



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

Carrera de Gestión de la Información Gerencial

TRABAJO DE UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Previo a la obtención del título de:

Licenciada(o) En Gestión de la Información Gerencial

TEMA:

Estrategias para fortalecer la Gestión de la Identidad y Competencias Digitales en la Seguridad de la Información de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial ULEAM, Manta, 2023 (Propuesta metodológica).

AUTORA:

Delgado Alvia Josselyn Daniela

MANTA-ECUADOR

2022

Tema

Estrategias para fortalecer la Gestión de la Identidad y Competencias Digitales en la Seguridad de la Información de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial ULEAM, Manta, 2023 (Propuesta metodológica).

Certificación de tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular: Propuesta Metodológica bajo la autoría de la estudiante DELGADO ALVIA JOSSELYN DANIELA legalmente matriculado/a en la carrera de Gestión de Información Gerencial período académico 2023_1 cumpliendo el total de 240 horas (Fase 1: 96 horas, Fase 2: 144 horas), cuyo tema del proyecto **"Estrategias para fortalecer la gestión de la Identidad Digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de Información Gerencial ULEAM. Manta 2023"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de julio de 2023.

Lo certifico,



Ing. María Fernanda Zambrano Vera, Mg.
Docente Tutor(a)
Área: Administración

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

Dedicatoria

A Dios,

Por ser la fuente de amor, sabiduría y guía en mi vida. Gracias por bendecirme con la fortaleza y el discernimiento para enfrentar cada desafío y por brindarme su amor incondicional en todo momento.

A mis padres,

Por su amor incondicional, apoyo y sacrificios constantes. Gracias por ser mis pilares y por creer en mí incluso cuando yo dudaba de mí mismo. Su amor y guía han sido fundamentales en mi camino hacia el éxito.

A mis amigos,

Por estar siempre presentes, animándome, compartiendo risas y apoyándome en cada paso del camino. Su amistad sincera y leal ha sido un regalo invaluable que valoro y atesoro profundamente.

A mi tutor de tesis,

Por su dedicación, paciencia y sabiduría impartida a lo largo de este proceso académico. Gracias por su orientación y por motivarme a explorar nuevos horizontes de conocimiento. Su guía ha sido fundamental para mi crecimiento académico y personal.

A todos aquellos que han sido parte de mi camino,

Gracias por su apoyo, comprensión y aliento en cada etapa de mi vida. Su presencia ha sido fundamental para superar obstáculos y alcanzar mis metas. Agradezco sinceramente su amor y amistad, y espero poder retribuirles de la misma manera en sus propias travesías.

Delgado Alvia Josselyn Daniela

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte de mi vida y han contribuido a mi crecimiento y éxito.

Agradezco a Dios por su amor y bendiciones, por ser mi guía constante y darme fuerzas en momentos de dificultad. Su presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable.

A mis padres, quienes han sido mi ejemplo de sacrificio, amor y determinación. Gracias por su apoyo incondicional, por creer en mí y por motivarme a seguir adelante en cada paso que he dado. Su amor y dedicación han sido la base de mi fortaleza.

A mi tutor de tesis, agradezco su orientación, conocimiento y paciencia durante todo el proceso. Sus consejos y enseñanzas han sido fundamentales para mi crecimiento académico y profesional. Su dedicación ha sido invaluable para el éxito de mi trabajo de investigación.

A todos aquellos que de alguna manera han sido parte de mi camino, agradezco su presencia, sus palabras de aliento y su confianza en mí. Cada experiencia compartida, cada lección aprendida y cada gesto de apoyo han dejado una huella en mi corazón.

En este momento de gratitud, reafirmo mi compromiso de seguir adelante, de valorar cada oportunidad y de devolver el apoyo recibido a quienes me rodean. Gracias a todos por formar parte de mi vida y por hacer de mi camino un viaje lleno de bendiciones y crecimiento.

Delgado Alvia Josselyn Daniela

Índice de contenido

Tema.....	2
Certificación de tutor.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de contenido.....	6
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Problema.....	12
Objetivos.....	15
1.1. Objetivo general.....	15
1.1.1. Objetivos Específicos.....	15
Justificación.....	15
Estado del Arte.....	17
1.2. Identidad.....	17
1.3. Identidad digital.....	17
1.4. Características de la identidad digital.....	18
1.5. Gestión de la identidad digital.....	19
1.6. Identidad digital y los objetivos de desarrollo sostenible.....	19
1.7. Marco de Competencias Digitales para la Ciudadanía.....	20
1.8. Identidad digital en Ecuador.....	22
Consideraciones metodológicas.....	23
1.9. Diseño de la investigación.....	23
1.10. Tipo de investigación.....	23
1.10.1. Investigación de campo.....	23
1.10.2. Investigación descriptiva.....	23
1.11. Métodos.....	24

1.11.1. Deductivo	24
1.11.2. Inductivo	24
1.11.3. Analítico.....	24
1.11.4. Sintético.....	25
1.12. Técnicas.....	25
1.13. Instrumentos	25
5.5. Población y muestra.....	27
5.6. Recopilación de datos	28
6. Resultados.....	29
Resultado esperado: Objetivo 1	29
Resultado esperado: Objetivo 2	35
Resultado esperado: Objetivo 3	55
Conclusiones.....	60
Cronograma Propuesta de Plan de Acción	61
Bibliografía.....	63
Anexo.....	66

Índice de figura

Figura 1. Género	36
Figura 2. Curso académico	36
Figura 3. Perfil abierto.....	37
Figura 4. Actualización de perfil	38
Figura 5. Información publicada en la red.....	38
Figura 6. Medios Sociales	39
Figura 7. Tiempo de uso de redes sociales	40
Figura 8. Número de contenido	40
Figura 9. Comentar publicaciones	41
Figura 10. Recibir comentarios	41
Figura 11. Contactos en redes sociales	42
Figura 12. Contactos bloqueados.....	43
Figura 13. Contactos de Facebook	43
Figura 14. Miembros de familia como contactos	44
Figura 15. Compañeros de trabajo como contactos.....	45
Figura 16. Publicaciones en redes sociales.....	45
Figura 17. Opiniones en redes	46
Figura 18. Comentarios despectivos.....	46
Figura 19. Comentarios hirientes.....	47
Figura 20. Parte laboral	47
Figura 21. Búsqueda de empleo	48
Figura 22. Obtención de empleo.....	49
Figura 23. Valor a las opiniones de otros usuarios.....	49
Figura 24. Reseña sobre un producto, película y servicio	50
Figura 25. Contenido subido a redes sociales.....	50
Figura 26. Aparentar en redes.....	51

Figura 27. Nombre que se identifica en redes sociales.....	52
Figura 28. Datos que se comparten en redes sociales.....	52
Figura 29. Uso de redes sociales	53

Índice de tablas

Tabla 1: Causas y consecuencias de la identidad digital GIG.....	14
Tabla 2: Marco de competencias digitales	20
Tabla 3: Cuadro comparativo	26
Tabla 4. Población de estudiantes de la Carrera de Gestión de Información Gerencial.....	28
Tabla 5. Definición de Identidad digital.....	29
Tabla 6. Dimensiones de Identidad digital	33
Tabla 7: Estructura del plan de acción.....	55
Tabla 8: Cuestionario.....	72

Resumen

La presente propuesta metodológica estrategias para Fortalecer la Gestión de la Identidad y las Competencias Digitales hace énfasis en la Seguridad de la Información de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial, tuvo como objetivo elaborar un plan de acción para favorecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial. Se empleó, una metodología cuali-cuantitativa a través de la aplicación de una encuesta y entrevista diseñada para evaluar el nivel de conocimiento, comportamientos relacionados con la gestión de la identidad digital de los alumnos. Los datos obtenidos de la encuesta fueron analizados en busca de resultados significativos que permitieron identificar áreas de mejora y necesidades específicas. Estos resultados se utilizaron para diseñar un Plan de Acción personalizado que se adapte a las necesidades y gustos de los estudiantes. La propuesta incluyó una serie de actividades específicas, como talleres de formación, desarrollo de recursos educativos, ajustes curriculares y promoción de perfiles profesionales en redes sociales. Estas actividades buscan fortalecer las habilidades y conciencia de los cursantes sobre el manejo seguro de su identidad digital. La propuesta de este Plan de Acción proporciona a los aprendices las herramientas y conocimientos necesarios para gestionar de manera efectiva su identidad digital, protegiendo su privacidad y reputación. Además, se busca preparar dentro de las aulas para enfrentar desafíos del entorno digital en su campo profesional, desarrollando habilidades digitales claves.

Palabras claves.

Gestión; Identidad digital; Gestión identidad digital

Abstract

The current methodological proposal for strengthening Identity and digital competence management emphasizes the information security of students in the Management of Information Systems program. Its objective was to create an action plan to enhance the digital identity management of students in the Management of Information Systems program. A quantitative methodology was employed through the implementation of a survey designed to assess the level of knowledge and behaviors related to digital identity management of the students. The survey data obtained were analyzed to find significant results that allowed identifying areas for improvement and specific needs. These results were used to design a personalized Action Plan that adapts to the students' needs and preferences. The proposal included a series of specific activities, such as training workshops, the development of educational resources, curriculum adjustments, and the promotion of professional profiles on social networks. These activities aim to strengthen the skills and awareness of the students regarding the secure management of their digital identity. The proposal of this Action Plan provides learners with the necessary tools and knowledge to effectively manage their digital identity, safeguarding their privacy and reputation. Furthermore, it aims to prepare students within the classroom to face challenges of the digital environment in their professional field, developing key digital skills.

Keywords.

Strategies, Identity, Digital.

Problema

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se han incorporado de manera acelerada en los distintos ámbitos sociales y económicos de las personas, las empresas y los gobiernos, cambiando la forma de comunicarnos y reflejándose la interacción con servicios electrónicos, los cuales se reconocen entre sí a través de una Identidad Digital (ID de ahora en adelante) que es la huella que nuestra actividad deja a través de la cual nos identificamos y somos identificados en la web 2.0. La imagen que nos identifica en el o los perfiles que se tienen en los distintos espacios virtuales sociales y profesionales, así como los comentarios y publicaciones por correo electrónico, redes sociales u otras aplicaciones.

La identidad digital de acuerdo con Santander (2023), es el “conjunto de información que sumado proyecta una imagen o reputación de cada una de las personas en Internet” (p.5); es decir es la versión en internet de la identidad física propia de cada ser humano, compuesta por una gran cantidad de datos que proporcionan en la red entre ellos, publicaciones, gustos, preferencias etc.

Como señala Álvarez (2019), en su trabajo de tesis denominado “La identidad digital y la reputación online del alumnado universitario: una asignatura pendiente”, cuyo objetivo es concienciar a los estudiantes sobre los riesgos y amenazas que una mala gestión de su identidad digital implica en su vida diaria, desde el paradigma cuantitativo y el cualitativo permitió llevar a cabo bajo una investigación descriptiva, con una población de 86 universitarios, se aplicó una encuesta para analizar los datos y comprobar los datos que aparecían. Como resultado se observó que en los estudiantes no existe una preocupación por su identidad digital y el uso o abuso que se puede estar haciendo de ella por terceras personas.

Menciona también Hernández (2022), en su trabajo doctoral “La identidad digital desplegada y manifiesta de los estudiantes de educación superior en Chile” en el año 2023, tuvo como objetivo describir el entorno personal de aprendizaje de los estudiantes chilenos de Educación Superior y avanzar hacia una caracterización de su identidad digital académica, desde la perspectiva del área de formación el diseño de investigación es tipo descriptivo, con una población de 509 universitarios, pertenecientes a 21 instituciones chilenas. Se obtuvo como resultado que los estudiantes son proclives a brindar información que permite identificarlos de forma rápida en los

medios digitales y sus principales conductas de vida, status y perfil fotográfico, entre otras cosas de su vida social.

Señala la autora Utreras (2021), en su trabajo de tesis denominado “Gestión de identidad digital de usuarios en servicios web para la protección de la información” en el año 2021, en la ciudad de Esmeraldas, tuvo como objetivo evaluar las vulnerabilidades de los servicios web que utiliza la gestión de identidad digital. En esta investigación aplicó el método deductivo y analítico, el instrumento de información es una guía de seguridad para aplicaciones web implementadas con procedimientos prácticos de seguridad informática a 30 estudiantes. Se obtuvo como resultado que, al momento de implementar servicios de identidad digital se debe realizar una verificación y autenticación de usuarios, mitigando los impactos negativos de las vulnerabilidades que suelen mostrarse en las aplicaciones web, en el momento de ingresar su información personal de acceso al sistema.

Como plantea la Agenda de Transformación Digital del Ecuador 2022-2025 uno de los ejes llamado Gobierno Digital en su pilar numeral 14 denominado Identidad digital, busca consolidar a las Tecnologías de la Información y Comunicación como una forma de encontrar la responsabilidad de todos los actores en la implementación de nuevas iniciativas para transformar al Ecuador en un país digital. De acuerdo con datos del INEC el primer paso al uso de las nuevas tecnologías de la información se dio al desarrollar el primer Censo en Línea, el cuál alcanzó más de 2.3 millones personas que se unieron a esta nueva era de transformación digital (Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2022)

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí es una institución de educación superior que semestralmente incorpora a la sociedad nuevos profesionales al mercado laboral, entre ellas está la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio, que se preocupa por crear carreras de acuerdo con las nuevas demandas laborales.

La Unidad Académica ofrece la carrera de Gestión de Información Gerencial, misma que se encarga de preparar a estudiantes y darle los conocimientos para manejar dentro de las empresas la capacidad de desarrollar soluciones nuevas a problemas específicos de información y control, definir y ejecutar la estrategia de tecnología de información y garantizar la integridad de los sistemas y de la información permitiendo

mejorar la capacidad organizativa, desde una visión de las ciencias administrativas y de información, contribuyendo así logro de los objetivos y metas empresariales.

La Carrera de Gestión de la Información Gerencial en el periodo académico 2023_1 mantuvo una población estudiantil de 367 estudiantes respectivamente; al respecto de los profesores en el periodo 2023-1 colaboraron 21 profesores.

Tabla 1

Causas y consecuencias de la identidad digital GIG

Problema: Débil gestión en la identidad digital de los estudiantes GIG	
Causas	Consecuencias
Desconocimiento del tema.	Excesivo uso de identidades digitales a través de pseudónimos y avatares
Débil habilidades informacionales y digitales.	Poco aprendizaje, actitud colaborativa y participativa en la cultura digital
Escaso manejo de información personal y contenido que se comparte en Internet	Bajo reconocimiento social o político

Nota. Esta tabla muestra las causas y consecuencias de la identidad digital, identificando como problema principal la débil gestión de la identidad digital de los estudiantes GIG.

Objetivos

1.1.Objetivo general

Elaborar un Plan de Acción para favorecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial.

1.1.1. Objetivos Específicos

- Identificar los principales criterios e indicadores para fortalecer la identidad digital.
- Analizar el estado actual del manejo de la información personal y contenido que se comparte en Internet, con miras a proteger la privacidad y reputación digital en los estudiantes de GIG.
- Diseñar un Plan de acción para fortalecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG.

Justificación

En la sociedad del conocimiento, es necesario identificar si el estudiante de la carrera de GIG conoce la importancia que tiene la identidad digital, debido a que el entorno en el que se desenvuelven los estudiantes es cada día más digital, adquiriendo información de diferentes fuentes incluyendo sus propios datos, la forma en la que tienden a identificarse, el tipo de datos que comparten en una red social, si comparten o comentan un post.

En base a estos fundamentos, la presente investigación se enfoca en proponer un plan de acción para fortalecer la identidad digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial, en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

De acuerdo con el análisis bibliográfico, en investigaciones se hizo énfasis de la falta de control por parte del estado en la gestión de la identidad digital de los ciudadanos en el país, siendo evidente la proliferación de la creación de perfiles abiertos en las redes sociales, ampliando mayormente la posibilidad de crear bajo un seudónimo correos electrónicos indiscriminadamente.

Al no aplicar algún proceso para gestionar la ID, no existen mayores consideraciones sobre el impacto futuro que estos contenidos pueden tener en su ingreso o permanencia dentro del mercado laboral. Por lo que el éxito del futuro profesional

radica no solo en los conocimientos que éste pueda poseer, sino también en cómo ha gestionado su identidad digital (Munduate, 2021).

Con el fin de mejorar la identidad digital de los estudiantes, se busca desarrollar una gestión efectiva, fortalecer las habilidades informacionales y digitales para mejorar la capacidad de búsqueda, gestión y evaluación de información en línea y garantizar la seguridad y protección de datos personales.

Es necesario por ello, realizar una evaluación de la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG para contribuir el marco del proyecto DigComp 2.1 Competencias Digitales. Esto va a permitir determinar con mayor precisión el área y competencia dentro de la cual se enmarca este trabajo.

Ferrari (2021), señala que la competencia digital se integra por cinco áreas, que en su conjunto derivan en 21 competencias; el área de competencia 2 se denomina “comunicación y colaboración online” y tiene seis competencias, entre ellas la competencia 2.6 que integra la gestión de la identidad digital, como una nueva habilidad fundamental en el marco de las habilidades informacionales y digitales aportando ejemplos reales de identidades personales en Internet.

Para llevar a cabo este estudio de investigación, se requiere recopilar datos de diversas fuentes de información, que incluyen una revisión exhaustiva de la literatura existente, la realización de encuestas y la observación directa. Estos métodos de recolección de datos desempeñarán un papel fundamental al proporcionar los cimientos necesarios para adquirir una comprensión completa y panorámica del campo y objeto de estudio.

Estado del Arte

1.2. Identidad

Menciona Márquez (2022), “La identidad es concebida como un fenómeno subjetivo, un proceso personal de construcción que se desarrolla a través de símbolos e interacciones con los demás” (p.1). Asimismo, está estrechamente relacionada con el sentimiento de pertenencia a diversos grupos socioculturales con los cuales compartimos características que consideramos comunes.

Es decir, la identidad se construye directamente con la interacción con otros, sumando un sentido de pertenencia a diferentes agrupaciones en los que cada persona proyecta una imagen y comparte sus características, siendo estos elementos que forman parte de su proceso de identidad.

Desde el punto de vista del autor Utreras (2021), pone en manifiesto:

La identidad permite poder diferenciarse de los demás y esto en el mundo digital cobra una mayor importancia, dando a conocer algunas características de la comunicación, en exclusiva las relativas a: la inmediatez, visibilidad, credibilidad, influencia y permanencia de la información (Utreras, 2021, p. 7).

Por esta razón, la identidad se puede indicar que es un proceso que permite a cada ser humano diferenciarse, con un proceso que debe indicar una comunicación clara e inmediata a procesos que den credibilidad, influencia y permanencia a su información, misma que se comparte en redes sociales, foros o páginas de internet.

1.3. Identidad digital

Plantea García (2017), que la identidad digital se refiere a la representación exclusiva de un individuo involucrado en una transacción en línea. Para asegurar que esta representación está asociada con la identidad real del sujeto, se realiza un proceso denominado prueba de identidad. En este contexto, la persona que necesita ser verificada es conocida como solicitante. Una vez que el solicitante pasa con éxito por el proceso de revisión, se convierte en un suscriptor.

Sugiere Valerio (2016), la identidad digital es fundamental para que los usuarios puedan comunicarse y participar en entornos colaborativos en Internet. Este proceso se lleva a cabo mediante la autenticación, que consiste en verificar la identidad de un

usuario, entidad o dispositivo que busca acceder a información personal, recursos o aplicaciones. Al validar esta identidad, se establece una relación de confianza para futuras interacciones con la base de datos.

La autenticación permite vincular el acceso y las acciones realizadas a identidades específicas, lo que posibilita una rendición de cuentas efectiva. Una vez autenticado, se pueden establecer niveles de acceso y acciones permitidas a esa entidad, gracias al proceso de autorización. Así, se logra garantizar la seguridad y el control de los recursos y datos en línea, brindando a los usuarios una experiencia confiable y protegida en entornos digitales colaborativos.

1.4. Características de la identidad digital

A juicio de Pérez (2021), las características sobre la identidad digital se pueden analizar de la siguiente manera:

- Social debido a que se construye navegando por las redes sociales a partir del reconocimiento de los demás sin ni siquiera llegar a comprobar si esa identidad es real o no.
- Subjetiva dependiendo de cómo los demás perciban a esa persona a través de las informaciones que genera.
- Valiosa cuando a veces personas y empresas navegan por las redes sociales para investigar la identidad digital de un candidato o una candidata y tomar decisiones sobre él o ella.
- Indirecta al no permitir conocer a la persona directamente sino las referencias publicadas de esa persona.
- Compuesta debido a que la identidad digital se construye por las aportaciones de la misma persona y también por otras personas sin la participación o consentimiento de esa persona real.

Estas características engloban las cualidades particulares que proporcionan toda la información sobre la identidad digital de cada individuo, la cual puede tener efectos tanto positivos como negativos en el mundo real y dinámico. Es importante destacar que

la identidad digital no es una instantánea estática, sino que siempre se motiva al cambio y actualización.

1.5.Gestión de la identidad digital

La gestión de la identidad digital se convierte en un factor importante que permite gestionar los procesos para ayudar a los usuarios a ser conocedores de su entorno web, esta forma aporta esencialmente para ser conscientes de las oportunidades y peligros de la red a la hora de brindar información personal, garantizando la adecuada administración de la identidad y promoviendo un mejor uso de la tecnología en la sociedad (Elka, 2020, p. 12).

Como lo hace notar el autor, también es necesario adicional a ello tener presente que este conocimiento no sólo implica la participación del usuario sino también la de las entidades y empresas que hacen uso de estos servicios, que día a día son más conscientes de los cambios, creando una habilidad fundamental en el marco de las habilidades informacionales y digitales.

1.6.Identidad digital y los objetivos de desarrollo sostenible

De acuerdo con Aguilar (2022), los objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, indica que para 2030 todos los seres humanos del planeta deben de contar con su identidad digital, optimizando los procesos para lograr avanzar de forma importante y poderosa un cambio sostenible a nivel global, convirtiéndose en un gran reto la seguridad y la privacidad de sus datos personales.

Para cumplir con este objetivo debemos empezar a plantearnos nuevas alternativas a la identificación estática y basándose únicamente en credenciales digitales. Como alternativa que aporte a lograr este objetivo, existen diversas características que conforman a la identidad digital, algunas son dinámicas y el objetivo es que su seguridad no se vea comprometida, se detallan a continuación:

- Se aloja completamente en medios digitales
- Comprende el historial completo de cada usuario
- Puede contener el comportamiento del usuario en la internet

- Se pueden crear relaciones dinámicas entre usuarios, formando comunidades con sus dispositivos asociados: ubicaciones, credenciales y detalles que no forman parte del internet como números telefónicos, de seguridad social, etc.
- Información adicional de sistemas gubernamentales o privados como cédulas de ciudadanía, pasaportes, información fiscal, etc.

Estas acciones van a contribuir para que se logre llevar a cabo una identidad digital, conforme a los procesos identificativos de cada ser humano, teniendo la capacidad para que de manera óptima se evidencie un mejor control de la información digital de sus datos y de la custodia personal e integral de cada ser humano.

1.7.Marco de Competencias Digitales para la Ciudadanía

Señala Ferrari (2013), derivado del proyecto DigComp que la competencia digital se integra por cinco áreas, que en su conjunto derivan en 21 competencias, entre ellas la competencia 2.6 que integra la gestión de la identidad digital, como una nueva habilidad fundamental en el marco de las habilidades informacionales y digitales aportando ejemplos reales de identidades personales en Internet.

Una de las primeras publicaciones de DigComp fue en 2018 y desde entonces se ha convertido en una referencia para el desarrollo y planificación estratégica de iniciativas en materia de competencia digital, tanto a nivel europeo como de los estados miembro. En los niveles de actitud, en el nivel básico y con autonomía y orientación, podrá:

Tabla 2:

Marco de competencias digitales

Nivel básico y con autonomía y orientación

- En este nivel, la persona es capaz de reconocer su identidad digital y entender la información básica que genera a través de herramientas y servicios en línea. También puede describir formas sencillas para proteger su reputación en el entorno digital.

Resolución de problemas sencillos

-
- En este nivel, el individuo puede diferenciar diversas identidades digitales comunes y explicar maneras habituales y concretas de proteger su reputación en línea. Además, puede describir la información que suele generar a través de herramientas y servicios digitales.

De forma autónoma, de acuerdo con las propias necesidades

-
- En este nivel, la persona es capaz de mostrar una variedad de identidades digitales y analizar formas específicas para proteger su reputación en línea. Además, puede gestionar la información generada a través de herramientas y servicios digitales según sus necesidades.

En un nivel avanzado, de acuerdo con las necesidades y los contextos complejos

-
- En este nivel, el individuo puede distinguir entre múltiples identidades digitales y explicar la forma más adecuada de proteger su reputación en línea. También es capaz de modificar la información generada a través de diversas herramientas y servicios digitales.

En un nivel altamente especializado

-
- En este nivel, la persona es capaz de proponer soluciones a problemas complejos relacionados con la gestión de identidades digitales y la protección de la reputación online. Sus conocimientos le permiten contribuir a la práctica profesional y guiar la gestión de la identidad digital. Además, puede proponer nuevas ideas y procesos en el sector relacionado.

Nota: Esta tabla muestra el marco de competencias digitales, basado en la publicación del DigComp, 2018, p. 35.

1.8. Identidad digital en Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2018), en su artículo 66 numeral 28:

El reconocimiento y garantía del derecho a la identidad personal y colectiva asegura que las personas tengan el derecho a poseer un nombre y apellido debidamente registrados y elegidos libremente. También abarca el derecho a preservar, desarrollar y fortalecer las características materiales e inmateriales de su identidad, tales como la nacionalidad, la procedencia familiar y las expresiones espirituales, culturales, religiosas, lingüísticas, políticas y sociales. (p. 23).

Manifiesta Godoy (2018), que “La identidad digital, especialmente en su aspecto legal, se convierte en un elemento esencial para la inclusión” (p.12), esto permite visibilizar a todas las personas que merecen la atención del Estado en Ecuador. Tanto los servicios públicos como los privados deben ofrecer calidad para generar confianza, seguridad y transparencia.

Según Godoy, este último aspecto es fundamental, esto combate la corrupción y contribuye a la construcción de espacios más democráticos y transparentes. Además, favorece una interacción adecuada y una generación de confianza entre los ciudadanos y el Estado, así como entre los consumidores y las empresas.

Para lograr una correcta construcción digital, se requieren tres elementos clave: conectividad y dispositivos, conocimiento en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y un cambio de mentalidad. Estos factores permitirán aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la identidad digital, facilitando la participación activa de todos los individuos en la sociedad y garantizando una mayor inclusión en los servicios y beneficios que ofrece el Estado y las empresas.

Consideraciones metodológicas

En este capítulo se tratan los aspectos más importantes en torno al tipo de investigación, el diseño, los métodos y las técnicas a utilizarse, recopilando la información en el campo de estudio. Se aplicó cuestionarios de encuesta y entrevista.

1.9. Diseño de la investigación

Dentro de la investigación se emplea el enfoque mixto, es decir cuali-cuantitativo, a través de la aplicación de la encuesta y entrevista.

1.10. Tipo de investigación

De acuerdo con el marco teórico y con el objeto de abordar los datos que se investigaron en el tema de esta propuesta se aplicará métodos y técnicas acorde a la recopilación de datos e información digital, la investigación es de campo y descriptiva.

1.10.1. Investigación de campo

Según el autor Behar (2014), presente “la investigación de campo se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones” (p. 10).

En el proyecto se efectúa la investigación de campo, a través de la aplicación de entrevista y encuesta con el fin de recopilar información necesaria para conocer como manejan la identidad digital los estudiantes de la carrera de Gestión de Información Gerencial.

1.10.2. Investigación descriptiva.

Menciona Muguirra (2022), la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando, recopila la información para la creación de datos que se llevarán a cabo sobre el tema, en otras palabras, proporciona información, acerca de determinados hechos y situación en el momento (p. 2).

Se considera importante el desarrollo de estudios descriptivos porque proporciona una iniciativa para fortalecer la Gestión de la Identidad Digital, se hace imprescindible conocer y analizar las particularidades de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial ULEAM.

1.11. Métodos

A través del método deductivo- inductivo se identifica los fundamentos teóricos en torno a la identidad digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial y luego se determinan las estrategias en torno a sus dimensiones de estudio. Mediante el método analítico- sintético se procede al análisis de contenidos enfocándose a las estrategias de la identidad digital y sintetizando las ideas relevantes que deben tener en su perfil profesional.

1.11.1. Deductivo

El método deductivo es un proceso lógico de razonamiento en el cual se llega a una conclusión específica a partir de premisas generales o principios establecidos previamente. Se basa en la lógica formal y sigue una estructura que va de lo general a lo particular (Cardenas, 2020).

A través de un razonamiento deductivo, se extraen conclusiones específicas que se aplican al contexto de los estudiantes de Gestión de la Información Gerencial. Se identifica principios generales sobre la gestión de la identidad digital y su importancia en el entorno empresarial.

1.11.2. Inductivo

El método inductivo, se parte de observaciones o casos específicos y se busca identificar patrones, tendencias o regularidades en la información recolectada. A partir de estas observaciones, se extraen conclusiones generales que se aplican al conjunto más amplio de casos o situaciones similares (Cardenas, 2020).

La aplicación del método inductivo en el contexto de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial implicó recopilar datos específicos y observaciones relevantes para extraer conclusiones generales o patrones en relación con la identidad digital de estos estudiantes.

1.11.3. Analítico

El método analítico se refiere a un enfoque o método que se centra en el desglose y el examen detallado de un fenómeno o un problema en sus componentes individuales (Cardenas, 2020).

Este método identifico las ideas, conceptos y enfoques clave relacionados con las estrategias de la identidad digital de los estudiantes de Gestión de la Información Gerencial.

1.11.4. Sintético

El método sintético según Cárdenas (2020), se utiliza para integrar y organizar información dispersa o fragmentada, con el objetivo de obtener una comprensión más amplia y global del fenómeno o problema de estudio. Se busca identificar las conexiones, interacciones y relaciones entre los componentes individuales, y cómo estos se combinan para formar un todo significativo.

Se analiza los contenidos, se procede a la etapa sintética del método. Aquí, se integró y sintetizo las ideas relevantes, identificando las estrategias específicas que deben formar parte del perfil profesional de los estudiantes. Estas estrategias pueden incluir recomendaciones sobre cómo construir y gestionar su identidad digital de manera efectiva, cómo utilizar las redes sociales de manera profesional, cómo proteger su privacidad en línea, entre otros aspectos importantes para su desarrollo profesional.

1.12. Técnicas

De acuerdo con Aliat (2022), las técnicas “son herramientas prácticas que permiten llevar a cabo actividades de manera sistemática y organizada, siguiendo pasos o acciones específicas. Estas acciones se desarrollan con el propósito de obtener resultados deseados, resolver problemas, mejorar procesos, adquirir habilidades o alcanzar metas establecidas” (p. 1).

Se recolecta los datos de la encuesta y las entrevistas de forma virtual en la carrera de Gestión de la Información Gerencial, posterior a la recopilación de los datos, se ingresarán en el programa Excel para generar la tabulación y estadística respectiva, en lo posterior se realizará la interpretación y el análisis de los datos.

1.13. Instrumentos

Los instrumentos en el contexto de un plan de tesis se refieren a las herramientas, técnicas o métodos utilizados para recopilar datos o información relevante para la investigación y análisis (AliatUniversidades, 2022).

En este caso se utiliza el cuestionario como procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de

características objetivas y subjetivas de la población. La encuesta se estructura por veintinueve preguntas (Ver anexo 1).

La encuesta aplicada es la propuesta por Gutiérrez Porlán, que elaboró el instrumento en el 2018, integrada por 30 ítems, quien promueve indicadores base para medir La identidad digital del alumnado universitario.

También, se puede mostrar el cuadro comparativo de los tres instrumentos que analizamos e indicar porque utilizar el que seleccionamos:

Tabla 3

Cuadro comparativo

Cuadro comparativo	
La Identidad Digital del alumnado Universitario por Saorin & Gutiérrez (2018).	El cuestionario utilizado en esta investigación fue sometido a un proceso de validación a través de un juicio para asegurar su eficacia y fiabilidad. Posteriormente, se aplicó de forma telemática para recopilar datos sobre el concepto de Identidad Digital, sus características principales y los entornos en línea en los cuales puede manifestarse la identidad digital. Durante la exploración y análisis de este tema, se buscó comprender a fondo cómo esta herramienta se construye y manifiesta en el mundo digital, así como su aporte principal a nuevos caminos hacia la tecnología.
El rol de la identidad digital de los universitarios en el ingreso a la vida laboral (Valerio, 2016).	El objetivo de esta investigación es determinar la perspectiva que tienen los estudiantes universitarios de Ingeniería sobre su información personal, así como

	el papel que desempeñan las redes sociales en línea en la configuración de dicha identidad.
La identidad digital y la reputación online del alumnado universitario: una asignatura pendiente (Alvarez Herrero, 2019).	Diseñar y desarrollar formación y acreditación sobre su manera de aportar y lograr mejores resultados dentro del uso que le da a las redes sociales.

Nota. Esta tabla muestra el análisis de las características de la identidad digital, para el desarrollo de políticas y estrategias educativas.

Se elige el cuestionario del autor Gutiérrez, debido a que la identidad digital del alumnado universitario fue validada mediante un juicio y aplicado de forma telemática. Es esencial comprender la identidad digital del alumnado universitario, debido a que estos jóvenes están altamente involucrados en entornos en línea y pueden enfrentar desafíos y oportunidades específicas relacionadas con su identidad digital. Analizar las características de la identidad digital, como la gestión de la privacidad, la construcción de una reputación en línea y la participación responsable en los espacios digitales, puede proporcionar información valiosa para el desarrollo de políticas y estrategias educativas que promuevan un uso positivo y seguro de la tecnología.

5.5.Población y muestra

En el contexto de la investigación, la población se refiere al conjunto total de elementos, individuos, objetos o eventos que poseen las características que se desean estudiar. Es el grupo completo que se pretende analizar y del cual se intenta obtener conclusiones o generalizaciones (Ventura, 2017).

Por otro lado, Ventura indica que una muestra es una porción o subconjunto seleccionado de la población. La muestra se extrae de la población con el propósito de realizar inferencias o conclusiones sobre la misma.

Considerando la importancia de la necesidad de contar con una información exacta, se determina que la población objeto serán los 367 estudiantes legalmente matriculados en la carrera de Gestión de la Información en el periodo académico 2023_1.

Tabla 4

Población de estudiantes de la Carrera de Gestión de la Información Gerencial

Población de estudiantes de la Carrera de Gestión de Información Gerencial.

2023-1	367
Total	367

Nota. Esta tabla muestra el número de Población de la Carrera de Gestión de la Información Gerencial.

A efectos de determinar la cantidad a personas a aplicar el cuestionario de encuesta, se utiliza un tipo de muestreo probabilístico. La fórmula es citada en el siguiente apartado:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N= 367

Z= 2,58 valor para un nivel de confianza del 98%

p= 0,50%

q= 0,50%

e= 4,00% probabilidad máxima de cometer errores

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

$$n = \frac{367 * 2,58_a^2 * 50\% * 50\%}{4,00\%^2 * (367 - 1) + 2,58_a^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = \frac{610,7247}{2,2497}$$

$$n = 261,47$$

5.6. Recopilación de datos

La recolección de la información se hará de manera online, el proceso consiste en aplicar la encuesta a 260 estudiantes. Este proceso se lleva a cabo durante los meses de mayo y junio de 2023.

6. Resultados

En esta sección se presentan los resultados esperados por cada uno de los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación.

Resultado esperado: Objetivo 1

Tabla 5

Definición de Identidad digital

Autor /año	Definición
Utreras, P (2021)	La identidad digital es la representación única de un sujeto involucrado en una transacción en línea.
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (2023)	Una identidad digital es una colección de características y datos asociados con un individuo identificable de forma única, almacenada y autenticada en la esfera digital, y utilizada para transacciones, interacciones y representaciones en línea.
Álvarez, C (2018)	La identidad digital se puede describir como la representación en línea de la identidad física de una persona. Esta representación abarca una amplia variedad de datos que compartimos en internet, que van más allá de simplemente incluir nuestro correo electrónico y dirección. Incluye información como nuestras fotografías, detalles bancarios y preferencias de compra, entre otros datos relevantes. En resumen, la identidad digital refleja una parte significativa de nuestra vida y actividad en el entorno digital, lo que la

	convierte en una parte integral de nuestra existencia en línea.
Pérez, J (2020)	La identidad digital se refiere al conjunto de información o datos que compartimos en Internet y que están accesibles para otros usuarios de la red. Cada acción o comportamiento que llevamos a cabo en el entorno digital contribuye a la formación de nuestra reputación en línea y la imagen que los demás tienen de nosotros. En esencia, nuestra identidad digital es un reflejo de nuestras actividades y participación en el mundo virtual, lo que impacta en cómo somos percibidos por los demás en el ámbito digital.
García, C (2017)	La identidad digital abarca toda la información que se publica sobre nosotros en Internet y que conforma la imagen que los demás tienen de nosotros. Esto incluye datos personales, noticias, comentarios, intereses, preferencias, imágenes, videos y otros contenidos que compartimos en línea. Es una representación virtual de nosotros mismos, formada por todo lo que hacemos y compartimos en el entorno digital.

Nota: Esta tabla muestra los resultados para dar cumplimiento al objetivo 1 de la investigación.

Durante varios años ha ido aumentando la participación digital en todos los sectores de nuestra sociedad, especialmente en educación. Cada vez más, el aprendizaje colaborativo y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC),

son reconocidos como abordajes efectivos para transformar la educación en Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS), brindando, complementando, o reforzando los abordajes tradicionales

Dentro de estos estudios relacionados señalados se enfocan en cinco dimensiones de estudios similares con el fin de identificar tendencias y consolidar el criterio de búsqueda sobre lo que significa la identidad digital. Cabe precisar que algunos estudios hacen referencia a más de una dimensión dónde se trabaja criterios de búsqueda como la privacidad, la interacción y reputación digital de lo que se sube al internet.

En el estudio señalado por Utreras Paola (2021) y Álvarez Carmen (2018), existe una concordancia donde el sujeto se involucra directamente a través de los datos que proporcionan la red, de manera que consolida la información incluyendo fotos datos bancarios y preferencias a la hora de comprar. De la misma manera en el estudio de Pérez Johanna (2020), la identidad digital hace referencia al conjunto de informaciones que a diario se publican en internet y son accesibles para el resto de los usuarios. Es decir, estos autores saben que las acciones o comportamientos que realizarán en el entorno digital pueden contribuir de forma negativa o positiva a nuestra imagen personal.

La identidad digital implica un proceso que promueve la identidad personal, siendo esto apoyado por la Universidad Católica del Ecuador quién a sus estudiantes logra que consoliden la definición de identidad digital de forma única y a su vez convierte la información en una colección de características y datos asociados a un individuo que de forma única y almacenada es principalmente auténtica en la interacción y representación en línea de toda la esfera digital de los usuarios que proporcionan una mayor información.

En relación con la visibilidad, privacidad y seguridad digital que debe tener el internet en el estudio de García Carlos (2017), hace énfasis en la información publicada en internet y lo que logra una imagen constituida formalmente por datos personales noticias, comentarios, aficiones, gustos, imágenes y videos de cada usuario acerca de lo que sube en redes sociales, esto es lo que genera una huella digital asociada a cada perfil personal y hace que todo se encuentre relacionado con la visibilidad que va a tener cada persona para verificar sus publicaciones.

La identidad digital de cada estudiante es algo que debe ser manejado con mucha precaución analizando la percepción de los riesgos que tienen los jóvenes, por ello hay estudios que visualizan cuáles son los riesgos que tienen al momento de compartir contenidos de forma insegura y que estas no hayan fortalecido las medidas de seguridad y privacidad en cada uno de sus perfiles digitales.

Tabla 6

Dimensiones de Identidad digital

Artículo	Año de publicación	País	Dimensiones digitales	Resultados
La identidad digital, un camino de confianza	2023	Chile	De modo inicial. La gestión de la identidad digital contempla las siguientes dimensiones: Visibilidad Reputación Privacidad	Gestionar los datos que uno produce a través de varias cuentas y aplicaciones.
Los cinco pilares de la identidad digital docentes y sus finalidades	2023	Colombia	Profesionales con liderazgo proactivo.	Dominio de las competencias digitales.
Gestión de identidad digital de usuarios en servicios web para la protección de	2021	Ecuador	Inmediatez, credibilidad, influencia y permanencia de la información.	Autenticación medidas de seguridad

la información

La creación de una identidad digital	2018	Perú	Creatividad	Estrategia de manejo de información digital.
Construcción de la identidad digital de los estudiantes Javerianos en Facebook	2020	Colombia	Desarrollo de pensamiento crítico de protección digital.	Construcción de la identidad digital.
Construcción de identidad de los y las Jóvenes en las redes virtuales	2014	Colombia	Cumplimiento de políticas	Manejo de las TIC

Nora. Esta tabla muestra las dimensiones de la identidad digital, con el respectivo enfoque de la investigación.

Resultado esperado: Objetivo 2

Con este objetivo se busca identificar el manejo de la información personal y contenido que se comparte en Internet, con miras a proteger la privacidad y reputación digital en los estudiantes de GIG.

Ficha metodológica para la encuesta**Objetivo:**

Analizar el estado actual del manejo de la información personal y contenido que se comparte en Internet, con miras a proteger la privacidad y reputación digital en los estudiantes de GIG.

Universo:

Como población se contemplan a los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial.

Metodología empleada:

La recogida de la información es realizada de manera virtual, se hace uso de la plataforma Microsoft Office 365 para crear un formulario en línea, facilitando la contestación de las preguntas y la tabulación.

Muestra:

En cuanto a cuestionarios aplicados se tiene un total de 260 respuestas con la participación de estudiantes de primer semestre a octavo semestre.

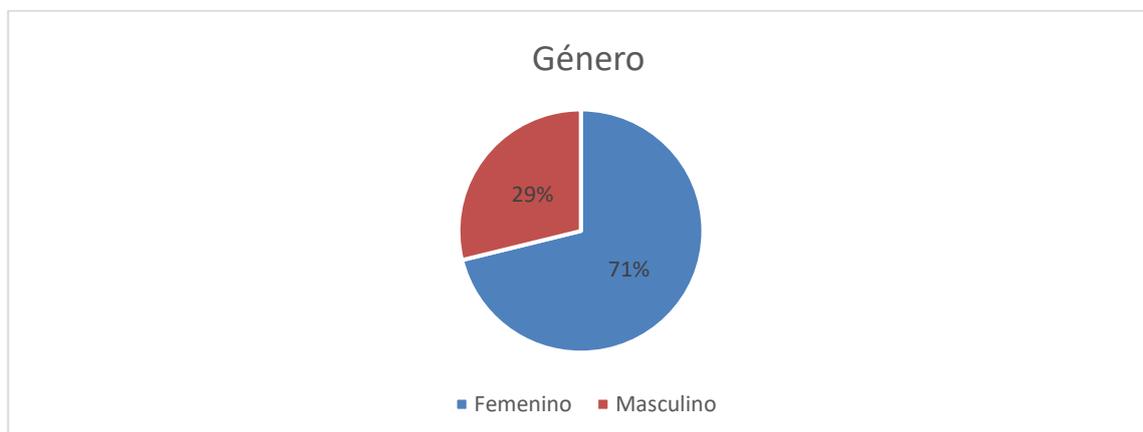
Campo:

La aplicación del cuestionario de encuesta se efectuó durante el mes de mayo y junio del 2023 de forma online a los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial.

Pregunta# 1. Indique su género

Figura 1

Género



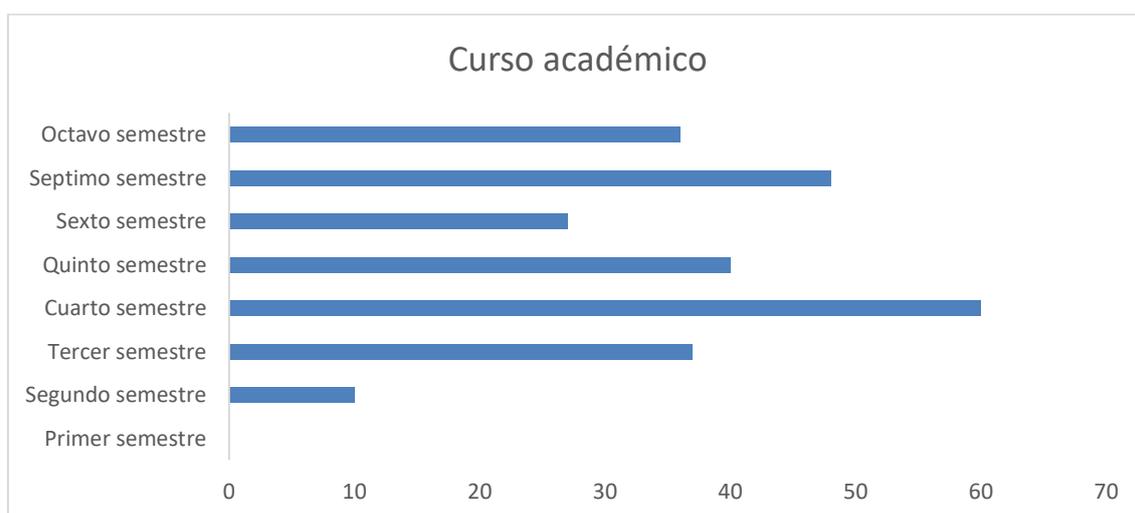
Nota. Elaboración propia

Con respecto a los datos sociodemográficos, el cuestionario fue respondido por 260 individuos, de los cuales, el 71% representaban al género femenino, mientras que el 24,6% el género masculino. En definitiva, dentro de la carrera existe un mayor porcentaje de mujeres estudiando para cumplir sus metas profesionales. Todos los participantes en este momento se encuentran matriculados correctamente dentro de la carrera.

Pregunta #2: Indica el curso académico en el que te encuentras

Figura 2

Curso académico



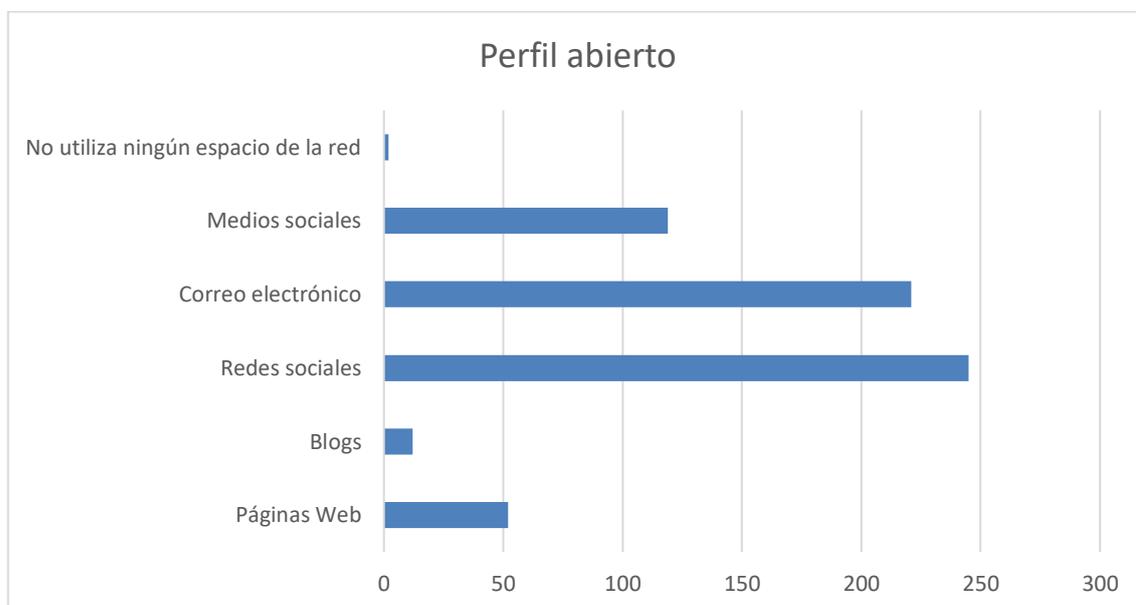
Nota. Elaboración propia

Con respecto a los estudiantes matriculados dentro de la carrera, se denota que el 23% de los encuestados pertenece a octavo semestre, seguido por el 19% representando al séptimo semestre, el 16% a quinto semestre, el 14% tercer semestre y el segundo semestre, el 10% al sexto semestre, con una mínima participación los estudiantes de primer semestre. Es decir, existe un mayor conocimiento de estudiantes de octavo semestre sobre la importancia de participar en actividades institucionales y brindar su apoyo a otros estudiantes de la carrera.

Pregunta #3 ¿De los siguientes espacios/recursos en red, indica en cuál tienes perfil o cuenta? (marcar más de una opción si se precisa).

Figura 3

Perfil abierto



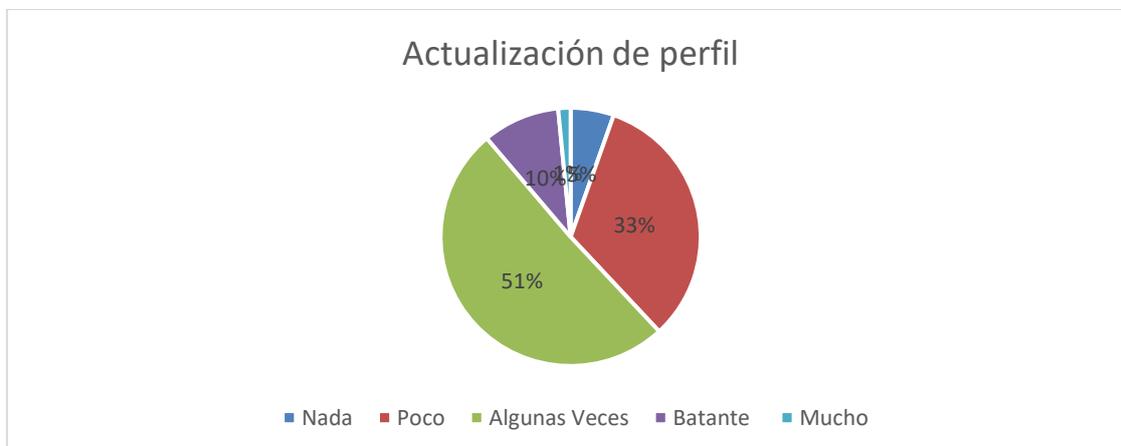
Nota. Elaboración propia

Con respecto a la pregunta, cuáles son los espacios o recursos en red donde tienen abierto un perfil, la opción más votada ha sido “redes sociales” con un 38%. Una opción muy próxima a esta es “correo electrónico” con un 34%. Las opciones “blogs”, “página web” y “medios sociales” han recibido un 18%, 8% y 2%. Mientras que dentro de la opción “no utilizar ningún espacio de la red” no se recibió ninguna puntuación.

Pregunta # 4: ¿Actualizas tu perfil en dichas herramientas?

Figura 4

Actualización de perfil



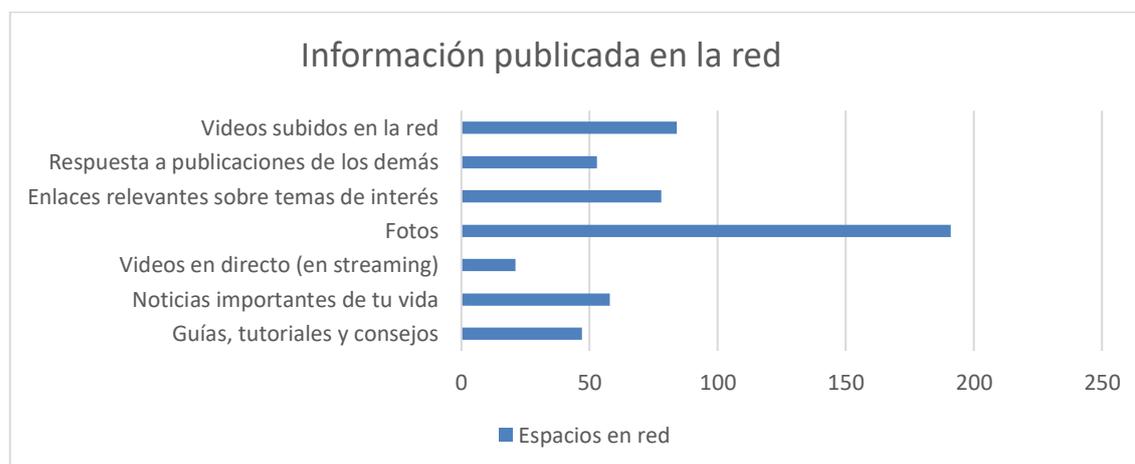
Nota. Elaboración propia

Una vez que ya se conoce el tipo de espacio red que les gusta utilizar, siendo las redes sociales, el siguiente paso es conocer si actualizan su perfil. Un 51% de los encuestados afirma hacerlo “algunas veces”, mientras que un 33% afirma hacerlo “poco”. Finalmente, un 14% “nada”, un 10% “bastante” y en la categoría más alta un 10% “mucho”.

Pregunta #5: ¿Qué tipo de información sueles publicar en tus espacios en red? (marcar más de una opción si se precisa).

Figura 5

Información publicada en la red



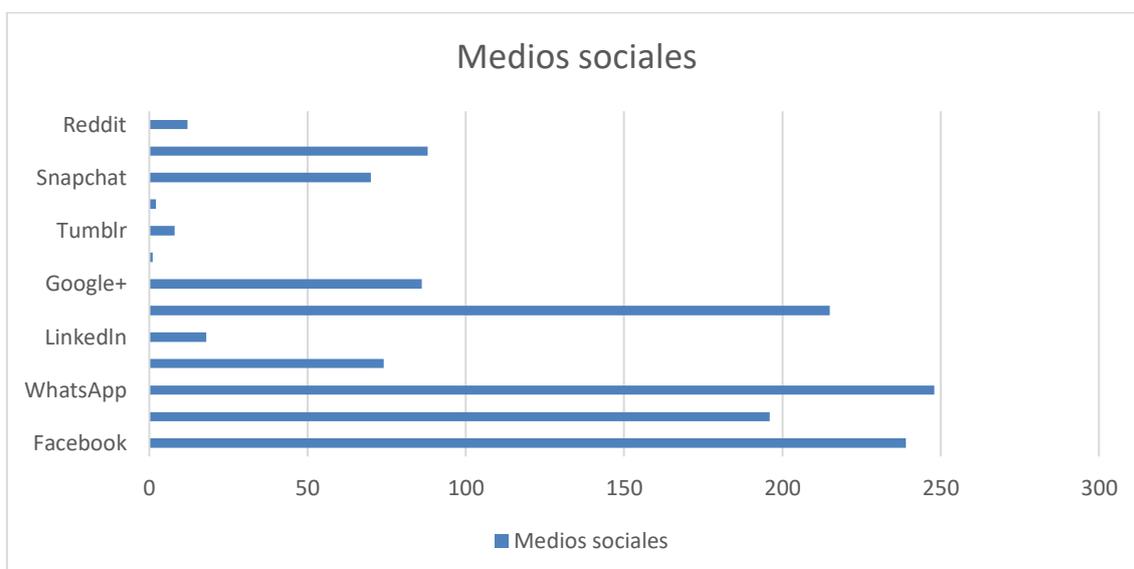
Nota. Elaboración propia

La siguiente cuestión se centra en la información que se suele publicar en los espacios de la red, un 36% publica “fotos”, seguido por el 16% tiene información de “videos subidos en la red”. El 14% “enlaces que revelan los temas de interés”, el 11% comparte las “noticias importantes en su vida”, el 10% brinda una “respuesta a publicaciones de los demás”, y el 9% “guías tutoriales” y “consejos” y el 4% videos en directo (streaming).

Pregunta # 6. ¿Qué Medios Sociales utilizas? (marcar más de una opción si se precisa)

Figura 6

Medios Sociales



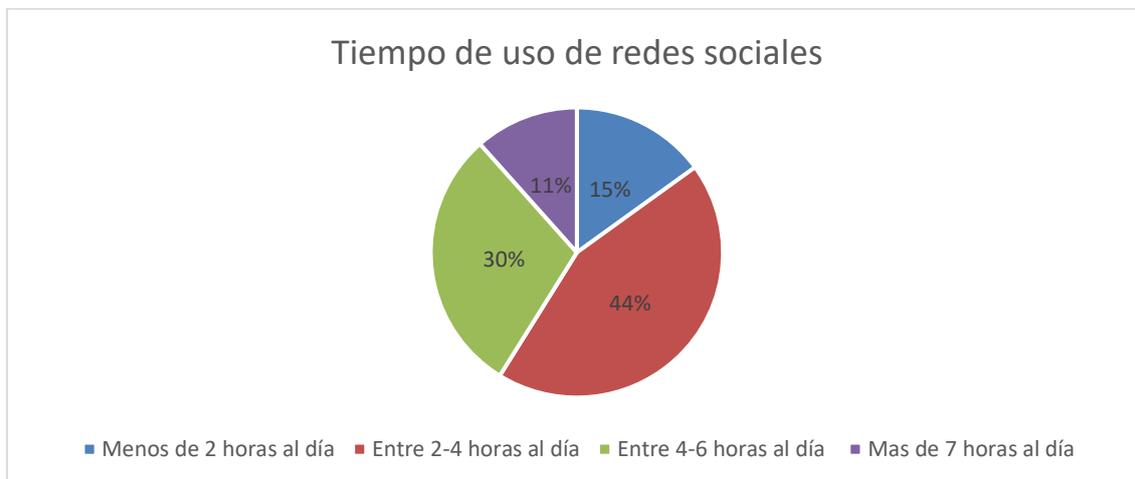
Nota. Elaboración propia

Para concretar más, que medios sociales utilizan más por parte de los estudiantes, de esta forma la opción que más ha sido botada es “WhatsApp” con un 20% con 248 votos, muy cerca con el 19% “Facebook”, el 17% “Instagram” y el 16% “YouTube”, siendo los medios sociales más utilizados por los estudiantes de la carrera de gestión de información gerencial.

Pregunta# 7. ¿Cuánto tiempo dedicas al uso de Redes Sociales?

Figura 7

Tiempo de uso de redes sociales



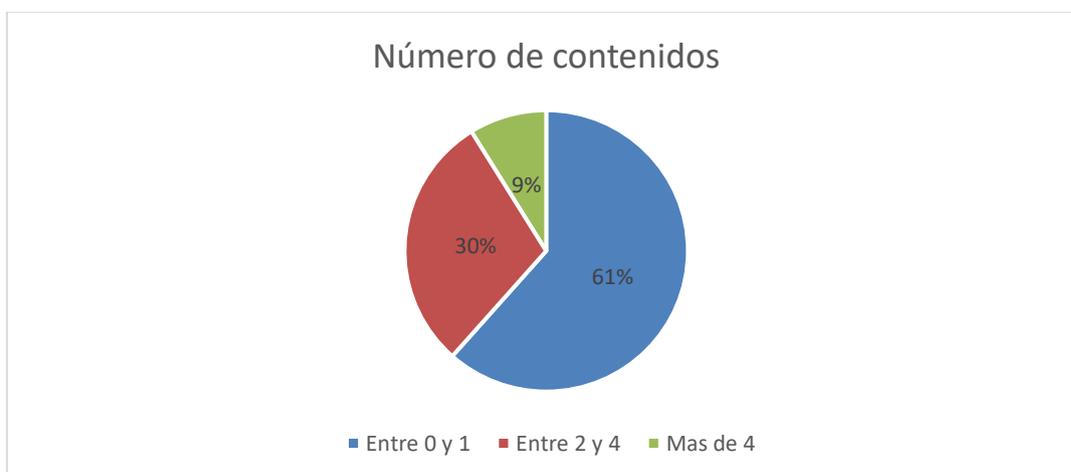
Nota. Elaboración propia

El tiempo de uso de redes sociales por parte de los estudiantes de acuerdo a lo que respondieron, esta entre la opción “entre 2 a 4 horas”, un 44%, “entre 4 a 6 horas” un 30%, “entre 4 a horas” un 15%, “más de 7 horas al día” el 11%. Se puede observar que para los estudiantes es indispensable el uso de redes sociales durante sus actividades diarias.

Pregunta # 8. Estima el número de contenidos (fotos, posts, videos, mensajes...) que puedes subir en un día a tus redes.

Figura 8

Número de contenido



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos, el número de contenidos subidos a las redes sociales en un día es de alrededor “entre 0 y 1” representado por el 61%, “entre 2 y 4” con un 30%, y finalmente “más de cuatro” un 9%.

Pregunta # 9. ¿Sueles comentar publicaciones de otros usuarios?

Figura 9

Comentar publicaciones



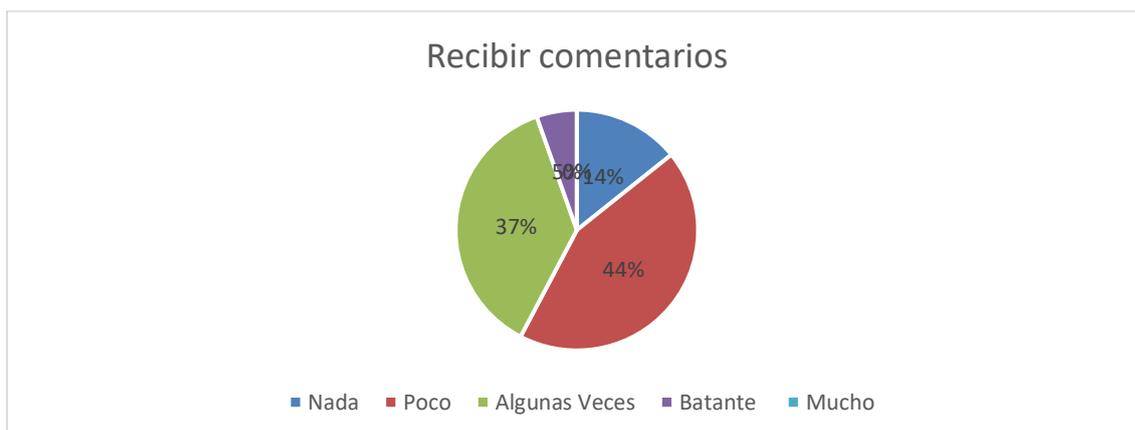
Nota. Elaboración propia

Una vez que se estimó el número de contenidos que usualmente se publica, siendo entre 0 y 1, el siguiente paso es conocer comentan publicaciones de otros usuarios. Un 29% de los encuestados afirma hacerlo “algunas veces”, mientras que un 48% afirma hacerlo “poco”. Finalmente, un 20% “nada”, un 2% “bastante” y en la categoría más alta un 1% “mucho”.

Pregunta # 10. ¿Sueles recibir muchos comentarios en tus publicaciones?

Figura 10

Recibir comentarios



Nota. Elaboración propia

Con respecto a conocer si comentan publicaciones de otros usuarios, también era necesario saber si reciben comentarios de otros usuarios. Un 37% de los encuestados afirma hacerlo “algunas veces”, mientras que un 44% afirma hacerlo “poco”. Finalmente, un 14% “nada”, un 5% “bastante” y en la categoría más alta “mucho”, no tuvo participación.

Pregunta # 11. ¿Cuántos contactos tienes en la Red Social que más utilizas?

Figura 11

Contactos en redes sociales



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con el número de contactos que los encuestados poseen en la red social que más se utilizan, se muestran los siguientes resultados un 31% “entre 100 a 300 usuarios”, el 24% “menos de 100” considerando solo incluir parte de su familia y amigos cercanos, el 25% “más de 600” subiendo contenido a sus redes sociales continuamente, y “entre 300 y 600” el 20% considerando importante también proteger su privacidad.

Pregunta # 12. ¿Tienes contactos bloqueados en tus Redes Sociales?

Figura 12

Contactos bloqueados



Nota. Elaboración propia

De los siguientes resultados, de acuerdo a la pregunta, el 99% confirmo que tiene contactos bloqueados en sus redes sociales, mientras que el 1% no se ha visto en la necesidad de hacerlo. Se han visto la necesidad de bloquear usuarios que no representen una seguridad para la información que publican en sus redes sociales.

Pregunta # 13. ¿Conoces a todos tus contactos de Facebook en la vida real?

Figura 13

Contactos de Facebook



Nota. Elaboración propia

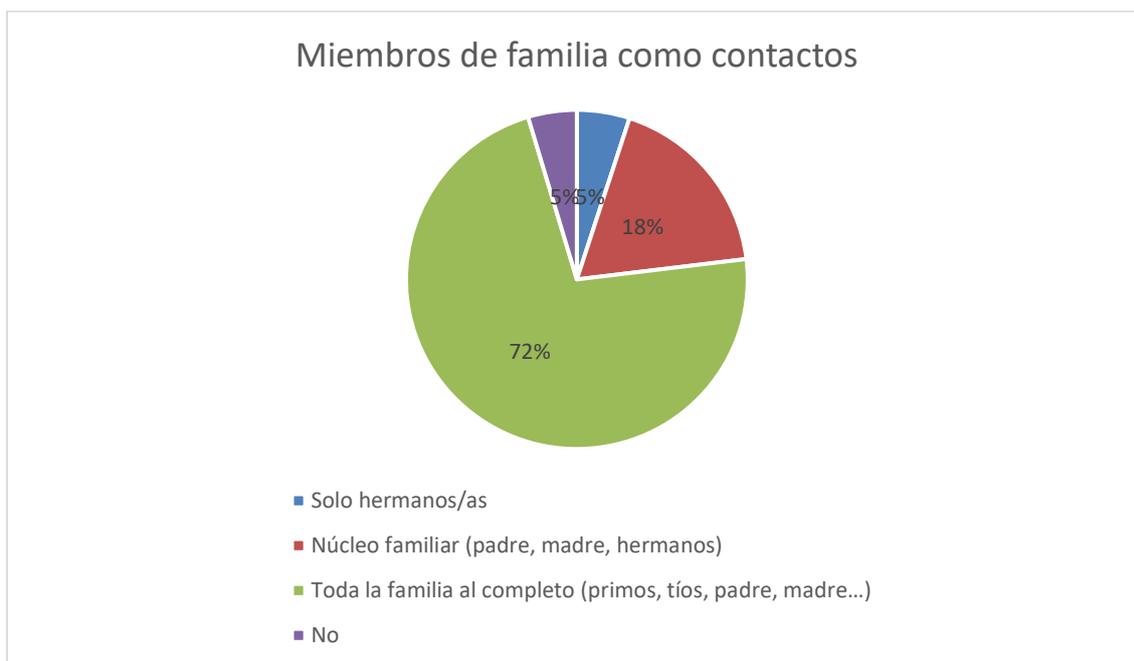
De los contactos que poseen en sus redes, se preguntó aquellos que tienen en la aplicación Facebook, obteniendo que el 45% “si, aunque tienen bastantes contactos que no conocen personalmente”, un 39% “si, aunque tienen unos pocos contactos que no

conocen personalmente”, el 10% “si a todos”, el 4% “no conoce a ninguno de sus contactos en la vida real” y por último el 2% manifestó que no tiene cuenta en Facebook.

Pregunta #14. ¿Tienes como contactos en tus redes a miembros de tu familia?

Figura 14

Miembros de familia como contactos



Nota. Elaboración propia

Dentro esos contactos los estudiantes afirman conocer, interesándonos saber si tienen algún lazo sanguíneo, el 72% tienen como contactos a “toda la familia al completo” miembros de su familia como primos y tíos, padre, madre, un 18% su “núcleo familiar”, es decir más cercano como padre madre y hermanos, un 5% no tener a ningún miembro de su familia.

Pregunta # 15. ¿Tienes como contactos en tus redes a compañeros de trabajo o de la Universidad?

Figura 15

Compañeros de trabajo como contactos



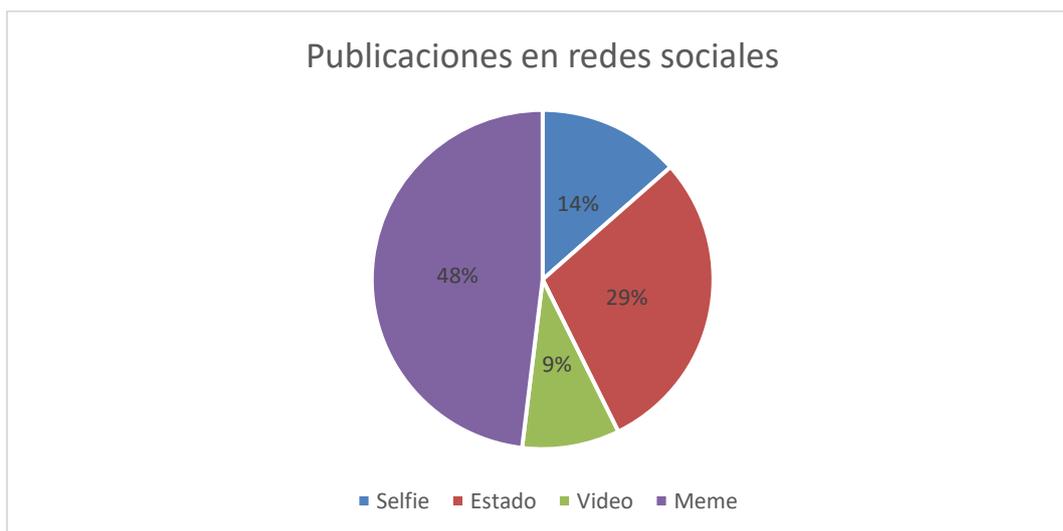
Nota. Elaboración propia

A continuación, se realiza la misma pregunta, pero ahora manifestaron que cerca del 95% de sus contactos son compañeros de trabajo, marcando la opción “si” y un 5% han marcado la opción “no”.

Pregunta # 16. ¿Qué tipo de publicaciones crees que generan más reacciones y comentarios en las Redes Sociales? (marcar más de una opción si se precisa)

Figura 16

Publicaciones en redes sociales



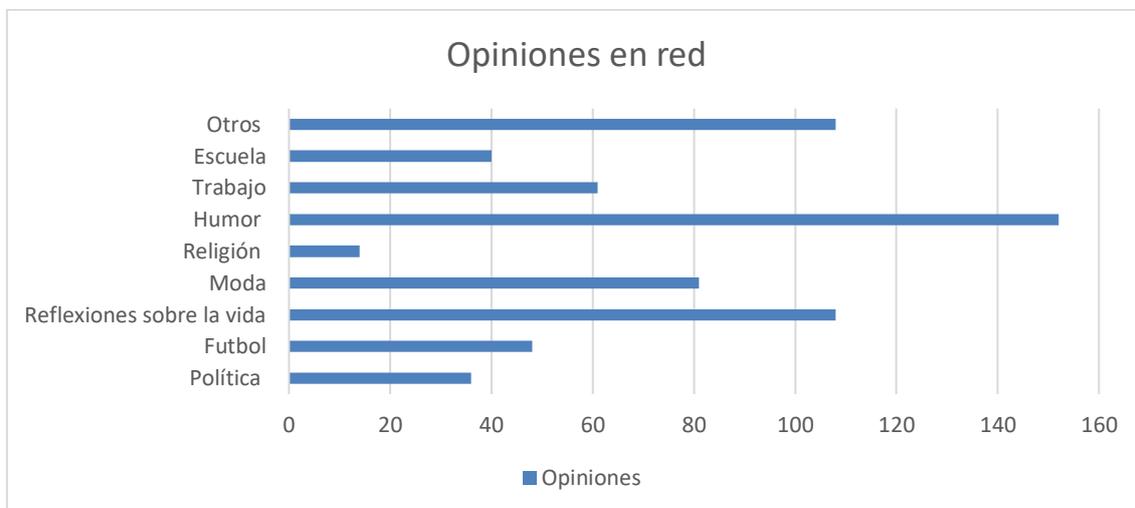
Nota. Elaboración propia

Con respecto a las publicaciones que generan más reacciones de acuerdo con lo que indicaron los estudiantes son los “memes” con una representación del 48%, seguido por los “estados” con un 29%, así mismo al tomarse un “selfie” indicaron que genera una reacción en un 14%, y el 9% manifestó que se da por la subida de un “video”.

**Pregunta # 17. ¿De qué sueles opinar normalmente en tus espacios en red?
(marcar más de una opción si se precisa)**

Figura 17

Opiniones en redes



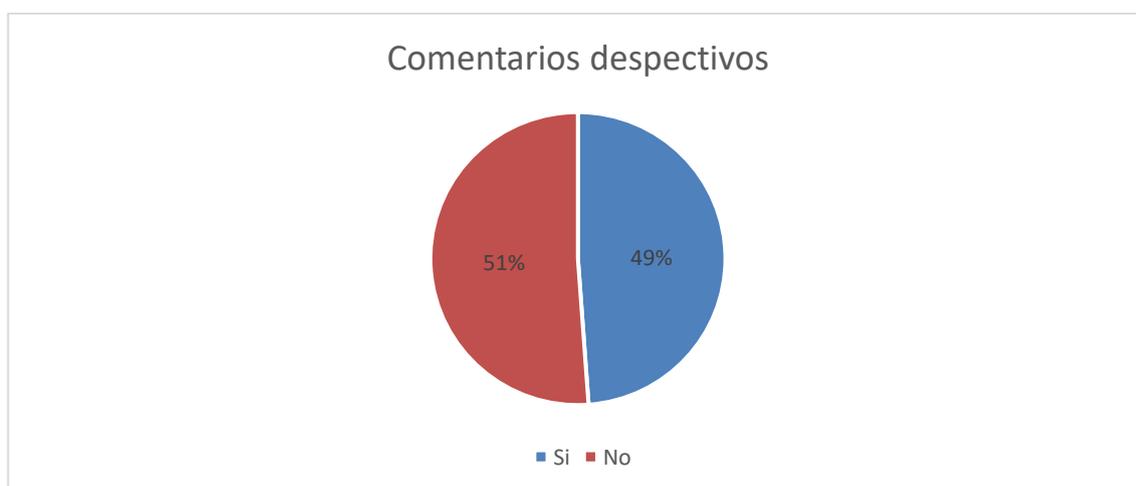
Nota. Elaboración propia

Con respecto a la valoración que los encuestados suelen opinar normalmente en sus espacios de red, mayormente comentan un 23% sobre “Humor”, un 17% “reflexiones sobre la vida”, un 13% en la “escuela”, un 9% de “trabajo” y “política”, un 7% “fútbol”, y un 6% “religión”.

Pregunta # 18. ¿Alguna vez te han hecho comentarios en Redes Sociales que no te han gustado (insultos, comentarios despectivos...)?

Figura 18

Comentarios despectivos



Nota: Elaboración propia

Acuerdo a la pregunta sobre si han recibido comentarios en redes sociales los estudiantes manifestaron con una respuesta de “sí” un 51%, han recibido comentarios en redes sociales despectivos como insultos y un 49% indico la respuesta “no”.

Pregunta # 19. ¿Crees que alguna vez has herido a alguien con algún comentario tuyo en las redes?

Figura 19

Comentarios hirientes



Nota. Elaboración propia

Acercas si alguna vez han herido a alguien con algún comentario en redes, el 76% con una respuesta “sí”, manifestó que consideran haber herido con sus comentarios alguna persona en redes sociales, mientras que el 24% manifestó que “no”, considerando siempre si se tiene algún inconveniente con una persona trabajarlo y resolverlo internamente.

Pregunta # 20. ¿Crees que las informaciones que compartes en tus Redes Sociales pueden afectar tu futuro laboral?

Figura 20

Parte laboral



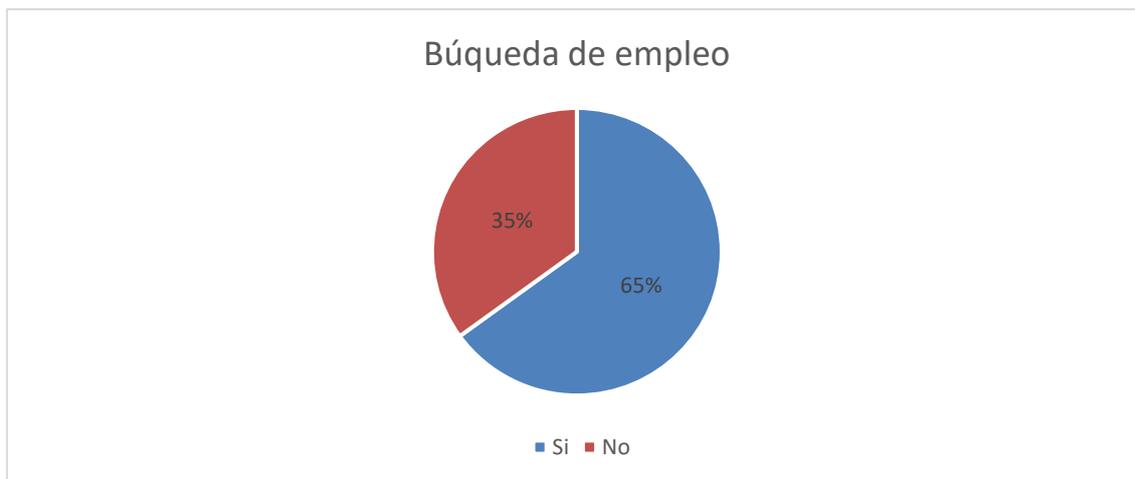
Nota: Elaboración propia

A la pregunta sobre si las informaciones que compartes en tus redes sociales pueden afectar su futuro laboral, obtenido un “no” representa el 41% de los encuestados, mientras que el 30% indicó que “sí” y el 29% “no lo había pensado hasta ahora”.

Pregunta # 21. ¿Has buscado alguna vez empleo usando las Redes Sociales (LinkedIn, Facebook...)?

Figura 21

Búsqueda de empleo



Nota. Elaboración propia

A la pregunta sobre si ha buscado alguna vez empleo usando las redes sociales, el 65% respondió que “si” ha buscado empleo usando las redes sociales Mientras que el 35% respondió que “no”. Es decir, recalcan la importancia de utilizar las herramientas como LinkedIn y Facebook para encontrar un buen trabajo.

Pregunta #22. ¿Has encontrado alguna vez empleo usando las Redes Sociales (LinkedIn, Facebook...)?

Figura 22

Obtención de empleo



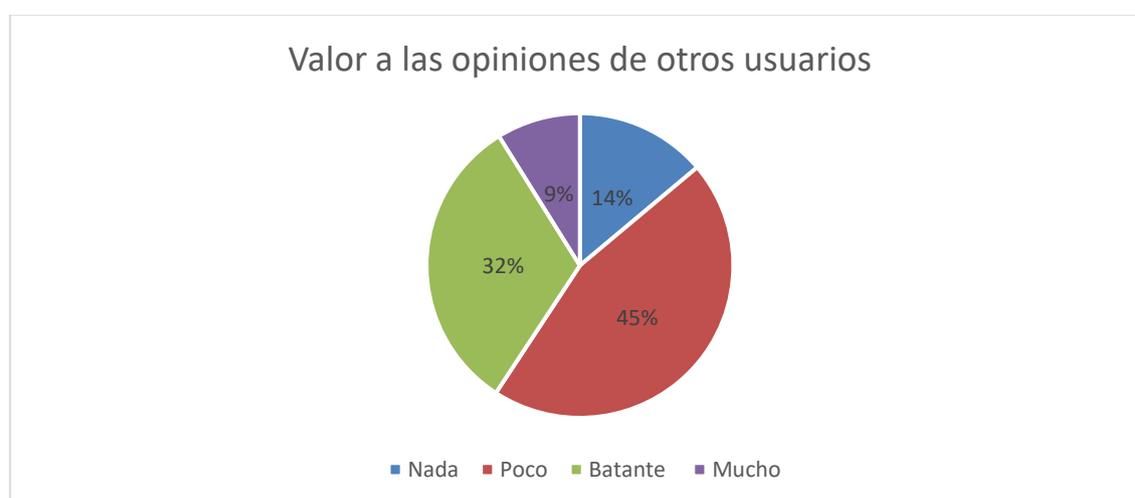
Nota. Elaboración propia

A la pregunta anterior de acuerdo con los resultados obtenidos el 72% de los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial, respondió que “No” se han encontrado empleos usando las redes sociales y el 28% que “si” ha encontrado empleo.

Pregunta # 23. ¿Qué valor das a las opiniones de otros usuarios cuando compras un producto?

Figura 23

Valor a las opiniones de otros usuarios



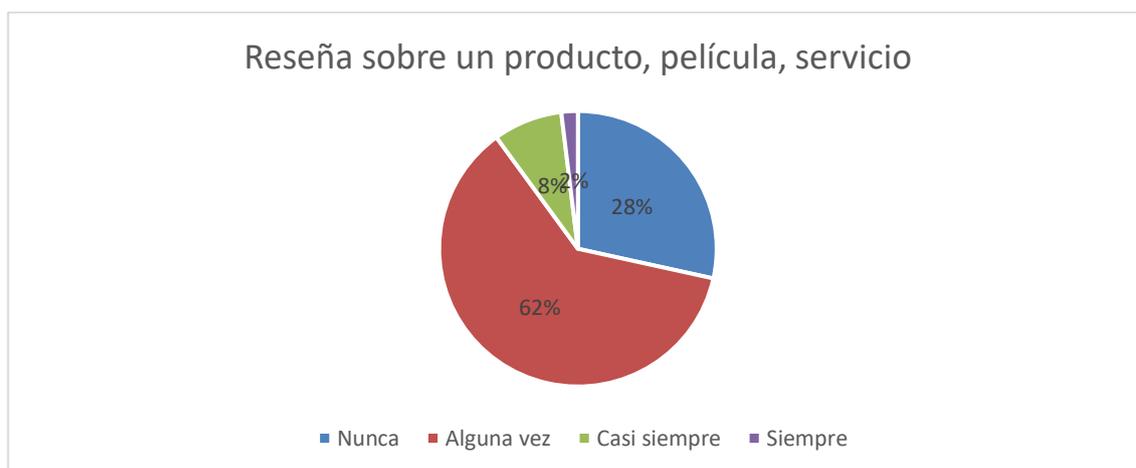
Nota. Elaboración propia

Con respecto a la valoración que los encuestados dan a las opiniones de otros usuarios, cuando se compra un producto representa un 45% “poco”, un 32% “bastante”, un 14% “nada” y un 9% “mucho”.

Pregunta # 24. ¿Has dejado alguna reseña alguna vez sobre un producto, película, servicio...?

Figura 24

Reseña sobre un producto, película y servicio



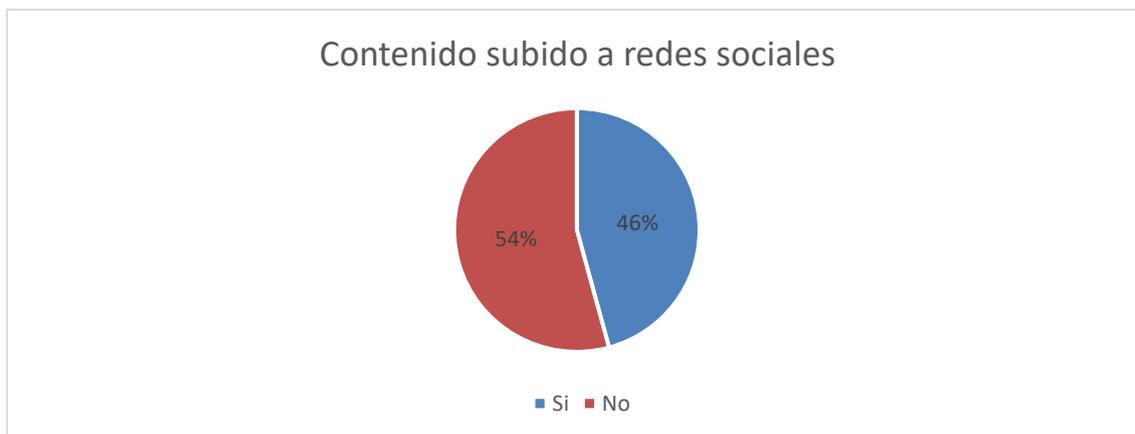
Nota: Elaboración propia

Dentro de los resultados obtenidos el 62% indica que “alguna vez” ha dejado una reseña acerca de algún producto película o servicio que ha visto en redes sociales. Mientras que el 28% indica que “nunca” lo ha realizado y un 8% que lo hace “casi siempre” y por último el 2% indica que “siempre” deja un comentario en redes sociales.

Pregunta # 25. ¿Te has arrepentido alguna vez de haber subido alguna foto/comentario a la web?

Figura 25

Contenido subido a redes sociales



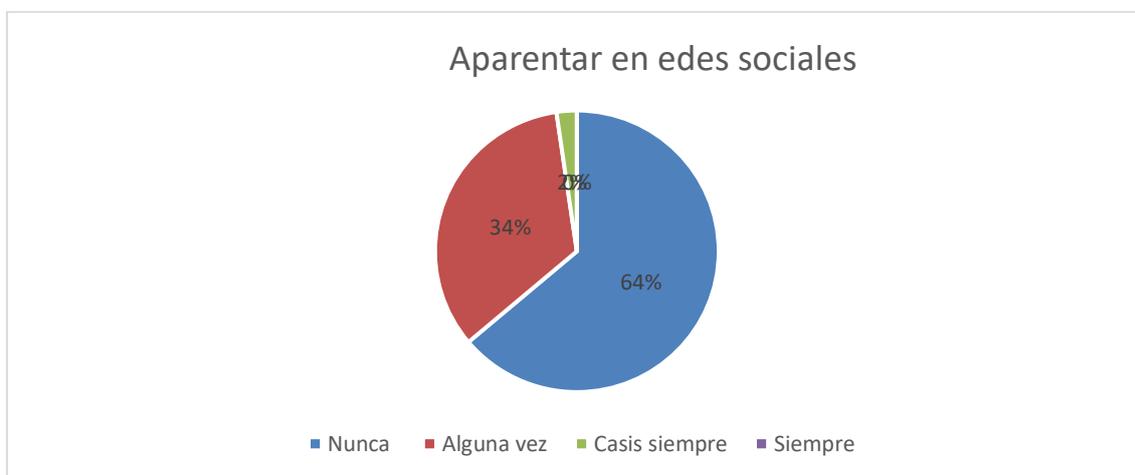
Nota. Elaboración propia

Con respecto a la valoración que los encuestados respondieron acerca de que, si se han arrepentido alguna vez de haber subido foto o comentario, el 54% de los estudiantes de la carrera de gestión información gerencial indican que “no” se han arrepentido de subir fotos y comentarios a su web, mientras que el 46% “si” se arrepiente de compartir un contenido que puede afectar a su vida social familiar o laboral.

Pregunta #26. ¿Has mentido a alguien en Internet acerca de ti?

Figura 26

Aparentar en redes



Nota. Elaboración propia

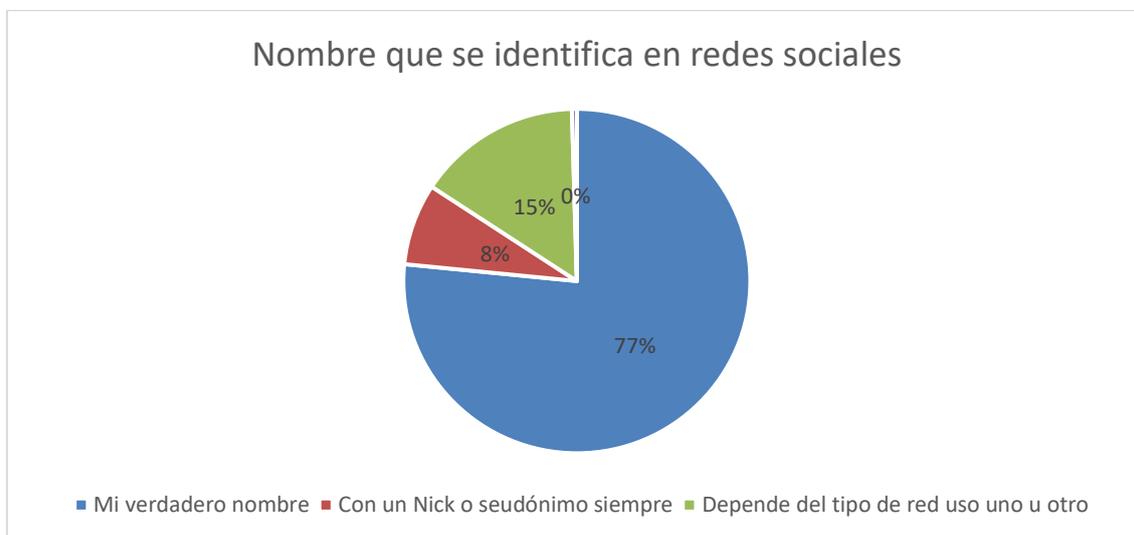
El contenido que será sube a redes sociales muchas veces no indica la verdad de la identidad de las personas, el 64% Indicó que “nunca” ha mentido, mientras que el 34% manifestó que “alguna vez” lo hizo. Es decir, se debe estar atento siempre a cualquier información que se comparta en redes sociales y de las personas que provenga

esta información, para evitar ser víctimas de fraudes, robos y cualquier circunstancia que pueda afectar a su vida diaria.

Pregunta # 27. ¿Cómo te identificas en las Redes Sociales?

Figura 27

Nombre que se identifica en redes sociales



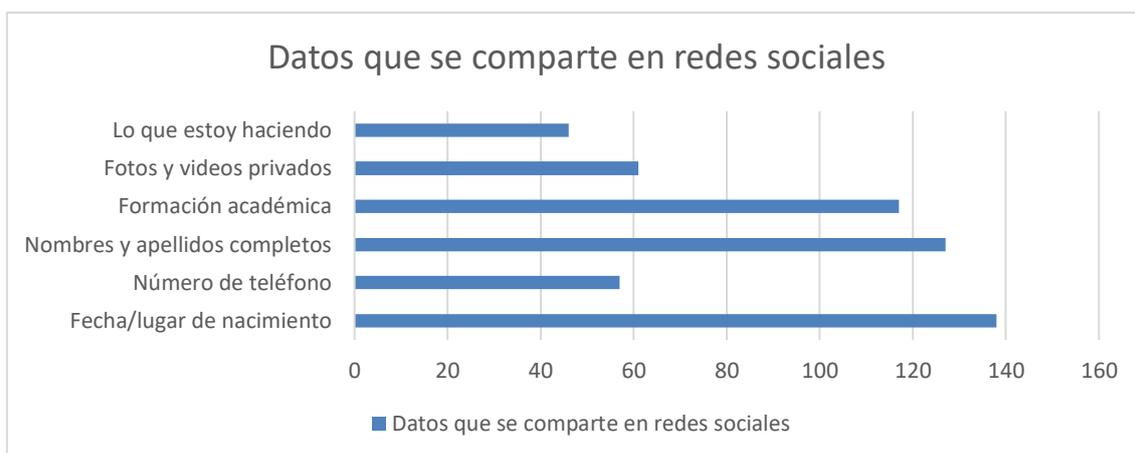
Nota. Elaboración propia

La siguiente cuestión se centra sobre la forma en la que tienen identificarse en la red. Aquí vemos que el 77% de las personas encuestadas manifestó que se identifican con “su verdadero nombre”, el 15% “depende mucho de la red que usa” y el 8% utiliza un “Nick o seudónimo siempre”. Por lo que, como vemos, existe un 42% de los encuestados que dice hacer uso indistintamente de uno o de otro.

Pregunta # 28. ¿Qué tipo de datos compartes en las Redes Sociales? (marcar más de una opción si se precisa)

Figura 28

Datos que se comparten en redes sociales



Nota. Elaboración propia

El tipo de información que se comparte en redes sociales de acuerdo a los datos proporcionados por los estudiantes manifestó que el 25% comparte su “fecha y lugar de nacimiento”, el 22% su “formación académica”, el 23% sus “nombres completos y apellidos”, el 11% su “número de teléfono” y “fotos y videos privados” y solo un 8% “lo que está haciendo”.

Pregunta # 29. ¿Cuál es el principal uso que das a las redes sociales?

Figura 29

Uso de redes sociales



Nota. Elaboración propia

Al contrario, si preguntamos sobre el principal uso que se da de las redes sociales de acuerdo con los resultados obtenidos manifestó que un 48% comparten actividades de “estar con sus amigos y compañeros de clases”, el 20% se enfocan en

“hacer nuevos amigos”, el 16% en “encontrar un empleo”, el 14% en “promocionar sus actividades académicas y profesionales” y el 2% en “ligar”.

Resultado esperado: Objetivo 3

Diseñar un Plan de acción para fortalecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG.

La propuesta del plan de acción fortalecerá la gestión de la identidad digital de los estudiantes, dicho esquema podrá ser utilizado por los estudiantes de la carrera de Gestión de la Información Gerencial.

Esta propuesta se elabora a partir de la información obtenida a través de los resultados que deben considerar para fortalecer la identidad digital del estudiante.

Tabla 7

Estructura del plan de acción

Objetivos	Estrategias	Actividades	Recursos	Responsable
Desarrollar una gestión efectiva de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG	Contribuir en el desarrollo de competencias en gestión de la	Socialización, difusión y divulgación del objetivo de esta propuesta.	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.
	identidad digital de	Desarrollo de un Plan de capacitación para fortalecer la gestión de la identidad digital	Humanos Materiales tecnológicos	Especialistas en gestión de identidad digital, profesores y estudiantes.

los estudiantes de la carrera GIG	de los estudiantes de la carrera GIG		
	Diseño de estrategias y promoción de perfiles en las redes sociales	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.
	Ajustes curriculares temas relacionados a metodologías y herramientas para la gestión de la identidad digital en la carrera de Gestión de Información Gerencial	Humanos Materiales tecnológicos	Comité académico, profesores y expertos en gestión de identidad digital.
Implementar iniciativas que implique una mayor participación por parte de los estudiantes de la	Realización de campañas de concienciación y sensibilización dirigidas a la privacidad, seguridad en línea y comportamiento responsable en las redes sociales.	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y personal de apoyo.

	carrera de Gestión de la Información Gerencial	Concurso de iniciativas estudiantiles en función de identidad digital.	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.
Fortalecer las habilidades informacionales y digitales para mejorar la capacidad de búsqueda, gestión y evaluación de información en línea.	Realizar una evaluación exhaustiva sobre las habilidades informacionales y digitales, para identificar las áreas específicas en las que necesitan fortalecerse.	Ejecutar una evaluación individual de las habilidades informacionales y digitales, utilizando cuestionarios o listas de verificación, para identificar áreas de mejora.	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.
		Realizar pruebas prácticas que evalúen competencias específicas, como la búsqueda en internet, la gestión de información o el uso de herramientas digitales.	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.
		Recopilar recursos educativos en línea, como cursos,	Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.

		tutoriales, guías y videos, que aborden las áreas identificadas como necesidades de mejora. Seleccionar		
		Brindar capacitaciones para fortalecer las habilidades informacionales.	Humanos Materiales tecnológicos	Instructores, profesores y estudiantes.
Garantizar la seguridad y protección de datos personales	Aumentar la participación de los estudiantes en la gestión de identidad digital	Diseño de un programa de formación y asesoramiento a los estudiantes sobre los medios y sistemas disponibles para la gestión de la identidad digital	Humanos Materiales tecnológicos	Comité académico, profesores y expertos en gestión de identidad digital.
			Humanos Materiales tecnológicos	Comité académico, profesores y expertos en gestión de identidad digital.
			Humanos Materiales tecnológicos	Comité académico, profesores y expertos en gestión de identidad digital.
			Humanos Materiales tecnológicos	Estudiantes, profesores y jurado.

Diseño de un microsite con
toda la información y recursos
disponibles

Humanos Materiales
tecnológicos

Diseñadores web, profesores y
estudiantes.

Humanos Materiales
tecnológicos

Diseñadores web, profesores y
estudiantes.

Elaboración Propia

Conclusiones

En conclusión, fortalecer la gestión de la identidad y competencias digitales de los estudiantes de la carrera de GIG es fundamental para proteger su privacidad y reputación en el entorno digital.

A través de la revisión bibliográfica y la búsqueda de herramientas académicas seguras, se han identificado los principales criterios e indicadores para fortalecer la identidad digital. Estos criterios incluyen la gestión adecuada de la información personal en línea, las definiciones de identidad digital y sus dimensiones.

El estado actual del manejo de la información se obtuvo a través de la recolección de datos por medio de la encuesta, misma que fue aplicada a 260 estudiantes, evidenciando temas esenciales como lo que comparten en redes, manejo de la información personal.

El Plan de Acción se convierte en una herramienta clave para fortalecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG. Este plan contribuye al desarrollo de las competencias de identidad digital, estas actividades ayudarán a desarrollar las habilidades necesarias para una gestión segura y efectiva, de esa manera se podrá mejorar la participación de los estudiantes, en sus herramientas tecnológicas.

Fortalecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG requiere un enfoque integral que combine la definición de criterios, el análisis del estado actual y la implementación de un plan de acción. Al lograr estos objetivos, los estudiantes podrán proteger su privacidad, salvaguardar su reputación y desarrollar habilidades digitales fundamentales para su futuro profesional.

Cronograma Propuesta de Plan de Acción

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Abril	Mayo	Junio	Julio
Desarrollar una gestión efectiva de la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG	6 días	lun 27/3/23	lun 3/4/23				
Socialización, difusión y divulgación del objetivo de esta propuesta.	15 días	lun 3/4/23	vie 21/4/23				
Desarrollo de un Plan de capacitación para fortalecer la gestión de la identidad digital de los estudiantes de la carrera GIG	7 días	lun 24/4/23	mar 2/5/23				
Diseño de estrategias y promoción de perfiles en las redes sociales	7 días	mié 3/5/23	jue 11/5/23				
Ajustes curriculares temas relacionados a metodologías y herramientas para la gestión de la identidad digital en la carrera de Gestión de Información Gerencial	6 días	vie 12/5/23	vie 19/5/23				
Realización de campañas de concienciación y sensibilización dirigidas a la privacidad, seguridad en línea y comportamiento responsable en las redes sociales.	6 días	sáb 20/5/23	vie 26/5/23				
Ejecutar una evaluación individual de las habilidades informacionales y digitales, utilizando cuestionarios o listas de verificación, para identificar áreas de mejora.	6 días	lun 29/5/23	lun 5/6/23				
Realizar pruebas prácticas que evalúen competencias específicas, como la búsqueda en internet, la gestión de información o el uso de herramientas digitales.	6 días	lun 8/6/23	lun 15/6/23				
Recopilar recursos educativos en línea, como cursos, tutoriales, guías y videos, que aborden las áreas identificadas como necesidades de mejora. Seleccionar	6 días	lun 15/6/23	lun 22/6/23				

Brindar capacitaciones para fortalecer las habilidades informacionales.	6 días	lun 12/6/23	lun 19/6/23				
Garantizar la seguridad y protección de los datos personales.	6 días	mar 20/6/23	mar 27/6/23				
Revisión y actualización de políticas:	3 días	mié 28/6/23	vie 30/6/23				
Evaluación de riesgos y necesidades de seguridad	4 días	sáb 1/7/23	mié 5/7/23				
Instalación de firewalls para proteger las redes, la implementación de cifrado de datos para garantizar la confidencialidad, el establecimiento de controles de acceso y privilegios para restringir el acceso a la información confidencial	4 días	mar 6/6/23	vie 9/6/23				
Monitoreo y evaluación continua de las medidas de seguridad implementadas	5 días	lun 10/7/23	vie 14/7/23				

Elaborado por Project

Bibliografía

- Aguilar, V. (2022). El futuro de la Identidad Digital. Obtenido de <https://www.onistec.com/post/el-futuro-de-la-identidad-digital>
- AliatUniversidades. (2022). *Técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.universidadlaconcordia.edu.mx/blog/index.php/tecnicas-de-investigacion>
- Alvarez Herrero, J. (2019). *La identidad digital y la reputación online del alumnado universitario: una asignatura pendiente*. Obtenido de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/98533>
- Behar, D. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Cardenas, R. (2020). *Metodologia de la investigacion*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2018). *Ley Orgánica de gestión de la identidad y datos civiles*. Obtenido de <https://vlex.ec/vid/ley-organica-gestion-identidad-643461321>
- EFIEMPRESA. (2023). Identidad digital empresarial. Obtenido de <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-identidad-digital/>
- Elka, M. (Agosto] de 2020). *El poder de la identidad digital*. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/voices/el-poder-de-la-identidad-digital>
- Ferrari. (2021). *Marco Valenciano de Competencias Digitales*. Obtenido de https://innova.gva.es/documents/169273731/173739103/Marco+Valenciano+de+Competencias+Digitales+Digcomp_CV/192c229b-9311-4952-916c-cdec660870b3
- Garcia. (2017). Digital Identify Guidelines. *Special Publication* , 34.
- Godoy, N. (2018). La identidad digital en Ecuador. Obtenido de <https://www.registropublicos.gob.ec/lorena-naranjo-godoy-la-identidad-digital-universal-es-un-instrumento-esencial-para-la-inclusion/>

Hernández Orellana, M. (2022). *La identidad digital desplegada y manifiesta de los estudiantes de Educación Superior en Chile*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle/10803/674678#page=1>

Instituto Nacional de estadísticas y censos. (2022). *INEC ECUADOR*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Marquez, G. (2022). *La identidad*. Obtenido de <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>

Muguirra, A. (2022). *Investigación descriptiva?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Munduate, C. (2021). *Estado del País*. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51226.pdf>

Paulet, M. (Enero de 2018). *La creación de una identidad digital para un método tradicional*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3349/TSP_INF_010.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perez, M. (2021). *Características de la identidad digital*. Obtenido de https://moodle2021-22.ua.es/moodle/pluginfile.php/10749/mod_resource/content/13/tema/caractersticas_de_la_identidad_digital.html

PUCE. (2022). *Identidad digital en las organizaciones*. Obtenido de <https://puceapex.puce.edu.ec/web/cev/definicion-de-identidad-digital-corporativa%E2%80%8B/>

Santander. (2023). *¿Qué es la identidad digital?*. Obtenido de <https://www.santander.com/es/stories/que-es-la-identidad-digital#:~:text=La%20identidad%20digital%20es%20el,acerca%20de%20nosotros%20en%20Internet.>

Saorín Sánchez, F., & Gutiérrez Porlán, I. (2018). *La Identidad Digital del alumnado universitario*. Obtenido de <https://revistas.um.es/riite/article/view/300001>

Utreras Logacho, P. (2021). *Gestión de identidad digital de usuarios en servicios web para la protección de la privacidad de la información*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2419>

Utreras, P. (2021). *Gestión de identidad digital de usuarios en servicios web*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2419/1/UTRERAS%20LOGACHO%20%20PAOLA%20LISSETTE.pdf>

Valerio, G. (2016). El rol de la identidad digital de los universitarios en el ingreso a la vida laboral. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a16v37n16/16371606.html>

Ventura, J. (2017). Poblacion y muestra. 43(4).

Anexo

Anexo 1: Preguntas de cuestionario

Pregunta# 1. Indique su género

- Femenino
- Masculino

Pregunta #2: Indica el curso académico en el que te encuentras

- Primer semestre
- Segundo semestre
- Tercer semestre
- Cuarto semestre
- Quinto semestre
- Sexto semestre
- Séptimo semestre
- Octavo semestre

Pregunta #3 ¿De los siguientes espacios/recursos en red, indica en cuál tienes perfil o cuenta? (marcar más de una opción si se precisa).

- Redes sociales
- Correo electrónico
- Blogs
- Página web
- Medios sociales
- No utilizar ningún espacio de la red

Pregunta # 4: ¿Actualizas tu perfil en dichas herramientas?

- Nada
- Poco
- Bastante
- Algunas veces
- Mucho

Pregunta #5: ¿Qué tipo de información sueles publicar en tus espacios en red? (marcar más de una opción si se precisa).

- Fotos
- Videos subidos en la red
- Enlaces que revelan los temas de interés
- Noticias importantes en su vida
- Guías tutoriales
- Videos en directo

Pregunta # 6. ¿Qué Medios Sociales utilizas? (marcar más de una opción si se precisa)

- Facebook
- YouTube
- WhatsApp
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Google+
- Line
- Tumblr
- Soundcloud
- Snapchat
- Spotify
- Reddit

Pregunta# 7. ¿Cuánto tiempo dedicas al uso de Redes Sociales?

- Menos de 2 horas al día
- Entre 2-4 horas al día
- Entre 4-6 horas al día
- Mas de 7 horas al día

Pregunta # 8. Estima el número de contenidos (fotos, posts, videos, mensajes...) que puedes subir en un día a tus redes.

- Entre 0 y 1
- Entre 2 y 4
- Mas de 4

Pregunta # 9. ¿Sueles comentar publicaciones de otros usuarios?

- Nada
- Poco
- Bastante
- Algunas veces
- Mucho

Pregunta # 10. ¿Sueles recibir muchos comentarios en tus publicaciones?

- Nada
- Poco
- Bastante
- Algunas veces
- Mucho

Pregunta # 11. ¿Cuántos contactos tienes en la Red Social que más utilizas?

- Menos de 100
- Entre 100-300
- Entre 300-600
- Mas de 600

Pregunta # 12. ¿Tienes contactos bloqueados en tus Redes Sociales?

- Si
- No

Pregunta # 13. ¿Conoces a todos tus contactos de Facebook en la vida real?

- Sí, a todos
- Sí, aunque tengo unos pocos contactos que no conozco personalmente
- Sí, aunque tengo bastantes contactos que no conozco personalmente
- No conozco a ninguno de mis contactos en la vida real
- No tengo cuenta en Facebook

Pregunta #14. ¿Tienes como contactos en tus redes a miembros de tu familia?

- Solo hermanos/as
- Núcleo familiar (padre, madre, hermanos)
- Toda la familia al completo (primos, tíos, padre, madre...)
- No

Pregunta # 15. ¿Tienes como contactos en tus redes a compañeros de trabajo o de la Universidad?

- Si
- No

Pregunta # 16. ¿Qué tipo de publicaciones crees que generan más reacciones y comentarios en las Redes Sociales? (marcar más de una opción si se precisa)

- Selfie
- Estado
- Video
- Meme

Pregunta # 17. ¿De qué sueles opinar normalmente en tus espacios en red? (marcar más de una opción si se precisa)

- Política
- Futbol
- Reflexiones sobre la vida
- Moda
- Religión
- Humor
- Trabajo
- Escuela
- Otro

Pregunta # 18. ¿Alguna vez te han hecho comentarios en Redes Sociales que no te han gustado (insultos, comentarios despectivos...)?

- Si
- No

Pregunta # 19. ¿Crees que alguna vez has herido a alguien con algún comentario tuyo en las redes?

- Si
- No

Pregunta # 20. ¿Crees que las informaciones que compartes en tus Redes Sociales pueden afectar tu futuro laboral?

- Si
- No
- No lo había pensado hasta ahora

Pregunta # 21. ¿Has buscado alguna vez empleo usando las Redes Sociales (LinkedIn, Facebook...)?

- Si
- No

Pregunta #22. ¿Has encontrado alguna vez empleo usando las Redes Sociales (LinkedIn, Facebook...)?

- Si
- No

Pregunta # 23. ¿Qué valor das a las opiniones de otros usuarios cuando compras un producto?

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pregunta # 24. ¿Has dejado alguna reseña alguna vez sobre un producto, película, servicio...?

- Nunca
- Alguna vez
- Casi siempre
- Siempre

Pregunta # 25. ¿Te has arrepentido alguna vez de haber subido alguna foto/comentario a la web?

- Nada
- Poco
- Bastante
- Mucho

Pregunta #26. ¿Has mentido a alguien en Internet acerca de ti?

- Nunca
- Alguna vez
- Casi siempre
- Siempre

Pregunta # 27. ¿Cómo te identificas en las Redes Sociales?

- Mi verdadero nombre
- Con un Nick o seudónimo siempre
- Depende del tipo de red uso uno u otro

Pregunta # 28. ¿Qué tipo de datos compartes en las Redes Sociales? (marcar más de una opción si se precisa)

- Fecha/lugar de nacimiento
- Número de teléfono
- Nombres y apellidos completos
- Formación académica
- Fotos y videos privados
- Lo que estoy haciendo

Pregunta # 29. ¿Cuál es el principal uso que das a las redes sociales?

- Estar en contacto con mis amigos y compañeros de clase
- Hacer nuevos amigos
- Ligar
- Encontrar un empleo
- Promoción de mis actividades académicas y/o profesionales

Nota: El cuestionario se realizó de manera online

Anexo 2: Oficio

Manta, 19 de mayo de 2023

Ing. Johnny Rodríguez

Director de carrera G.I.G

De mi consideración

Yo Josselyn Daniela Delgado Alvia portadora de la cédula de identidad No. 131419842-3, estudiante del octavo nivel de la carrera de Gestión de la Información Gerencial, actualmente me encuentro en la segunda fase del Proceso de Titulación, bajo la modalidad de “Propuesta Metodológica” con el tema “Estrategias para fortalecer la Gestión de la Identidad y Competencias digitales en la seguridad de la Información de los estudiantes de la carrera de Gestión de Información Gerencial ULEAM. Manta 2023 “, cuyo objetivo principal es “Diagnosticar el estado actual del manejo de la información personal y contenido que se comparte en Internet” y que, por lo tanto, solicito a usted la autorización como director para proceder aplicar la encuesta a los estudiantes matriculados en el período 2023-1 y además solicito que me brinde una entrevista sobre el tema de manera Online.

Expreso mi agradecimiento y apoyo.

Atentamente.

Josselyn Daniela Delgado Alvia

Estudiante de la Carrera de G.I.G

Anexo 3: Formato de cuestionario de preguntas

Tabla 8: Cuestionario

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Carrera de Información Gerencial 	
Entrevista dirigida al Ing. Johnny Rodríguez director de la carrera de Gestión de Información Gerencial de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	
Objetivo: El objetivo de esta entrevista es identificar los principales criterios e indicadores para fortalecer la identidad digital de los estudiantes de la carrera de GIG	
Instrucciones: A efectos de esta entrevista, "LA IDENTIDAD DIGITAL" es el conjunto completo de datos y características que definen a una persona y que son compartidas a través de Internet (es decir, nombre, apodos, correo electrónico, dirección, fecha de nacimiento y cualquier otra característica personal únicas)	
Su IDENTIDAD DIGITAL es la suma de los diferentes conjuntos de características, es decir, la suma de diversas identidades parciales, que consisten en:	
a) la información creada por usted para representarse así mismo en una situación específica (por ejemplo, en Facebook)	
b) la información recogida/interpretadas por otros acerca de sus acciones online y sus características (por ejemplo, diferentes perfiles de usted que los negocios basados en la web de compilación)	
Interrogantes	Observación
Preguntas personales	
¿Qué edad tiene?	
¿Cuál es su grado máximo de estudio?	
¿Cuál es su categoría como profesor?	
¿Qué antigüedad tiene como profesor de la Universidad?	
Preguntas de conocimiento	
1. ¿Cómo define usted su identidad digital?	
2. ¿Considera usted que los estudiantes de la carrera tienen conocimiento acerca de la identidad digital?	
3. ¿Considera que los estudiantes en la actualidad cuidan su información personal de lo que comparten en internet?	
4. Considera usted que dentro de la carrera de GIG, se protege la información personal de los estudiantes	
5. Conoce usted si se mantiene presentes políticas de privacidad para proteger la información personal de los estudiantes dentro de la facultad	
6. ¿Considera necesario una capacitación sobre la Identidad digital a los profesores de la facultad y así puedan darles las herramientas necesarias a los estudiantes para darle las herramientas correctas sobre el cuidado de su información personal en la actualidad?	
7. ¿Considera usted que se han incorporado estrategias para fortalecer la identidad	

digital del estudiante, en los sílabos de ciertas asignaturas, contribuyendo a perfeccionar el perfil de salida de los estudiantes?

8. **¿Cuál es el riesgo que se origina por el mal uso de la identidad digital?**
-

Preguntas de opinión

9. **¿Dentro de la carrera se cuida la reputación digital del estudiante y se sanciona aquellos que den una mala visión a la institución?**
-
10. **¿Considera usted que La identidad digital mal administrada puede ser la causa de que el estudiante no logre superarse profesionalmente**
-

Nota. El cuestionario se aplicó de forma online