoca, Estado De México, 54680
85	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Blvd. Interlomas No. 5, Colonia San Fernando, Huixquilucan, Estado de México.
86	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Blvd. Interlomas, Núm. 5 , San Fernando, Huixquilucan, Estado De México, 52787
87	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Vialidad De La Barranca, N 6 Local N1-57A, Valle De Las Palmas, Huixquilucan, Estado De México, 52763
88	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Bosque De Las Minas , Local 1-A, 33, Bosques De La Herradura, Huixquilucan, Estado De México, 51783
89	<b>IUSACELL</b>	Estado de México	Ixtapaluca	Carretera Federal México-Cuautla Km. 37, M02, Lote 3A Y 3B, Hacienda Santa Barbara,

				Ixtapaluca, Estado De México, 56530
90	IUSACELL	Estado de México	Metepec	Vialidad Metepec (Plaza San Juan), 284 L-6/7, Residencial Las Americas, Metepec, Estado De México, 52140
91	IUSACELL	Estado de México	Metepec	Leona Vicario, 701-B Local 13 Y 14, La Purisima, Metepec, Estado De México, 52140
92	IUSACELL	Estado de México	Metepec	Ignacio Comonfort , 1023 Norte,, A 59, 60, 61, 66, Providencia , Metepec , Estado De México, 52177
93	IUSACELL	Estado de México	Metepec	Carr Toluca Ixtapan, Local 424, 126, La Purisima, Metepec, Estado De México, 50140
94	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Circuito Arquitectos No. 1, Ciudad Satélite, Naucalpan de Juárez, Estado de México.
95	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Circuito Centro Comercial (dentro de Plaza Satélite) No. 2251, Local 422, Ciudad Satélite, Naucalpan de Juárez, Estado de México.
96	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Circuito Centro Comercial Dentro De Plaza Satellite Local R422 P.B. , 2251 Local 422, Satellite, Naucalpan De Juarez, Estado De México, 53100
97	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Circuito Arquitectos, 1, Cd Satellite, Naucalpan De Juarez, Estado De México, 53100
98	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Av. De Las Fuentes, 46 Sotano 1, Lomas Tecamachalco Secc Fuentes, Naucalpan De Juarez, Estado De México, 53950
99	IUSACELL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Súper Av. Lomas Verdes, 39 E, No. 1200, Col. Lomas Verdes 4ª Sección, Naucalpan De Juárez, Estado De México, 53120
100	IUSACELL	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Bldv. Manuel Ávila Camacho No. 1007 L-5B, Colonia San Lucas Tepetlaco, Tlalnepantla De Baz, Estado De México.
101	IUSACELL	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Bldv. Manuel Avila Camacho, Plaza City Shop , 3130 Local 114 , Valle Dorado, Tlalnepantla De Baz, Estado De México, 54020
102	IUSACELL	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Bldv Manuel Avila Camacho, 1007 L-5B, San Lucas Tepetlaco, Tlalnepantla De Baz, Estado De México, 54040

103	IUSACELL	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Carretera Lago De Guadalupe S/N, 75, S/N, San Pedro Barrientos, Tlalnepantla De Baz, Estado De México, 54010
104	IUSACELL	Estado de México	Toluca	Paseo Tollocan, Local 331, , Santa Ana Tlalpatitlán, Toluca, Estado De México, 50160
105	IUSACELL	Guanajuato	Dolores Hidalgo	Av Juarez, 1, 117, Centro, Guanajuato, Guanajuato, 36000
106	IUSACELL	Guanajuato	Guanajuato	Blvd. Pozuelos, C.C. Mega Plaza Pozuelos Local 53 Y 54, S/N, Lomas De Pozuelos, Guanajuato, Guanajuato, 36080
107	IUSACELL	Guanajuato	León	Blvd. Alonso De Torres, 2002, Local 56, Valle Del Campestre, Leon, Guanajuato, 37150
108	IUSACELL	Guanajuato	León	Blvd. Adolfo Lopez Mateos, 2518 Subancla 99, Jardines De Jerez, Leon, 37530
109	IUSACELL	Guerrero	Acapulco	Av. Costera Miguel Aleman (La Gran Plaza), 1632 Local 4 Y 5, Magallanes, Acapulco, Guerrero, 39670
110	IUSACELL	Guerrero	Acapulco	Costera Miguel Aleman, 708, Local 1 , Hornos, Acapulco, Guerrero, 39355
111	IUSACELL	Hidalgo	Pachuca de Soto	Blvd. Everardo Marquez, 10, Loc. 4-B Plaza Tuzo, Cuesco, Pachuca De Soto, Hidalgo, 42080
112	IUSACELL	Hidalgo	Pachuca de Soto	Blvd. Luis Donald Colosio, 2009, Local S-08, Ex-Hacienda De Coscotitlan, Pachuca, Hidalgo, 42086
113	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av. Chapultepec, 425, Americana, Guadalajara, Jalisco, 44150
114	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av. Circunvalacion Alvarez Del Castillo, 1193, Country Club, Guadalajara, Jalisco, 44610
115	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av. Lázaro Cárdenas, 3438, Fraccionamiento Jardines De Los Arcos Chapalita, Guadalajara, Jalisco, 44500
116	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av. Circunvalacion, 2700 L-106, Oblatos, Guadalajara, Jalisco, 44700
117	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av Americas, 1501, Int Np1, Providencia, Guadalajara, Jalisco, 44630
118	IUSACELL	Jalisco	Guadalajara	Av. Naciones Unidad, 5131, 10, Jardines Universidad, Zapopan, Jalisco, 45110

119	<b>IUSACELL</b>	Jalisco	Zapopan	Rafael Sanzio, Pza Com Galerías , 150 L I-5 , Col Fracc. La Estancia Residencial, Zapopan, Jalisco, 45050
120	<b>IUSACELL</b>	Michoacán	Morelia	Artilleros De 1847, 1500 Local 2-A, Chapultepec Oriente, Morelia, Michoacan, 58260
121	<b>IUSACELL</b>	Michoacán	Morelia	Camelinas(Dentro De Plaza Morelia), G5A, 5030, Jardines Del Rincon, Morelia, Michoacan, 58270
122	<b>IUSACELL</b>	Morelos	Cuernavaca	Blvd. Vicente Guerrero, 1137 Local H 3, Lomas De La Selva, Cuernavaca, Morelos, 62270
123	<b>IUSACELL</b>	Morelos	Cuernavaca	Autopista Mexico Acapulco Kk 88.85, 379, , Ricardo Flores Magon, Cuernavaca, Morelos, 62370
124	<b>IUSACELL</b>	Morelos	Cuernavaca	Vicente Guerrero. Int Plaza Cuernavaca Seccion Casa Blanca, Local 3, 110, Lomas De La Selva, Cuernavaca, Morelos, 62270
125	<b>IUSACELL</b>	Nayarit	Tepic	Insurgentes, 128 Ote. Local 5, San Antonio, Tepic, Nayarit, 63159
126	<b>IUSACELL</b>	Nuevo León	Guadalupe	Av Miguel Aleman , 6063, Loc 106, America, Guadalupe, Nuevo León, 67130
127	<b>IUSACELL</b>	Nuevo León	Monterrey	Av. Insurgentes, 2500 Int. 139 Pb, Vista Hermosa, Monterrey, Nuevo León, 64620
128	<b>IUSACELL</b>	Nuevo León	Monterrey	Avenida Eugenio Garza Sada, 3755, 8, Contry, Monterrey , Nuevo León, 64860
129	<b>IUSACELL</b>	Nuevo León	San Pedro Garza Garcia	Av. Vasconcelos, 601 Pte. , Del Valle, San Pedro Garza Garcia, Nuevo León, 66220
130	<b>IUSACELL</b>	Oaxaca	Oaxaca de Juárez	Av Independencia (Esq. Libres), 1221 - 1A, Centro, Oaxaca De Juarez, Oaxaca, 68000
131	<b>IUSACELL</b>	Puebla	Córdoba	Calle 10 Sn Prolongacion Autopista Cordoba-Puebla, Zona C, Local 5B, Pastoresca, Cordoba, Veracruz, 94570
132	<b>IUSACELL</b>	Puebla	Puebla	Av. 43 Poniente, 111, Huexotitla, Puebla, Puebla, 72534
133	<b>IUSACELL</b>	Puebla	Puebla	Via Atlixcayotl (Cc Via San Angel), 1504 Loc A5, Reserva Territorial Atlixcayot, Puebla, Puebla, 72810

134	<b>IUSACELL</b>	Puebla	Puebla	Boulevard Heroes 5 De Mayo, 27-G, 3126, Anzures, Puebla, Puebla, 72530
135	<b>IUSACELL</b>	Puebla	Puebla	Hermanos Serdan, Local 208, 170, Rancho Colorado, Puebla, Puebla, 72062
136	<b>IUSACELL</b>	Puebla	San Andres Cholula	Calle Lateral Sur Vía Atlixcayotl, 24, 3106, Reserva Territorial Atlixcayotl, San Andres Cholula, Puebla, 72810
137	<b>IUSACELL</b>	Querétaro	Juriquilla	Paseo De La Republica #12401, Local 135, , Juriquilla, Queretaro, Queretaro, 76230
138	<b>IUSACELL</b>	Querétaro	Querétaro	Av. Prolongacion Ezequiel Montes, No. 8 Local 33, San Pablo, Queretaro, Queretaro, 76130
139	<b>IUSACELL</b>	Quintana Roo	Benito Juárez	Xcaret, Mz 01 Lt 1 Local 22-A, Super Manzana 35, Benito Juarez, Quintana Roo, 77505
140	<b>IUSACELL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Alvaro Obregon, 505, Centro, San Luis Potosi, San Luis Potosi, 78000
141	<b>IUSACELL</b>	Sinaloa	Culiacán	Blvd. José Diego Valadez , 1676 Local A-13, Desarrollo Urbano Tres Ríos, Culiacan, Sinaloa, 80030
142	<b>IUSACELL</b>	Tabasco	Centro	Av. Paseo Tabasco (Plaza Galerías Tabasco 2000), 1406 Local 152, Desarrollo Urbano Tabasco 2000, Centro, Tabasco, 86035
143	<b>IUSACELL</b>	Tabasco	Villahermosa	Avenida Carlos Pellicer Camara, D24, 1020, Jose Maria Pino Suarez, Villahermosa, Tabasco, 86029
144	<b>IUSACELL</b>	Tamaulipas	Tampico	Av. Hidalgo, 5004 Local 10 Pb, Sierra Morena, Tampico, Tamaulipas, 89210
145	<b>IUSACELL</b>	Tlaxcala	Tlaxcala	Blvd. Guillermo Valle (Plaza Soriana Inn), 66 Local 28, Centro, Tlaxcala, Tlaxcala, 90000
146	<b>IUSACELL</b>	Veracruz	Coatzacoalcos	Av Las Palmas, 101, Loc 42, Paraiso, Coatzacoalcos, Veracruz, 96523
147	<b>IUSACELL</b>	Veracruz	Veracruz	Av. Cuauhtemoc (Entre Constituyentes Y Carmen Perez), 985 Local 4 Y 5, Centro, Veracruz, Veracruz, 91790
148	<b>IUSACELL</b>	Yucatán	Mérida	Paseo De Montejo (Por 29A Y 33), 441, Centro, Merida, Yucatan, 97000

149	<b>IUSACELL</b>	Yucatán	Mérida	50, 143, , Zona Dorada, Merida, Yucatan, 97220
150	<b>IUSACELL</b>	Yucatán	Mérida	Avenida Central, 19, 91, Santa Ana, Merida, Yucatan, 24040
151	<b>IUSACELL</b>	Zacatecas	Zacatecas	Av. Lopez Velarde, 438, Centro, Zacatecas, Zacatecas, 98000
152	<b>NEXTEL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Av. Miramontes No. 2839, Colonia Jardines de Coyoacán, C.P. 04890, Delegación Coyoacán, Distrito Federal.
153	<b>NEXTEL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Av. Vasco de Quiroga No. 3900, Local 18, Colonia Lomas de Santa Fe, C.P. 05300, Delegación Cuajimalpa, Distrito Federal.
154	<b>NEXTEL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Av. Paseo de los Tamarindos No. 90, Lobby 2, Colonia Bosques de las Lomas, C.P. 05120, Delegación Cuajimalpa, Distrito Federal.
155	<b>NEXTEL</b>	Distrito Federal	Iztapalapa	Circuito Interior Av. Río Churubusco No. 1072, 2do. Piso, Local 28 al 31, Colonia Nueva Rosita, Delegación Iztaapalapa, Distrito Federal.
156	<b>NEXTEL</b>	Distrito Federal	Venustiano Carranza	Boulevard Puerto Aéreo No. 151, Colonia Santa Cruz Aviación, C.P. 15700, Delegación Venustiano Carranza, Distrito Federal.
157	<b>NEXTEL</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Av. Chalma No. 281, Local 11, Fraccionamiento Jardines de la Hacienda Sur, C.P. 54720, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
158	<b>NEXTEL</b>	Estado de México	Ecatepec	Av. Leona Vicario No. 501, Barrio de Coaxustenco, C.P. 52140, Ecatepec, Estado de México.
159	<b>NEXTEL</b>	Estado de México	Miguel Hidalgo	Av. Revolución No. 300, Colonia Tacubaya, C.P. 11870, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
160	<b>NEXTEL</b>	Estado de México	Nezahualcoyotl	Av. Carlos Hank González S/N, Colonia Jardines de Guadalupe, C.P. 57140, Nezahualcóyotl, Estado de México.
161	<b>NEXTEL</b>	Estado de México	Toluca	Boulevard Alfredo del Mazo No. 727, Locales 7 y 8, Colonia Científicos, C.P. 50075, Toluca, Estado de México.



162	<b>NEXTEL</b>	Jalisco	Guadalajara	Av. Niños Héroes No. 3005, Colonia Jardines del Bosque, C.P. 44520, Guadalajara, Jalisco.
163	<b>NEXTEL</b>	Jalisco	Guadalajara	Av. Lázaro Cárdenas No. 1330 y 1332, Colonia 8 de Julio, C.P. 44910, Guadalajara, Jalisco.
164	<b>NEXTEL</b>	Jalisco	Guadalajara	Av. Circunvalación No. 1360, Locales B, C, y D, Colonia Lomas del Country, C.P. 44610, Guadalajara, Jalisco.
165	<b>NEXTEL</b>	Jalisco	Guadalajara	Av. Acueducto No. 2380, Locales 11 y 12, P.B., Colonia Colinas de San Javier, C.P. 44660, Guadalajara, Jalisco.
166	<b>NEXTEL</b>	Jalisco	Tlaquepaque	Av. Cruz del Sur No. 3117, Locales 4,5 y 6, Colonia Jardines del Sur, C.P. 45519, Tlaquepaque, Jalisco.
167	<b>NEXTEL</b>	Nuevo León	Apodaca	Casa de Montejo No. 101, Colonia Casa Bella, C.P. 66628, Apodaca, Nuevo León.
168	<b>NEXTEL</b>	Nuevo León	Apodaca	Carretera Miguel Alemán km 14.2, Locales 13, 14, 15 y 16, Colonia Las Américas, C.P. 66630, Apodaca, Nuevo León.
169	<b>NEXTEL</b>	Nuevo León	Guadalupe	Av. Miguel Alemán No. 4401, Colonia Parque Industrial Regiomontano, C.P. 64540, Guadalupe, Nuevo León.
170	<b>NEXTEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Av. Hacienda Peñuelas No. 6769, Local G, Colonia Residencial Cumbres, C.P. 64619, Monterrey, Nuevo León.
171	<b>NEXTEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Av. Eugenio Garza Sada No. 1620, entre calle León Guzmán y calle Paricutín, Colonia Nuevo Repueblo, C.P. 64700, Monterrey, Nuevo León.
172	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Av. Ejército Nacional No. 843, Colonia Granada, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11520, Distrito Federal.
173	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, Centro de Servicio Samsung, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
174	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, Planta Baja, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.



175	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, recepción piso 5, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
176	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, recepción piso 6, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
177	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, recepción piso 7, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
178	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, recepción piso 8, Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
179	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Rodolfo Gaona No. 86, Colonia Lomas de Sotelo, C.P. 11200, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
180	<b>SAMSUNG</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Gral. Mariano Escobedo No. 476, Showroom (piso 5), Colonia Verónica Anzures, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11590, Distrito Federal.
181	<b>SAMSUNG</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	San Martin Obispo, Km 2.5 Autopista Chamapa – Lecheria, Cuautitlan Izcalli, Parque Industrial, C. P. 54769 Edo. De Mex.
182	<b>TELCEL</b>	Aguascalientes	Aguascalientes	Centro Comercial Galerías, Locales 16 y 17, Av. Independencia No. 2351, Colonia Trojes de Alonso, C.P. 20110, Aguascalientes, Aguascalientes.
183	<b>TELCEL</b>	Aguascalientes	Aguascalientes	Centro Comercial El Dorado, Locales 21-25, Prolongación Av. Las Américas No. 1701, Fraccionamiento Valle Dorado, C.P. 20230, Aguascalientes, Aguascalientes.
184	<b>TELCEL</b>	Aguascalientes	Aguascalientes	Avenida de la Convención de 1914 No. 702, Colonia Coronel Gómez Portugal, C.P. 20250, Aguascalientes, Aguascalientes.
185	<b>TELCEL</b>	Baja California	Ensenada	Av. Riveroll No. 425, entre Cuarta y Quinta, Zona Centro, C.P. 22810, Ensenada, Baja California.

186	<b>TELCEL</b>	Baja California	Ensenada	Macroplaza del Mar, Local 1-A, Av. Reforma, esquina Calle Hierro, Colonia Carlos Pacheco, C.P. 22890, Ensenada, Baja California.
187	<b>TELCEL</b>	Baja California	Mexicali	Calzada Justo Sierra y Cuauhtémoc No. 51, Local 17, Colonia Cuauhtémoc, C.P. 21350, Mexicali, Baja California.
188	<b>TELCEL</b>	Baja California	Mexicali	Av. Francisco I. Madero No. 837, entre calles Pedro Pérez y Ramírez y Calle A, Zona Centro, Segunda Sección, C.P. 21100, Mexicali, Baja California.
189	<b>TELCEL</b>	Baja California	Mexicali	Calle Novena No. 300, Fraccionamiento Desarrollo Comercial Nuevo Mexicali, C.P. 21399, Mexicali, Baja California.
190	<b>TELCEL</b>	Baja California	Playas de Tijuana	Centro Comercial Plaza Coronado, Locales 2-4 y 7-9, Av. Paseo Ensenada No. 502, Sección Playas, C.P. 22200, Playas de Tijuana, Baja California.
191	<b>TELCEL</b>	Baja California	Rosarito	Centro Comercial Giramar, Locales 13 y 14, Blvd. Benito Juárez No. 5075, Colonia Norte Villa Floresta, C.P. 22710, Rosarito, Baja California.
192	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tecate	Plaza Los Encinos Local 42 a 44, Blvd. Los Encinos No. 700, C.P. 21480; Tecate, Baja California.
193	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Av. Paseo de los Héroes No. 9539, Zona del Río, C.P. 23320, Tijuana, Baja California.
194	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Av. Paseo de los Héroes No. 95, interior 5-E, Plaza Río, Colonia Zona Urbana, C.P. 22010, Río, Tijuana, Baja California.
195	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Blvd. Gustavo Díaz Ordaz No. 14691 Interior 10, Colonia Fraccionamiento Chapultepec Anexa, C.P. 22610, Tijuana, Baja California.
196	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Centro Comercial Plaza Monarca, Local L-9, Blvd. Manuel J. Clouthier No. 18561, Ampliación Guaycura, C.P. 22535, Tijuana, Baja California.
197	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Centro Comercial La Pajarita, Calle Oriente No. 7002, L-9, Lomas del Mar, C.P. 22564, Tijuana, Baja California.

198	<b>TELCEL</b>	Baja California	Tijuana	Centro Comercial Oasis L-SA-02B, Blvd. Real de Baja California No. 23911, Colonia Real de San Francisco, C.P. 22236, Tijuana, Baja California.
199	<b>TELCEL</b>	Baja California Sur	Cabo San Lucas	Plaza Copán, Local 26, Blvd. Lázaro Cárdenas S/N, Colonia El Médano, C.P. 23410; Cabo San Lucas, Baja California Sur.
200	<b>TELCEL</b>	Baja California Sur	La Paz	Blvd. 5 de Febrero No. 835, Colonia Pueblo Nuevo, C.P. 23060, La Paz, Baja California Sur.
201	<b>TELCEL</b>	Baja California Sur	La Paz	Blvd. Forjadores de Sudcalifornia No. 4215, Int. F-2, esq. Calle del Triunfo, Fracc. Ex Base Aérea, C.P. 23081, La Paz, B.C.S.
202	<b>TELCEL</b>	Baja California Sur	San José del Cabo	Carretera Transpeninsular Km 31, Colonia El Rosarito, Zona Conurbada, C.P. 23439, San José del Cabo, Baja California Sur.
203	<b>TELCEL</b>	Campeche	Campeche	Av. Pedro Sainz de Baranda, Manzana G, Lote 11, Local 9, Zona Turística Sector Fundadores del Área Hakimpech, Colonia Barrio de San Francisco, C.P. 24010; Campeche, Campeche.
204	<b>TELCEL</b>	Campeche	Ciudad del Carmen	Calle 47 No. 153, entre 50 y 50ª, Colonia Santa Margarita, C.P. 24120, Ciudad del Carmen, Campeche.
205	<b>TELCEL</b>	Chiapas	Comitán	Blvd. Belisario Domínguez No. 98, entre 4ª y 8ª Calle Sur, Colonia Centro, C.P. 30000, Comitán, Chiapas.
206	<b>TELCEL</b>	Chiapas	San Cristóbal de las casas	Diagonal Hermanos Paniagua No 50, Barrio San Ramón, C.P. 29240, San Cristóbal de las Casas, Chiapas.
207	<b>TELCEL</b>	Chiapas	Tapachula	26ª Poniente, Fraccionamiento Cantarranas, C.P. 30797, Tapachula, Chiapas.
208	<b>TELCEL</b>	Chiapas	Tapachula	8ª Av. Norte No. 12, esquina Primera Calle Poniente, Colonia Centro, Tapachula, Chiapas, C.P. 30700
209	<b>TELCEL</b>	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	Blvd. Ángel Albino Corzo No. 2681, Colonia Las Palmas, entre Rodolfo Figueroa y Las Palmas, C.P. 29040, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

210	<b>TELCEL</b>	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	Plaza Galerías, Local A-2, Blvd. Belisario Domínguez No. 1861, Fracc. Bugambilias, C.P. 29020, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
211	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Lateral Periférico de la Juventud No. 3200, Fraccionamiento Las Haciendas IV Etapa, C.P. 31236, Chihuahua, Chihuahua.
212	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Av. Glandorf No. 3306, Colonia San Felipe, C.P. 31240, Chihuahua, Chihuahua.
213	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Calle Catalpa No. 1301, Colonia Granjas, Centro Comercial Plaza Vallarta, C.P. 31100, Chihuahua, Chihuahua.
214	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Av. Independencia Esquina Juárez No. 100, Colonia Centro, C.P. 31000, Chihuahua, Chihuahua.
215	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Bld. Fuentes Mares y Av. Nueva España No. 1901, Local 1, Colonia Mármol Viejo, C.P. 31063, Chihuahua, Chihuahua.
216	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Chihuahua	Av. Cristóbal Colón No. 14549, Fraccionamiento Paseos de Chihuahua, C.P. 31125, Chihuahua, Chihuahua.
217	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Cuauhtémoc	Av. 16 de Septiembre No. 1710, Fraccionamiento San Antonio, C.P. 31530, Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua.
218	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Av. Paseo Triunfo de la República No. 4051, Local 17, Colonia Monumental, C.P. 32310, Ciudad Juárez, Chihuahua.
219	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Centro Comercial Plaza Dorada Local A2, Av. Ejército Nacional No. 2926, Colonia Partido Iglesias, C.P. 32500, Ciudad Juárez, Chihuahua.
220	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Centro Comercial Plaza Zaragoza, Av. Óscar Flores No. 6751 Sur, Colonia Hipódromo, C.P. 32674, Ciudad Juárez Chihuahua.
221	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Centro Comercial Las Torres, Av. Las Torres No. 2111, Colonia Valle de Bravo, C.P. 32695, Ciudad Juárez, Chihuahua.
222	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Av. Tecnológico 1770-4, Fraccionamiento Fuentes del Valle, C.P. 32500, Ciudad Juárez, Chihuahua.

223	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Ciudad Juárez	Av. Vicente Guerrero No. 308, Locales E 34, 35, 36 y 37 Bis, Planta Alta, Colonia Centro, C.P. 32000, Ciudad Juárez, Chihuahua.
224	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Delicias	Av. 6ª Oriente esquina 7ª Oriente No. 701, Colonia Sector Oriente, C.P. 33000, Delicias, Chihuahua.
225	<b>TELCEL</b>	Chihuahua	Hidalgo del Parral	Av. Ortiz Mena No. 293, Colonia Progreso, C.P. 33820, Hidalgo del Parral, Chihuahua.
226	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Laguna Torreón	Plaza Galerías, Local 278, Periférico Raúl López Sánchez No. 6000, C.P. 27018, Laguna Torreón, Coahuila.
227	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Monclova	Bld. Harold R. Pape No. 746, Colonia Guadalupe, C.P. 25250, Ciudad Monclova, Coahuila.
228	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Piedras Negras	Av. Industrial No. 2800 entre Eliseo Mendoza Barrueto y Pérez Treviño, Colonia Venustiano Carranza, C.P. 26070, Piedras Negras, Coahuila.
229	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Saltillo	Plaza Las Vigas, Local 19, Blvd. Venustiano Carranza No. 3940, Colonia Villa Olímpica, C.P. 25230, Saltillo, Coahuila.
230	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Saltillo	Av. Presidente Cárdenas No. 250 Pte., Colonia Centro, C.P. 25000, Saltillo, Coahuila.
231	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Torreón	Av. Juárez No. 1810 Ote., Colonia Centro, C.P. 27000, Torreón, Coahuila.
232	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Torreón	Calzada Colón No. 210 Norte, Colonia Centro, C.P. 27000, Torreón, Coahuila.
233	<b>TELCEL</b>	Coahuila	Torreón	Calzada José Vasconcelos No. 1955, Locales 1006 y 1007, Fracc. Residencial Tecnológico, C.P. 27272, Torreón, Coahuila.
234	<b>TELCEL</b>	Colima	Colima	Av. Felipe Sevilla del Río No. 700, Colonia Jardines de las Lomas, C.P. 28014, Colima, Colima.
235	<b>TELCEL</b>	Colima	Colima	Plaza Zentralia, Local 125, 3er Anillo Periférico No. 301, Colonia Valle Dorado, C.P. 28017, Colima, Colima.
236	<b>TELCEL</b>	Colima	Manzanillo	Bld. Miguel de la Madrid No. 1996, Local 2, Colonia Salahua, C.P. 28867, Manzanillo, Colima.

237	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Altamirano No. 47, Colonia Tizapán (San Ángel), C.P. 01090, Distrito Federal.
238	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Calzada de las Águilas No. 1350, Colonia Puente Colorado, C.P. 01730, México, Distrito Federal.
239	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Av. Insurgentes Sur 2105 esquina Av. de la Paz, Colonia San Ángel, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01000, Distrito Federal.
240	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Centro Comercial Pabellón Altavista, Local C-7, Camino Desierto de los Leones No. 52, Colonia San Ángel, C.P. 01000, Delegación Álvaro Obregón, Distrito Federal.
241	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Azcapotzalco	Calle Norte 77 No. 3331, esquina Av. Camarones, Colonia Obrero Popular, C.P. 11560, Distrito Federal.
242	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Azcapotzalco	Av. Rosario No. 901, Local L210, Colonia El Rosario, Delegación Azcapotzalco, Distrito Federal.
243	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Amores No. 26, Colonia Del Valle, C.P. 03100, Distrito Federal
244	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Eje 7 Sur, Félix Cuevas No. 825, Esquina Aniceto Ortega, Colonia del Valle, C.P. 03100, Distrito Federal.
245	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Plaza Pabellón del Valle, Local A2, Av. Universidad No. 740, Colonia Santa Cruz Atoyac, C.P. 03100, Delegación Benito Juárez, Distrito Federal.
246	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Centro Comercial Parque Delta, Av. Cuauhtémoc No. 462, Local 208, 209, 210, 210 A y 211 A, esquina Viaducto Miguel Alemán, Colonia Piedad Narvarte, C.P. 03020, Distrito Federal.
247	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Av. Periférico Sur No. 4690, Centro Comercial Perisur, Local 129, Colonia Ampliación Jardines del Pedregal, C.P. 04500, Delegación Coyoacán.
248	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Centro Comercial Sport City Coyoacán, Av. Miguel Ángel de Quevedo No. 287 L-10, Colonia Romero de Terreros, Delegación Coyoacán, C.P. 04318, Distrito Federal.

249	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Av. Vasco de Quiroga No. 3800, Centro Comercial Santa Fe, Tercer Nivel, Local 576, Colonia La Antigua Mina La Totolapa, C.P. 05109, Distrito Federal.
250	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Centro Comercial Santa Fe, Av. Vasco de Quiroga No. 3800, Interior L-386, Primer Nivel, Colonia Mina La Totolapa, Delegación Cuajimalpa, C.P. 05109, Distrito Federal
251	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	República de Uruguay No. 56, Plaza Capuchinas, Colonia Centro, C.P. 06000, Distrito Federal.
252	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Torre Latinoamericana, San Juan de Letrán No. 2, Esquina Francisco I. Madero No. 1, Colonia Centro, C.P. 06600, Distrito Federal.
253	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Reforma No. 222, entre Havre y Av. Insurgentes, Local L211AB, Colonia Juárez, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06600, Distrito Federal.
254	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Av. Insurgentes Norte esquina Eje 1 Norte Mosqueta, Colonia Buenavista, Local N1-R04, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal.
255	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Ometusco No. 53, esquina Alfonso Reyes, Colonia Hipódromo Condesa, C.P. 06100, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal.
256	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Forum Buenavista, Local N1-07, Eje 1 Norte Mosqueta No. 259, Colonia Buenavista, C.P. 06350, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal.
257	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Gustavo a. Madero	Av. Miguel Othón de Mendizábal No. 455, Colonia Ex Hacienda La Escalera, C.P. 07900, Distrito Federal.
258	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Gustavo a. Madero	Centro Comercial Parque Lindavista, Local SA-10 Segundo Nivel, Colector 13 No. 280, Colonia Magdalena de las Salinas, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07760, Distrito Federal.
259	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Iztacalco	Calzada Ignacio Zaragoza No. 1090, Local F, Colonia Agrícola Pantitlán, C.P. 08100, Delegación Iztacalco, Distrito

				Federal.
260	TELCEL	Distrito Federal	Iztapalapa	Av. Ermita Iztapalapa No. 510, Colonia Mexicalzingo, Delegación Iztapalapa, C.P. 09090, Distrito Federal.
261	TELCEL	Distrito Federal	Iztapalapa	Canal de Tezontle No. 1512, entre Javier Rojo Gómez y Av. Río de la Antigua, Colonia Alfonso Ortiz Tirado, Delegación Iztapalapa, C.P. 09020, Local 232 BC, 233 BC, 234 y 235, Distrito Federal.
262	TELCEL	Distrito Federal	Iztapalapa	Plaza Central, Locales 101, 102, 103 y 104 A, Primer Nivel, Av. Canal Río Churubusco No. 1635, Colonia Central de Abastos, Delegación Iztapalapa, C.P. 09040, Distrito Federal.
263	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Av. Lago Alberto No. 366, Colonia Anáhuac, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11320, Distrito Federal.
264	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Tennyson No. 120, esquina Masaryk, Colonia Polanco Reforma, C.P. 11560, Distrito Federal.
265	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Av. Reforma Lomas No. 310, Colonia Lomas de Chapultepec, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
266	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Centro Comercial Pabellón Polanco, Av. Ejército Nacional No. 980, Local 250-252, Colonia Chapultepec Morales, C.P. 11510, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
267	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Plaza Carso, Lago Zurich No. 245, Local A-19, Colonia Ampliación Granada, C.P. 11529, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
268	TELCEL	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Centro Comercial Parque Duraznos Local D-2, Nivel E-1, Duraznos No. 55, Colonia Bosques de las Lomas, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11700, Distrito Federal.
269	TELCEL	Distrito Federal	Tlalpan	Calz. del Hueso No. 519, Centro Comercial Galerías Coapa, Primer Nivel, Local 253, Colonia Residencia Acoxta, C.P. 14300, Distrito Federal.



270	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Plaza Cuicuilco, Locales 1 y 4, Av. San Fernando No. 649, Col. Peña Pobre, Deleg. Tlalpan, C.P. 14060, Distrito Federal.
271	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Centro Comercial Paseo Acoxpa, Locales 26 A y 27 B, Av. Acoxpa No. 430, Colonia Vergel del Sur, Delegación Tlalpan, C.P. 14340; Distrito Federal.
272	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Calle Cañaverales No. 222, Colonia Granjas Coapa, Delegación Tlalpan, Distrito Federal.
273	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Tlalpan	Centro Comercial Plaza Acoxpa, Locales 13-15, Av. Acoxpa No. 430, Colonia Ex Hacienda Coapa, C.P. 14300, Delegación Tlalpan, Distrito Federal.
274	<b>TELCEL</b>	Distrito Federal	Venustiano Carranza	Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, Primer Nivel Ambulatorio Nacional, Centro Financiero Local CF-7, Av. Capitán Carlos León S/N, Delegación Venustiano Carranza, C.P. 15620, Colonia Peñón de los Baños, Distrito Federal.
275	<b>TELCEL</b>	Durango	Durango	Av. 20 de Noviembre No. 011 Ote., Colonia Nueva Vizcaya, C.P. 34080, Durango, Durango.
276	<b>TELCEL</b>	Durango	Durango	Calle Aquiles Serdán No. 500 Poniente, Zona Centro, C.P. 34000, Durango, Durango.
277	<b>TELCEL</b>	Durango	Durango	Bld. Felipe Pescador No. 1401, Local A-01, esq. con Av. Tecnológico, Col. La Esperanza, C.P. 34080, Durango, Durango.
278	<b>TELCEL</b>	Durango	Gómez palacio	Plaza Imagen, Blvd. Miguel Alemán S/N, esquina Aldama, Colonia Centro, C.P. 35000, Gómez Palacio, Durango.
279	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Atizapán de Zaragoza	Centro Comercial Galerías Atizapán, Av. Ruiz Cortines No. 255, MZ 2 Lote 1, Local 537, Planta Alta, Colonia Las Margaritas, C.P. 52977, Atizapán de Zaragoza, Estado de México.
280	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Azcapotzalco	Plaza Comercial Town Center, Rancho El Gavilán, Nicolás Romero, Estado de México.
281	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Coacalco	Av. López Portillo No. 220, Locales 101 y 102, Colonia San Lorenzo Tetixtlac, C.P. 55700, Coacalco, Estado de México.

282	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Coacalco	Zentralia Coacalco, Vía José López Portillo No. 145, Colonia Santa María Magdalena, C.P. 55715, Coacalco, Estado de México.
283	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Av. Hacienda de Sierra Vieja No. 2, Centro Comercial Perinorte Local H27, Fraccionamiento Hacienda del Parque, C.P. 54769, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
284	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Centro Comercial San Marcos, Local SA02, Av. Chalma S/N, Autopista México-Querétaro, Colonia Jardines Hacienda Sur, C.P. 54700, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
285	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Av. Primero de Mayo S/N, MZ C 34 C, Colonia Centro Urbano, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
286	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Ecatepec	Av. Carlos Hank González No. 120, Locales 2, 3, y 4 (Centro Comercial Multiplaza Aragón), Colonia Rinconada de Aragón, C.P. 55140, Ecatepec, Estado de México.
287	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Ecatepec	Plaza Las Américas, Manzana 4 Lote 2, Av. Central Local SA-08, esquina 1 de Mayo, Colonia Jardines de Morelos, C.P. 55075, Cuarta Sección, Ecatepec, Estado de México.
288	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Ecatepec	Centro Comercial Plaza Etram Locales B16, 17, 18 y 19, Av. Central MZ 632 No. 50, Colonia Ciudad Azteca, C.P. 55120, Ecatepec, Estado de México.
289	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Multiplaza Magnocentro, Local A-15, Circuito Magnocentro Interlomas, Lt.1 Mz. 2, Centro Urbano San Fernando de la Herradura, C.P. 52787, Huixquilucan, Estado de México.
290	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Huixquilucan	Centro Comercial Paseo Interlomas, Local SA-N2-03, Vialidad de la Barranca No. 6, Colonia Ex Hacienda Jesús del Monte, Huixquilucan, Estado de México.
291	<b>TELCEL</b>	Estado de México	Ixtapaluca	Plaza El Cortijo, Local C-2, I-10, Carretera Federal México-Cuautla, Kilómetro 37, Lote 3A, Colonia Hacienda de Santa Bárbara, C.P. 56531, Colonia

				Hacienda de Santa Bárbara, Ixtapaluca, Estado de México.
292	TELCEL	Estado de México	Lerma	Centro Comercial Plaza Sendero Toluca, Blvd. Aeropuerto Miguel Alemán No. 55, esquina Paseo Tollocan, Colonia Parque Industrial Lerma, C.P. 52000, Lerma, Estado de México.
293	TELCEL	Estado de México	Metepec	Plaza Izar, Locales 11, 12, 13 y 14, Planta Baja, Calle Leona Vicario Poniente No. 936, Colonia Ex Hacienda La Purísima, C.P. 52156, Metepec, Estado de México.
294	TELCEL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Circuito Centro Comercial No. 2251, Centro Comercial Plaza Satélite, Local R-313-A, C.P. 53100, Ciudad Satélite, Naucalpan de Juárez, Estado de México.
295	TELCEL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Centro Comercial Plaza Satélite, Local R430, Blvd. Manuel Ávila Camacho y Circuito Centro Comercial, C.P. 53100, Naucalpan de Juárez, Estado de México.
296	TELCEL	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Centro Comercial La Cúspide, Av. Lomas Verdes No. 1200, Local 49E-A, Fraccionamiento Lomas Verdes, 5ta. Sección, C.P. 53126, Naucalpan de Juárez, Estado de México.
297	TELCEL	Estado de México	Nezahualcóyotl	Centro Comercial Plaza Jardín, Av. Bordo de Xochiaca No. 3, Local E-03, Planta Alta, Colonia Sol, C.P. 57200, Nezahualcóyotl, Estado de México.
298	TELCEL	Estado de México	Texcoco	Calle Juárez Norte No. 304, Centro Comercial San Pablo, Colonia Centro, C.P. 56160, Texcoco, Estado de México.
299	TELCEL	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Blvd. Manuel Ávila Camacho No. 1007, Local 15 B, Centro Comercial Mundo E, Colonia San Lucas Tepetlcalco, C.P. 54055, Tlalnepantla, Estado de México.
300	TELCEL	Estado de México	Toluca	Av. Benito Juárez Norte No. 102, esquina Hidalgo, Colonia Centro, C.P. 50000, Toluca, Estado de México.
301	TELCEL	Guanajuato	Celaya	El Punto, Locales 26 y 27, entre Francisco Juárez y Américas, Colonia Américas, C.P. 38020, Celaya, Guanajuato.

302	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Celaya	Blvd. Adolfo López Mateos No. 1016 Poniente, Colonia Arboledas, Primera Sección, C.P. 38060, Celaya, Guanajuato.
303	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Guanajuato	Av. Juárez No. 87, Colonia Centro, C.P. 36000, Guanajuato, Guanajuato.
304	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Irapuato	Blvd. Lázaro Cárdenas No. 1394, Colonia Residencial Campestre, C.P. 36698, Irapuato, Guanajuato.
305	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Irapuato	Centro Comercial Plaza Cibeles, Blvd. Villas de Irapuato No. 1443 Int. 2, Colonia Fraccionamiento Quinta Villas, C.P. 36643, Irapuato, Guanajuato.
306	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Blvd. Juan Alfonso de Torres No. 1916, Colonia El Moral II, C.P. 37125, León, Guanajuato.
307	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Blvd. Adolfo López Mateos No. 1211, Colonia El Coecillo, C.P. 37260, León, Guanajuato.
308	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Plaza Comercial Centro Max, Locales 66 y 67, Boulevard Adolfo López Mateos No. 2518 Ote., Colonia Jardines de Jerez, Primera Sección, C.P. 37530, León, Guanajuato.
309	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Centro Comercial La Piscina, Local 1, Avenida 1° de Mayo No. 207, Colonia La Piscina, C.P. 37440, León, Guanajuato.
310	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Centro Comercial Plaza Mayor, Local 1110, Blvd. Juan Alonso de Torres No. 2002, Colonia Valle del Campestre, C.P. 37150, León, Guanajuato.
311	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	León	Centro Comercial Galerías Las Torres, Blvd. Juan Alonso de Torres Ote., No. 1315, Colonia San José Consuelo, C.P. 37200, León, Guanajuato.
312	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Salamanca	Centro Comercial Galerías Salamanca, Ancla 1, Calle Faja de Oro No. 1502, Colonia Guadalupe, C.P. 36740, Salamanca, Guanajuato.
313	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	San Miguel de Allende	Libramiento José Manuel Zavala PPKBZON Km. 2.2, Fraccionamiento La Lejona, C.P. 37765, San Miguel de Allende, Guanajuato.
314	<b>TELCEL</b>	Guanajuato	Uriangato	Galerías Metropolitana, Locales Subancla 03 C 01-03-05-07-09-

				10, Blvd. Uriangato No. 240, Colonia La Joyita, C.P. 38983, Uriangato, Guanajuato.
315	TELCEL	Guerrero	Acapulco	Plaza Icacos, locales 13-15, Carretera Escénica S/N, Colonia Icacos, C.P. 39860, Acapulco, Guerrero.
316	TELCEL	Guerrero	Acapulco	Costera Miguel Alemán No. 1632, Locales 1, 13, 14 Isla "H", Fraccionamiento Magallanes, C.P. 39670; Acapulco, Guerrero.
317	TELCEL	Guerrero	Acapulco	Av. Cuauhtémoc No. 89, Colonia Centro, C.P. 39300; Acapulco Guerrero.
318	TELCEL	Guerrero	Acapulco	Boulevard Vicente Guerrero Saldaña No. 1005, Colonia Renacimiento, Local 18, entre calles Emiliano Zapata y Cuauhtémoc, C.P. 39715, Acapulco, Guerrero.
319	TELCEL	Guerrero	Chilpancingo	Prolongación Prosperidad, Lote 10, Manzana 3, Colonia Universal, C.P. 39080, Chilpancingo, Guerrero.
320	TELCEL	Guerrero	Iguala de la Independencia	Periférico Ote. Esquina Blvd. H. Colegio Militar S/N Locales C-6, 7, 8, 9 y D-6, 7 y 8, Colonia Iguala de la Independencia Centro, C.P. 40000, Iguala de la Independencia, Guerrero.
321	TELCEL	Guerrero	Ixtapa-Zihuatanejo	Plaza Flamingos Locales 1-3 (Frente a Plaza Ixtamar), Andador Petatlán S/N, C.P. 40880, Ixtapa-Zihuatanejo, Guerrero.
322	TELCEL	Hidalgo	Mineral de la Reforma	Blvd. Luis Donaldo Colosio 7.7 S/N, Fraccionamiento Colinas de la Plata, Plaza Q, C.P. 42186, Mineral de la Reforma, Hidalgo.
323	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Plaza Galerías Pachuca, Locales 234 y 235, Camino Real de la Plata No. 100, Fraccionamiento Zona Plateada, C.P. 42083, Pachuca, Hidalgo.
325	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Blvd. Luis Donaldo Colosio km 7.7 s/n, Centro Comercial Plaza Q, Fracc. Colinas de Plata, C.P. 42093, Mineral de la Reforma, Hidalgo
326	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
327	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080,

				Pachuca, Hidalgo
328	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
329	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
330	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
331	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
332	TELCEL	Hidalgo	Pachuca	Av. Juárez no.1304 Altos, Fracc. Constitución, CP. 42080, Pachuca, Hidalgo
324	TELCEL	Hidalgo	Tulancingo	Centro Comercial Patio Tulancingo, Locales J-01 y S-20, Blvd. Miguel Hidalgo, Fraccionamiento Santa Ana 1101, C.P. 43600, Tulancingo, Hidalgo.
333	TELCEL	Jalisco	Guadalajara	Av. Chapultepec Sur No. 408, Colonia Moderna, C.P. 44190, Guadalajara, Jalisco.
334	TELCEL	Jalisco	Guadalajara	Av. Revolución No. 1563, Colonia La Loma, C.P. 44410, Guadalajara, Jalisco.
335	TELCEL	Jalisco	Guadalajara	Av. Manuel Ávila Camacho No. 1019, Colonia Miraflores, C.P. 44260, Guadalajara, Jalisco.
336	TELCEL	Jalisco	Guadalajara	Av. Circunvalación Oblatos No. 2700, Colonia Circunvalación Oblatos, C.P. 44716, Guadalajara, Jalisco.
337	TELCEL	Jalisco	Puerto Vallarta	Blvd. Francisco Medina Ascencio No. 1720, Colonia Olímpica, C.P. 48320, Puerto Vallarta, Jalisco.
338	TELCEL	Jalisco	Puerto Vallarta	Centro Comercial Galerías Vallarta L-204, Blvd. Fco. Median Ascencio No. 2920, Zona Hotelera Norte, C.P. 48338, Puerto Vallarta, Jalisco.
339	TELCEL	Jalisco	Tepatitlán de Morelos	Blvd. Anacleto González Flores S/N esquina Granaderos, Colonia Centro, C.P. 47600, Tepatitlán de Morelos, Jalisco.
340	TELCEL	Jalisco	Tlaquepaque	Av. Niños Héroes No. 429, Fraccionamiento Quinta Álamo, C.P. 45560, Tlaquepaque, Jalisco.

341	<b>TELCEL</b>	Jalisco	Tlaquepaque	Periférico Sur No. 7835, Local H3, Colonia Santa María Tequepexpan, C.P. 45601, Tlaquepaque, Jalisco.
342	<b>TELCEL</b>	Jalisco	Zapopan	Av. López Mateos Sur No. 2200, esquina Tizoc, Colonia Cd. Del Sol, C.P. 45050, Zapopan, Jalisco.
343	<b>TELCEL</b>	Jalisco	Zapopan	Centro Comercial Plaza Andares Locales C131 y 132, Planta Alta, Blvd. Puerta de Hierro No. 4965, Colonia Puerta de Hierro, C.P. 45116, Zapopan, Jalisco.
344	<b>TELCEL</b>	Jalisco	Zapopan	Centro Comercial La Gran Plaza, Locales R3, R4 y R5, Av. Vallarta No. 3959, Colonia Don Bosco Vallarta, C.P. 45049, Zapopan, Jalisco.
345	<b>TELCEL</b>	Jalisco	Zapotlán el Grande	Calzada Madero y Carranza No. 569, Colonia Centro, C.P. 49000, Zapotlán El Grande, Jalisco
346	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Apatzingán	Centro Comercial Agricentro, Locales 3, 4 y 5, Prolongación Av. 22 de Octubre No. 621, Fraccionamiento Infonavit Los Limones, C.P. 60697, Apatzingán, Michoacán.
347	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Lázaro Cárdenas	Av. Melchor Ocampo No. 17, Colonia Segundo Sector, C.P. 60950, Lázaro Cárdenas, Michoacán.
348	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Morelia	Av. Camelinas No. 3352-B, Fraccionamiento Jardines del Rincón, C.P. 58270, Morelia, Michoacán.
349	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Morelia	Av. Camelinas No. 725, Colonia Félix Ireta, C.P. 58070, Morelia, Michoacán.
350	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Uruapan	Av. Latinoamericana Poniente No. 237, Colonia La Magdalena, C.P. 60080, Uruapan, Michoacán.
351	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Uruapan	Calzada Juárez No. 70, Local 8, Colonia Lomas del Valle Sur, C.P. 60110, Uruapan, Michoacán.
352	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Zamora	Centro Comercial Plaza Las Palomas, Locales 11, 12, 13, 20, 21 y 22, Fraccionamiento Los Laureles, C.P. 59674, Zamora, Michoacán.
353	<b>TELCEL</b>	Michoacán	Zitácuaro	Av. Revolución Sur No. 363, Colonia El Moral, C.P. 61514, Zitácuaro, Michoacán.

354	<b>TELCEL</b>	Morelos	Cuautla	Calle Conspiradores No. 6, esquina Calle Niño Artillero, Colonia Centro, C.P. 62740, Cuautla, Morelos.
355	<b>TELCEL</b>	Morelos	Cuernavaca	Av. Vicente Guerrero No. 110, Plaza Casablanca, Local A-18, Colonia Lomas de la Selva, C.P. 62270, Cuernavaca, Morelos.
356	<b>TELCEL</b>	Morelos	Cuernavaca	Centro Comercial Galerías Cuernavaca, Local 160, Autopista México-Acapulco Km 87 + 850, Colonia Flores Magón, C.P. 62370, Cuernavaca, Morelos.
357	<b>TELCEL</b>	Nayarit	Tepic	Av. Insurgentes No. 851, Colonia IMSS, C.P. 63000, Tepic, Nayarit.
358	<b>TELCEL</b>	Nayarit	Tepic	Centro Comercial Plaza Forum, Local 50 PB, Blvd. Luis Donaldo Colosio No. 680, Colonia Benito Juárez, C.P. 63175, Tepic, Nayarit.
359	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Escobedo	Plaza Bella, Int. Sub. Ancla 9, Av. Sendero Norte No. 1001, Colonia Cerradas de Anáhuac, C.P. 66059, Escobedo, Nuevo León.
360	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Guadalupe	Av. México No. 7460 A Interior 1, Colonia Rincón de Guadalupe, C.P. 67193, Guadalupe, Nuevo León.
361	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Plaza Country, Local B1, Planta Baja, Av. Eugenio Garza Sada No. 3551, C.P. 64860, Monterrey, Nuevo León.
362	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Plaza Comercial Galerías Local 601, Av. Insurgentes No. 2500, Colonia Vista Hermosa, C.P. 64620; Monterrey, Nuevo León.
363	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Plaza Valle Oriente, Local "P", Av. Lázaro Cárdenas No. 1000, Colonia Valle del Mirador, C.P. 64750, Monterrey, Nuevo León.
364	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Av. Benito Juárez No. 800 Sur Interior Local 102, Colonia Centro, C.P. 64000, Monterrey, Nuevo León.
365	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	Monterrey	Av. Hacienda Peñuelas No. 6769, Local "S", Colonia Residencial Cumbres Las Palmas, C.P. 64340, Monterrey, Nuevo León.
366	<b>TELCEL</b>	Nuevo León	San Nicolás de Los Garza	Plaza Stiva, Locales 4 y 5, Av. Universidad No. 407 Norte, C.P.



				66450, San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
367	TELCEL	Nuevo León	San Nicolás de Los Garza	Plaza Mayor, Locales 10 al 14, Av. Félix Galván No. 800, Colonia Hacienda Los Morales, C.P. 66495, San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
368	TELCEL	Nuevo León	San Nicolás de Los Garza	Av. Rómulo Garza No. 410, Subancla 04, Colonia La Fe, C.P. 66477, San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
369	TELCEL	Nuevo León	San Pedro Garza García	Plaza San Pedro, Local SA1, Planta Alta, Av. Humberto Lobo No. 520, Colonia Del Valle, C.P. 66220, San Pedro Garza García, Nuevo León.
370	TELCEL	Nuevo León	San Pedro Garza García	Av. Batallón de San Patricio No. 1000, Local 2520, Colonia Residencial San Agustín, C.P. 66260, San Pedro Garza García, Nuevo León.
371	TELCEL	Nuevo León	Santa Catarina	Centro Comercial El Paseo Santa Catarina Local J-101, Av. Industrias del Poniente No. 1050, Colonia Industrial del Poniente, C.P. 66350, Santa Catarina, Nuevo León.
372	TELCEL	Oaxaca	Oaxaca	Calzada Porfirio Díaz No. 241-A, Colonia Reforma, C.P. 68050, Oaxaca, Oaxaca.
373	TELCEL	Oaxaca	Oaxaca	Av. Universidad No. 139-1 Ex Hacienda Candiani, C.P. 68130, Oaxaca, Oaxaca.
374	TELCEL	Oaxaca	Oaxaca	Carretera Internacional Cristóbal Colón No. 400, Colonia Cuauhtémoc Santa Rosa Panzacola, C.P. 68030, Oaxaca, Oaxaca.
375	TELCEL	Oaxaca	Salina Cruz	Carretera Transísmica Km. 6, Colonia Francisco I. Madero, C.P. 70610, Salina Cruz, Oaxaca.
376	TELCEL	Puebla	Puebla	Av. 43 Oriente No. 11, Colonia Huexotiltla, C.P. 72523, Puebla, Puebla.
377	TELCEL	Puebla	Puebla	Boulevard Héroes del 5 de Mayo No. 418, Local 5 Bis, Colonia Barrio de Xenenetla, C.P. 72000, Puebla; Puebla.
378	TELCEL	Puebla	Puebla	Boulevard Norte No. 1833, Colonia Villas San Alejandro, C.P. 72090, Puebla, Puebla.

379	<b>TELCEL</b>	Puebla	Puebla	Prolog. 11 Sur No. 11904, Locales 4-6, Colonia Agua Santa, Puebla, Puebla.
380	<b>TELCEL</b>	Puebla	Puebla	Calle 16 de Septiembre No. 101, Local 1, Colonia Centro, C.P. 72000, Puebla, Puebla.
381	<b>TELCEL</b>	Puebla	San Andrés Cholula	Blvd. Atrixcayotl No. 1501, Local 7, Colonia Reserva Territorial Atlixcayotl, C.P. 72810, San Andrés Cholula, Puebla.
382	<b>TELCEL</b>	Puebla	San Andrés Cholula	Centro Comercial La Ruta Pabellón, Local 18, Calle 5 de Mayo No. 1419, Colonia Centro, C.P. 72810; San Andrés Cholula, Puebla.
383	<b>TELCEL</b>	Puebla	Tehuacán	Calzada Adolfo López Mateos No. 3800, Locales 58, 59, 59ª y 80, Colonia Ex Hacienda San Lorenzo Teotipilco, C.P. 75855, Tehuacán, Puebla.
384	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Fdo. Tapia No. 72, Col. Centro Histórico, C.P. 76000, Qro., Qro.
385	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Plaza Boulevares, Locales 5 y 6, Prolongación Corregidora Norte No. 306, Colonia Parques Residenciales, C.P. 76160, Querétaro, Querétaro.
386	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Av. Zaragoza esquina con Blvd. Hacienda El Jacal, Colonia El Jacal, C.P. 76137, Querétaro, Querétaro.
387	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Epigmenio González No. 2, Colonia Parques Industriales, C.P. 76158, Querétaro, Querétaro.
388	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Av. 5 de Febrero No. 1303, Locales 2 y 10, Colonia Felipe Carrillo Puerto, C.P. 76138, Querétaro, Querétaro.
389	<b>TELCEL</b>	Querétaro	Querétaro	Centro Comercial Plaza Juriquilla, Locales 44-48, Blvd. Juriquilla No. 3100, Col. Jurica Acueducto, C.P. 76230, Querétaro, Querétaro.
390	<b>TELCEL</b>	Querétaro	San Juan del Río	Blvd. Miguel Hidalgo No. 62-B, Colonia Centro, C.P. 76800, San Juan del Río Querétaro.
391	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Cancún	Av. Tulum S/N esquina Lluvia, Manzana 1, Supermanzana 4, Planta Baja Hotel Oasis Cancún, C.P. 77500, Cancún, Quintana Roo.

392	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Cancún	Centro Comercial La Isla, Local I-7, Blvd. Kukulcán Km. 12.5, Zona Hotelera, C.P. 77500, Cancún, Quintana Roo.
393	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Cancún	Supermanzana 62, Manzana 7, Lote 6-A, Av. Chichén Itzá, C.P. 77500, Cancún, Quintana Roo.
394	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Cancún	Av. Nichupte, Mza. 18, Lte. 1-4, Local 28 SM. 51 Gran Plaza Cancún, entre Av. Chilam Balam, Calle Tepich y Av. Tecnológico, C.P. 77533, Cancún, Quintana Roo.
395	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Chetumal	Av. Héroes No. 18, entre Av. Carmen Ochoa de Merino y 22 de Enero, Colonia Centro, C.P. 77000, Chetumal, Quintana Roo.
396	<b>TELCEL</b>	Quintana Roo	Playa del Carmen	Carretera Federal Cancún Tulum Región 100, Supermanzana 16, Mz 1, Lote 1, No. 2100, Locales 21, 22, 59 y 60, Colonia Ejidal, C.P. 77712, Colonia Playa del Carmen, Quintana Roo.
397	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	Ciudad Valles	Blvd. México-Laredo No. 530, Colonia Centro, C.P. 79000, Ciudad Valles, San Luis Potosí.
398	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Jesús Goytortúa No. 230, esquina Alberto Cosío, Colonia Tangamanga, C.P. 78269, San Luis Potosí, San Luis Potosí.
399	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Av. Benito Juárez (Carretera 57 No. 1300), Colonia Providencia, C.P. 78390, San Luis Potosí, San Luis Potosí.
400	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Av. Acceso Norte No. 541, Colonia Soledad de Graciano Sánchez, San Luis Potosí, San Luis Potosí.
401	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Jardín Hidalgo No. 6, Planta Baja y Sótano, Zona Centro, C.P. 78000, San Luis Potosí, San Luis Potosí.
402	<b>TELCEL</b>	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Av. Venustiano Carranza 815-1, Zona Centro, C.P. 78000, San Luis Potosí, San Luis Potosí.
403	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Culiacán	Plaza Lomitas, Av. Álvaro Obregón No. 1796, esquina Juan de Dios, Colonia Colinas de San Miguel, C.P. 80228, Culiacán, Sinaloa.
404	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Culiacán	Javier Mina No. 1657 entre Insurgentes y Lázaro Cárdenas, Colonia Centro, C.P. 80220, Culiacán, Sinaloa.

405	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Culiacán	Centro Comercial Forum, Local SA-04, Blvd. Diego Valdez No. 1676, C.P. 80000, Culiacán, Sinaloa.
406	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Culiacán	Calzada Aeropuerto y Blvd. Jesús Kumate, Colonia Bachigualato, Plaza Humaya, C.P. 80140, Culiacán, Sinaloa.
407	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Gusave	Blvd. 16 de Septiembre No. 1136, Callejón Salvador Alvarado y Callejón Tercero, Colonia Centro, C.P. 81000, Gusave, Sinaloa.
408	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Los Mochis	Francisco I. Madero No. 1446 Pte., Fraccionamiento Scally, C.P. 81200, Los Mochis, Sinaloa.
409	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Los Mochis	Plaza Encuentro, Blvd. Antonio Rosales esquina Blvd. Centenario, C.P. 81000, Los Mochis, Sinaloa.
410	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Mazatlán	Centro Comercial Las Conchas, Local 16, Rafael Buelna No. 202, C.P. 82110, Mazatlán, Sinaloa.
411	<b>TELCEL</b>	Sinaloa	Mazatlán	Juan Carrasco No. 160, entre Pesqueira y Río Papagayo, Colonia Lomas del Mar, C.P. 82010, Mazatlán, Sinaloa.
412	<b>TELCEL</b>	Sonora	Aguaprieta	Av. 21 No. 2001, Colonia Vallarta, C.P. 84260; Aguaprieta, Sonora.
413	<b>TELCEL</b>	Sonora	Caborca	Álvaro Obregón No. 1, Colonia Centro, C.P. 83600, Caborca, Sonora.
414	<b>TELCEL</b>	Sonora	Ciudad Obregón	Calle Miguel Alemán No. 645 Norte, Colonia Centro, C.P. 85000, Ciudad Obregón, Sonora.
415	<b>TELCEL</b>	Sonora	Ciudad Obregón	Guerrero Poniente No. 1057, Local C-1, Colonia Cumuripa, C.P. 85140, Obregón, Sonora.
416	<b>TELCEL</b>	Sonora	Guaymas	Calzada Agustín García López No. 847, Interior 1, Colonia Guadalupe, C.P. 85440, Guaymas, Sonora.
417	<b>TELCEL</b>	Sonora	Hermosillo	Plaza Franquicias Local 4, Periférico Poniente y Blvd. Colosio No. 174, Colonia Raquet Club, C.P. 83200, Hermosillo, Sonora.
418	<b>TELCEL</b>	Sonora	Hermosillo	Blvd. Kino No. 309, esquina Ramón Corral, Colonia Country Club, C.P. 83010, Hermosillo, Sonora.

419	<b>TELCEL</b>	Sonora	Hermosillo	Rosales No. 86, entre Dr. Noriega y Monterrey, Colonia Centro, C.P. 80000, Hermosillo, Sonora.
420	<b>TELCEL</b>	Sonora	Hermosillo	Centro Comercial Plaza Sendero, Periférico Oriente esquina Carretera Sahuaripa No. 1274, C.P. 83290, Hermosillo, Sonora.
421	<b>TELCEL</b>	Sonora	Hermosillo	Bldv. José Morelos No. 355, Locales 3-5, Colonia Zona Militar Cuartel XV, C.P. 83138, Hermosillo, Sonora.
422	<b>TELCEL</b>	Sonora	Nogales	Av. Álvaro Obregón No. 643, Colonia Centro, C.P. 84000, Nogales, Sonora.
423	<b>TELCEL</b>	Sonora	Puerto Peñasco	Bldv. Benito Juárez S/N, Colonia Centro, C.P. 83550, Puerto Peñasco, Sonora.
424	<b>TELCEL</b>	Sonora	San Luís rio Colorado	Av. Zaragoza y Calle 26 Esq. No. 2593, Colonia Residencias, C.P. 83448, San Luis Río Colorado, Sonora.
425	<b>TELCEL</b>	Tabasco	Cárdenas	Av. Lázaro Cárdenas esquina Calle Rosario Gil González, C.P. 86500, Cárdenas, Tabasco
426	<b>TELCEL</b>	Tabasco	Comalcalco	Av. Benito Juárez No. 508, Colonia Centro, C.P. 86300; Comalcalco, Tabasco.
427	<b>TELCEL</b>	Tabasco	Tabasco	Av. Ramón Mendoza No. 338, Colonia José María Pino Suárez (antes Tierra Colorada), C.P. 86029, Centro, Tabasco
428	<b>TELCEL</b>	Tabasco	Villahermosa	Av. Ruiz Cortines S/N, Paseo Tabasco, Colonia Lindavista (a un lado del Hotel Calinda), C.P. 86050, Villahermosa, Tabasco.
429	<b>TELCEL</b>	Tabasco	Villahermosa	Periplaza San Luis, Local Central, Av. Periférico Carlos Pellicer Cámara esquina Av. Col. México, S/N, Colonia Tamulte, C.P. 86150, Villahermosa, Tabasco.
430	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Ciudad Madero	Av. Ejército Mexicano No. 103-C Pte., Interior L-4, Colonia Esfuerzo Nacional, C.P. 89470, Ciudad Madero, Tamaulipas.
431	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Ciudad Victoria	Juan B. Tijerina No. 638, entre Allende y Abasolo, Zona Centro, C.P. 87000, Ciudad Victoria, Tamaulipas.
432	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Matamoros	Calle Sexta No. 11 esquina Mina, Colonia Zona Centro, C.P. 87300, Matamoros, Tamaulipas.

433	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Nuevo Laredo	Héroe de Nacataz No. 2335 esquina Lerdo de Tejada, Fraccionamiento Ojo Caliente, C.P. 88000, Nuevo Laredo, Tamaulipas.
434	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Nuevo Laredo	Av. Reforma No. 5601, Loc. Sub. Ancla D-1, Local 84-87, Colonia Fraccionamiento Las Alamedas, C.P. 88275, entre Emiliano Zapata y Lago Chapal, Nuevo Laredo, Tamaulipas.
435	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Reynosa	Plaza Orgo, Locales 1 a 4, Pedro J. Méndez No. 645 Oriente, esq. Bravo, Colonia Centro, C.P. 88500, Reynosa, Tamaulipas.
436	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Reynosa	Plaza Comercial Plaza Real, Local PAD-02, Blvd. Hidalgo No. 101, esquina con Blvd. Las Fuentes, Colonia Las Fuentes, Reynosa, Tamaulipas, C.P. 88710.
437	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Reynosa	Carretera Reynosa Monterrey No. 1000, Interior Local D 25 y 26, Colonia Lomas del Real de Jarachina Sur, C.P. 88730, Reynosa, Tamaulipas.
438	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Tampico	Av. Hidalgo No. 7102, Piso 1, Colonia El Charro, C.P. 89364, Tampico, Tamaulipas.
439	<b>TELCEL</b>	Tamaulipas	Tampico	C. Francisco I. Madero No. 104, entre Colón y Fran Andrés de Olmos, Zona Centro, C.P. 89000, Tampico, Tamaulipas.
440	<b>TELCEL</b>	Tlaxcala	Apizaco	Calle 16 de Septiembre No. 103 A, Colonia Centro, C.P. 90300, entre Avenida Cuauhtémoc y Av. Xicoténcatl, Apizaco, Tlaxcala.
441	<b>TELCEL</b>	Tlaxcala	Tlaxcala	Plaza Premier, Edificio A, Locales 1-5, Carretera Santana-Tlaxcala No. 194, Colonia Industrial Buenos Aires, C.P. 90050, Tlaxcala, Tlaxcala.
442	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Boca del río	Blvd. Adolfo Ruiz Cortines No. 2521, Colonia Heriberto Kehoe, C.P. 94299, Boca del Río, Veracruz.
443	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Coatzacoalcos	Zaragoza No. 905, Colonia Centro, C.P. 96400, Coatzacoalcos, Veracruz.
444	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Coatzacoalcos	Av. Universidad km 8 S/N, Colonia El Tesoro, C.P. 96536, Coatzacoalcos, Veracruz.
445	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Córdoba	Avenida Uno No. 2208, Colonia San José (entre Calles 22 y 24),

				C.P. 94500, Córdoba, Veracruz.
446	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Orizaba	Oriente 6 No. 211, esquina Sur 5, Colonia Centro, C.P. 94300, Orizaba, Veracruz.
447	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Poza rica	Bld. Adolfo Ruiz Cortines No. 1728, Colonia Manuel Ávila Camacho, C.P. 69324, Poza Rica, Veracruz.
448	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Tuxpan	Centro Comercial Plaza Crystal, Local LG2, Bld. Demetrio Ruiz Malerva No. 285, Colonia Zapote Gordo, C.P. 92860, Tuxpan, Veracruz.
449	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Veracruz	Avenida Benito Juárez No. 222, entre Independencia y 5 de Mayo, Colonia Centro, C.P. 91700, Veracruz, Veracruz.
450	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Veracruz	Av. Salvador Díaz Mirón No. 2125, Colonia Centro, C.P. 91700, Veracruz, Veracruz.
451	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Veracruz	Calzada Miguel Ángel de Quevedo No. 2101, Colonia Los Pinos, C.P. 91870, Veracruz, Veracruz.
452	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Xalapa	Av. Manuel Ávila Camacho No. 292-A, Colonia José Cardel, C.P. 91030, Xalapa, Veracruz.
453	<b>TELCEL</b>	Veracruz	Xalapa	Carretera Jalapa-Veracruz Km 2.5 No. 680, Colonia Pastoresca, C.P. 91193, Xalapa, Veracruz.
454	<b>TELCEL</b>	Yucatán	Mérida	Gran Plaza, Local 41 B, Calle Diagonal 50, No. 460, Fracc. Gonzalo Guerrero, C.P. 97118, Mérida, Yucatán.
455	<b>TELCEL</b>	Yucatán	Mérida	Calle 86 B No. 644, D, E, x 90 y 92, Av. Iztaes, Colonia Centro, C.P. 97000, Mérida, Yucatán.
456	<b>TELCEL</b>	Yucatán	Mérida	Calle 21 No. 321, entre 21 Diag. y 50, Colonia Miguel Hidalgo, C.P. 97212, Mérida, Yucatán.
457	<b>TELCEL</b>	Yucatán	Mérida	C.4 (Circuito Colonias) con 57 S/N, Col. Pacabtun, Centro Comercial San Francisco de Asís Bodega, C.P. 97160, Mérida, Yucatán.
458	<b>TELCEL</b>	Yucatán	Mérida	Plaza Altabrisa, Local 32, Planta Baja, Calle 7 No. 451 x 22 y 24, Fraccionamiento Altabrisa, C.P. 97130, Mérida, Yucatán.
459	<b>TELCEL</b>	Zacatecas	Fresnillo	Paseo del Mineral No. 102 Sur, Colonia Venustiano Carranza, C.P. 99099, Fresnillo, Zacatecas.

460	<b>TELCEL</b>	Zacatecas	Guadalupe	Bld. José López Portillo No. 4F, Colonia Indeco, C.P. 98610; Guadalupe, Zacatecas.
461	<b>TELCEL</b>	Zacatecas	Zacatecas	Av. La Encantada No. 308 Interior K, Colonia 5 Señores, C.P. 98089, Zacatecas, Zacatecas.
462	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Benito Juárez	Av. Insurgentes Sur No. 1048, Colonia Insurgentes San Borja, C.P. 03100, Delegación Benito Juárez, Distrito Federal.
463	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Coyoacán	Centro Comercial Gran Sur, Local A2-97, Periférico Sur No. 5550, Colonia Pedregal de Carrasco, C.P. 04700, México, Distrito Federal.
464	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Centro Comercial Santa Fe, Local 226, Av. Vasco de Quiroga, No. 3800, Colonia Santa Fe, C.P. 05348, Delegación Cuajimalpa de Morelos, Distrito Federal.
465	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Cuajimalpa	Prolog. Paseo de la Reforma No. 1200, Colonia Cruz Manca, C.P. 05349, Delegación Cuajimalpa de Morelos, Distrito Federal.
466	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Francisco I. Madero No. 20, Colonia Centro, C.P. 06000, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal.
467	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Gustavo a. Madero	Plaza Lindavista Locales 310 y 311, Av. Montevideo No. 363, Colonia Lindavista, C.P. 07300, Delegación Gustavo A. Madero, Distrito Federal.
468	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito federal	Iztapalapa	Av. Canal de Tezontle No. 1512, Local 229, Colonia Alfonso Ortiz Tirado, C.P. 09020, Delegación Iztapalapa, Distrito Federal
469	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Av. Presidente Masaryk No. 321, Colonia Polanco, C.P. 11560, Delegación Miguel Hidalgo, Distrito Federal.
470	<b>TELEFÓNICA</b>	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Anatole France No. 114, Colonia Reforma Polanco, Delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11550, Distrito Federal.
471	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	Coacalco	Vía José López Portillo No. 185, Colonia Coacalco de Berriozábal, C.P. 55700, Coacalco, Estado de México.
472	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Plaza San Marcos II, Local E-4, Av. Chalma S/N, Colonia Jardines de la Hacienda, C.P.



				54720, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
473	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	<b>Ecatepec</b>	Centro Comercial Multiplaza Aragón, Local 55, Av. Carlos Hank González No. 120, Fraccionamiento Rinconada de Aragón, C.P. 55140, Ecatepec de Morelos, Estado de México.
474	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	<b>Huixquilucan</b>	Centro Comercial Paseo Interlomas, Local 2-38, Av. de la Barranca No. 6, Ex Hacienda de Jesús Monte, C.P. 52787, Huixquilucan, Estado de México.
475	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	<b>Metepec</b>	Plaza San Juan Metepec, Local 4, Vialidad Metepec No. 284, Colonia Residencial Las Américas, C.P. 52140, Metepec, Estado de México.
476	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	<b>Naucalpan de Juárez</b>	Pafnuncio Padilla No. 51, Local C, Colonia Ciudad Satélite, C.P. 53100, Naucalpan, Estado de México.
477	<b>TELEFÓNICA</b>	Estado de México	<b>Texcoco</b>	Centro Comercial Puerta Texcoco, Locales 84 y 85, Carretera Federal México Texcoco Km. 30.5, Colonia Santiago Cuautlalpan, C.P. 56255, Texcoco, Estado de México.
478	<b>TELEFÓNICA</b>	Guerrero	<b>Acapulco</b>	Av. Costera Miguel Alemán No. 77, Fraccionamiento Club Deportivo, C.P. 39690, Acapulco, Guerrero.
479	<b>TELEFÓNICA</b>	Hidalgo	<b>Pachuca</b>	Centro Comercial Gran Patio Pachuca, Locales F90-91-92, Blvd. Luis Donaldo Colosio No. 2009, Colonia Ex Hacienda Coscotitlán, C.P. 42064, Pachuca, Hidalgo.
480	<b>TELEFÓNICA</b>	Morelos	<b>Cuernavaca</b>	Av. Morelos Sur No. 904, Colonia Las Palmas, C.P. 62050, Cuernavaca, Morelos.