



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Trabajo de titulación

Previo a la obtención de título de:

Importancia de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

Autoras:

Pesantez Rivera Carmen Lissette
Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Directora de tesis:

Lic. Nancy Vélez

Portoviejo – Manabí – Ecuador

2021

Certificación del director del trabajo de titulación

Certifico que el presente trabajo de investigación titulado: Importancia de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” de las estudiantes Pesantez Rivera Carmen Lissette y Zambrano Mendoza Siólida Lissette, fue realizado bajo mi dirección y supervisión. Previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Director del trabajo de titulación

Certificación del tribunal del trabajo de titulación

Tema:

Importancia de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

Trabajo de investigación sometido a consideración del tribunal examinador, como requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

COORDINADORA DE CARRERA

DIRECTOR DE TESIS

MIEMBRO TRIBUNAL

MIEMBRO TRIBUNAL

Declaración de autoría

El trabajo obtenido bajo la investigación del tema: Importancia de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” pertenece exclusivamente a sus autoras. Así mismo cedo los derechos de la autoría del presente proyecto de investigación al patrimonio intelectual de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Pesantez Rivera Carmen Lissette

CI: 131324776-7

Zambrano Mendoza Siólida Lissette

CI: 131467420-9

Agradecimiento

Agradezco a mi universidad quien me brindó la oportunidad de permitirme estudiar en estas prestigiosas aulas donde aprendí lo grandes conocimientos que hoy me llevo y a la vez donde dejo mis mejores momentos, risas, lágrimas, aprendizajes con grandes personas.

Pesantez Rivera Carmen Lissette

Y terminó, y aún no puedo creer que ya se termina este largo viaje, donde estuvo lleno de altos y bajos y definitivamente este recorrido no fue fácil, me caí varias veces y me levanté con todas las fuerzas de mi alma, porque sentía que tenía que terminar lo que ya había empezado y que hoy se convierta en un gran logro en mi vida.

Agradecerle a cada uno de los docentes que fueron parte de este proceso, que me llenaron con sus enseñanzas en cada clase.

A mi familia, verdaderos amigos, por estar presente en momentos especiales.

Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Dedicatoria

La presente tesis está dirigida a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera universitaria a mi madre y abuela porque ellas siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona, muchos de mis logros se los debo a ella.

Pesantez Rivera Carmen Lisette

Definitivamente esto no hubiera sido posible sin un apoyo fundamental desde que inicie esta carrera universitaria y me había planteado desde un inicio que en mi dedicatoria ibas a estar tú presente a quien le debo su esfuerzo, comprensión y sacrificio que diste hacia a mí y esto es gracias a ti Cristhian Paúl Vera gracias una vez más por tu apoyo incondicional te agradezco eternamente.

A mi hija, Paulette Vera por ser mi motivo de inspiración en cada cosa que hago y alegrar mis días TE AMO.

Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Resumen

Se realizó un estudio cuyo propósito fue determinar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking como metodología para la innovación de la plataforma digital ‘‘Todo Noticias Manabí’’. Se aplicó un diseño de metodología de carácter mixto con predominancia en lo cuantitativo, apoyándose en la estrategia metodológica documental-bibliográfico, ya que se analizó la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital ‘‘Todo Noticias Manabí’’, a través de una encuesta realizada a 80 personas. Quienes formaban parte del número de seguidores de dicha plataforma digital. Además, se recabó información de otras investigaciones sobre los procesos que conllevan la utilización de esta técnica en los medios de comunicación digitales. Los resultados evidencian que es necesario enfatizar en el conocimiento y uso diverso de esta metodología digital, enfocándose principalmente en la población que no comprende su uso respectivamente y reforzando conocimientos sobre las personas que si la comprenden. Por lo tanto, se concluye que, el uso de la metodología Design Thinking es importante para la innovación de la plataforma digital ‘‘Todo Noticias Manabí’’, lo cual es indispensable para su desarrollo profesional, a través del uso de esta técnica, se podrá conectar de mejor manera con la audiencia.

Palabras clave: Plataforma digital, redes, Design Thinking, ‘‘Todo Noticias Manabí’’

Abstract

A study was carried out whose purpose was to determine the importance of the applicability of Design Thinking as a methodology for the innovation of the digital platform "Todo Noticias Manabí". A mixed methodology design was applied with a predominance in the quantitative, relying on the documentary-bibliographic methodological strategy, since the importance of the applicability of Design Thinking for the innovation of the digital platform "Todo Noticias Manabí" was analyzed. through a survey of 80 people. Who were part of the number of followers of said digital platform. In addition, information was collected from other investigations on the processes that involve the use of this technique in digital media. The results show that it is necessary to emphasize the knowledge and diverse use of this digital methodology, focusing mainly on the population that does not understand its use respectively and reinforcing knowledge about the people who do understand it. Therefore, it is concluded that, the use of The Design Thinking methodology is important for the innovation of the digital platform " Todo Noticias Manabí ", which is essential for your professional development, through the use of this technique, you will be able to better connect with the audience.

Keywords:

Digital platform, networks, Design Thinking, ‘ All Manabí News’

Índice

Resumen	1
Abstract	2
Capítulo I	8
1. Marco Referencial	8
1.1. Tema:	8
1.2. Formulación del problema	8
1.3. Planteamiento del problema	8
1.4. Preguntas de investigación:	10
1.5. Delimitación de la investigación:	11
1.5.1. Delimitación Espacial	11
1.5.2. Delimitación Temporal	11
1.6. Justificación.	11
1.7. Objetivos	13
1.7.1. General	13
1.7.2. Objetivos Específicos	13
1.8. Línea de investigación	13
Capítulo II	14
2. Marco Teórico	14
2.1. Antecedentes	14
2.2. Innovación	15
2.3. Características	16
2.4. Innovación como proceso	16
2.5. Design Thinking	17
2.5.1. Concepto	17
2.5.2. Etapas	17
2.5.3. Empatía	18
2.5.4. Definir	20
2.5.5. Ideación	21
2.5.6. Prototipar	21
2.5.7. Evaluar	22
2.6. Técnicas	22

2.6.1.	<i>Business Model Canvas (BCM)</i>	22
2.6.2.	<i>Mapa de stakeholders</i>	23
2.6.3.	<i>Lienzo de la propuesta de valor</i>	23
2.6.4.	<i>Entrevistas</i>	24
2.7.	Técnicas aplicadas en las etapas del Design Thinking	26
2.8.	Plataformas digitales	30
2.9.	Plataformas comerciales	31
2.10.	Plataformas de software libre	31
2.11.	Aportación del Design Thinking hacia la innovación digital	31
2.12.	Tipos de innovaciones que aporta el Design Thinking en la captación de mayor audiencia en los medios de comunicación digitales.	34
2.13.	Plataforma digital Todo Noticias Manabí	36
2.14.	Hipótesis	37
2.15.	Variables	37
2.15.1.	Variable independiente	37
2.15.2.	Variable dependiente	37
2.16.	Operacionalización de las variables	38
	Capítulo III	41
3	Marco metodológico	41
3.1.	Modalidad de la investigación	41
3.2.	Tipo de investigación	41
3.3.	Métodos de investigación	42
3.4.	Técnicas e Instrumentos	42
3.4.1.	Técnicas	42
3.4.2.	Instrumentos	42
3.5.	Población y muestra:	43
3.5.1.	Población	43
3.5.2.	Muestra	43
	Capítulo IV	44
4.	Resultados de la Investigación	44
	OBJETIVO II	44
4.1.	Análisis e interpretación de resultados de encuestas	44
3.6.	Resultados de entrevista	53
3.7.	Análisis de la entrevista	58
3.8.	Análisis de resultados	59
3.9.	Comprobación de hipótesis	60

5. Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones.....	69
5.1. Conclusiones	69
5.2. Recomendaciones	70
6. Capítulo VI - Propuesta.....	71
1. Título de la propuesta	71
2. Periodo de ejecución.....	71
3. Fecha de inicio	71
4. Fecha de finalización.....	71
5. Beneficiarios	71
Directos	71
Indirectos	71
6. Ubicación sectorial y física.....	72
7. Medio Ejecutor	72
8. Introducción	72
9. Justificación	72
10. Objetivos	73
Objetivo General.....	73
Objetivos específicos.....	73
11. Análisis de factibilidad.....	73
12. Plan de acción	73
13. Administración de la Propuesta	77
14. Responsabilidades	77
15. Plan de Monitoreo y Evaluación	78
16. Presupuesto.....	78
17. Cronograma de la propuesta.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80
ANEXOS.....	84

Índice de imágenes

Imágen 1 Etapas de Design Thinking.	18
Imágen 2 Criterios para definir	21
Imágen 3 Lienzo de Modelo de Negocio	23
Imágen 4 Lienzo de La Propuesta de Valor	24
Imágen 5 Tipos de Design Thinkign para medio digitales	32

Índice de tablas

Tabla 1 Técnicas aplicadas en la fase de la Empatía	26
Tabla 2 Técnicas aplicadas en la fase de la Definición.....	27
Tabla 3 Técnicas aplicadas en la fase de Ideación.....	28
Tabla 4 Técnicas aplicadas en la fase de Prototipo.....	28
Tabla 5 Comprende acerca de la metodología de Design Thinking.....	44
Tabla 6 Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales.....	45
Tabla 7 Aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia.....	46
Tabla 8 Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”	47
Tabla 9 El uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”	48
Tabla 10 Se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias.....	49
Tabla 11 Preferencia de leer las noticias a través de un medio digital.....	50
Tabla 12 Diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación.....	52

Índice de gráficos

Gráfico 1 Comprende acerca de la metodología de Design Thinking	44
Gráfico 2 Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales.....	46
Gráfico 3 Aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia.....	47
Gráfico 4 Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”	48
Gráfico 5 El uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”	49
Gráfico 6 Se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias.....	51
Gráfico 7 Preferencia de leer las noticias a través de un medio digital	52
Gráfico 8 Diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación.....	54

Capítulo I

1. Marco Referencial

1.1. Tema:

Importancia de la aplicabilidad del Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?

1.3. Planteamiento del problema

Al momento de lanzar un nuevo producto al mercado u ofrecer un servicio, el fin es captar al cliente objetivo; y que este sea de aceptación a los consumidores. Para ello es necesario usar metodologías de comunicación innovadoras, que faciliten la solución de los problemas, teniendo al ser humano como el centro de atención, entre ellas contamos con Design Thinking que al momento varias empresas están aplicando.

La plataforma digital “Todo Noticias Manabí” se transmite por Facebook desde el 2018, actualmente cuenta con 21.324 seguidores y 13.341 me gusta (hasta el 05 de Octubre del 2021), de una población como en Portoviejo que cuenta con 280.029 (INEC, 2010) habitantes aproximadamente, es decir que del medio informativo “Todo Noticias Manabí” solo llega al 6,12% de seguidores del total de la población señalada. (Todo-Noticias-Manabí, 2018)

El objetivo de todo medio de comunicación es llegar a más audiencia (Ciberresponsales, 2018) ; cómo hacerlo es la pregunta. En esta investigación vamos a dar prioridad al uso del Design Thinking que lo aplicaremos en la plataforma digital

“Todo Noticias Manabí” que le permita captar una mayor audiencia de forma más innovadora, convirtiéndose en un medio de comunicación provincial y nacional.

El Design Thinking es una metodología utilizada por los diseñadores para resolver problemas complejos que, en vez de centrarse en éstos, se orienta a la acción, propiciando el avance hacia la creación del escenario de futuro preferido. Design Thinking utiliza la sensibilidad del diseñador y se basa en la lógica, la imaginación, la intuición y el razonamiento sistémico para explorar las posibilidades de lo que podría ser y para crear los resultados deseados que benefician al usuario final. (Irigaray, 2020).

En la tesis Doctoral “Propuesta de un modelo metodológico para el diseño de servicios innovadores en pymes. Estudio de caso en una pyme del sector servicios” de la Universidad de Murcia, el autor concluyó que: “los fundamentos, métodos y técnicas de la disciplina del Design Thinking han aportado un sistema estructurado que permite diseñar algo nuevo y diferente (en este caso un servicio), han permitido explorar en profundidad a un cliente, la pyme industrial, y a partir de ahí generar nuevas ideas para crear y prototipar un nuevo servicio dirigido a él”. (Ruiz, 2015).

En el trabajo de investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas para Maestría en Administración de Empresas denominado El Design Thinking aplicado en el desarrollo de un Sistema de Información, permite incrementar la satisfacción de los operarios al reducir los tiempos de atención de Capital Humano”. Concluyeron en lo siguiente: Design Thinking aplicado en el desarrollo de un sistema de servicio de información de Capital Humano, incrementó la satisfacción de los colaboradores del 51.5% al 79.4% respecto del servicio. (Llerena & Terrones, 2011).

En la tesis titulada Design Thinking aplicado al desarrollo de la marca-ciudad y productos gráficos del Cantón San Fernando” para el título de Diseñador gráfico de la Universidad de Cuenca, concluyó que usar Design Thinking resultó eficaz para el

proceso de diseño de identidad corporativa, principalmente en las etapas de empatizar y testear debido a que uno de los pilares fundamentales de esta metodología es enfocarse en los usuarios y el desarrollo de marca-ciudad también tiene como actor principal a los ciudadanos, por lo que se obtuvieron resultados satisfactorios que responden a las necesidades y propuestas de estos usuarios, haciéndolos participantes activos del proyecto. (Gavilanes, 2018).

Cabe destacar que Design Thinking, se puede usar con éxito en cualquier industria, no sólo en tecnología o diseño. Por eso, este marco de pensamiento y de trabajo se aplica en el gobierno, la atención médica, los servicios financieros o las organizaciones sin fines de lucro. Cualquier campo es potencialmente maduro para este tipo de innovación; siendo así una solución a la problemática de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, el objetivo es aumentar la audiencia.

1.4. Preguntas de investigación:

- ¿Por qué es importante utilizar la metodología del Design Thinking para la innovación de los medios de comunicación digitales?
- ¿Qué tipo de innovación aportaría el Design Thinking en la captación de mayor audiencia?
- ¿La aplicabilidad del Design Thinking innovaría la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?

1.5. Delimitación de la investigación:

1.5.1. Delimitación Espacial

Este estudio se llevará a cabo en el cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

1.5.2. Delimitación Temporal

Desde febrero hasta junio 2021

1.6. Justificación.

El término Design Thinking ha empezado a tomar fuerza en los últimos años, gracias a su metodología, que permite ser utilizada principalmente en el diseño de productos. Volkova & Jākobsone (2016) citados por Arias Bareño (2020), manifiestan que, el Design Thinking es una metodología ampliamente utilizada, la cual, se preocupa principalmente en la experiencia del usuario, al momento de realizar el diseño de un producto. También, es importante mencionar que esta metodología se encarga de desarrollar un pensamiento de diseño, en estrategias y modelos de negocios para dar mayor valor a las opiniones de los clientes y así aumentar su valor de organización. (p.163). Es decir, la metodología de Design Thinking, tiene un enfoque principal en el usuario y su pensamiento, para que el producto vaya acorde a sus expectativas.

Así mismo, manifiestan Pereira y Russo (2018) “el uso del enfoque Design Thinking, promueve la comunicación entre los equipos ágiles de desarrollo de software y los clientes, a lo largo de todo el proyecto de desarrollo del producto”.

El estudio del Design Thinking es importante, puesto a que, tiene un enfoque de innovación centrado en el ser humano que se basa en el conjunto de metodologías del

diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito empresarial.

El proceso de Design Thinking es iterativo, flexible y está enfocado en la colaboración entre diseñadores y usuarios. Además, pone énfasis en hacer realidad las ideas basadas en cómo los usuarios reales piensan, sienten y se comportan. (Conexionesan, 2019)

Por lo tanto, se puede manifestar que la importancia de su aplicabilidad para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, permitirá realizar diseños que vayan encaminados al interés del lector, obteniendo así una plataforma novedosa, creativa y llamativa para los espectadores. Es necesario recalcar, que Design Thinking aparte de las características mencionadas, le otorgara al medio digital, organización y elementos más ágiles para su uso, que no solo vayan acorde a lo que piense o requiera el usuario sino también haciendo más fácil la labor de los productores de la información.

Es necesario manifestar que el periodismo actual exige profesionales multidisciplinarios, quienes, se adapten mejor a los requerimientos de las empresas de comunicación, asumiendo el rol de community manager, lo cual lo conlleva a especializarse en marketing digital requiriendo el uso Design Thinking.

Finalmente, el uso de Design Thinking traerá consigo un gran realce a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, gracias a las nuevas tecnologías que se aplicaran beneficiando a los usuarios y otorgando una labor más amena a los escritores de las noticias con facilidades de uso, que garantizarían mejoras económicas y el éxito para el medio digital.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking como metodología para la innovación de la plataforma digital Todo Noticias Manabí.

1.7.2. Objetivos Específicos

- ✓ Definir el tipo de innovación que debe aportar el Design Thinking en la captación de mayor audiencia en los medios de comunicación digitales.
- ✓ Analizar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.
- ✓ Proponer un plan de acción para el uso de la guía metodología Design Thinking para mejorar la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

1.8. Línea de investigación

Esta investigación responde a la línea de investigación: “Comunicación, digital, innovación” de la Carrera Ciencias de la Comunicación, de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, debido a que se enfoca la aplicabilidad de Design Thinking en un medio de comunicación digital y su relación con los seguidores de la Plataforma Digital “Todo Noticias Manabí”, buscando evidenciar la importancia de su aplicación.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

A inicios del siglo XXI las organizaciones se encuentran inmersas en el centro de una situación terminante; un momento disruptivo y de gran complejidad que puede ser analizado desde diferentes dimensiones como a nivel económico, político, social, cultural, tecnológico que están interrelacionadas entre sí.

El mundo se mueve a un ritmo apresurado, lo que ocasiona que las empresas hagan frente mediante la innovación a ciclos de vida de producto muy breves y a una demanda rápidamente cambiante por parte de los clientes.

En este contexto, nacen distintos autores con nuevas propuestas alrededor del concepto de innovación estratégica en la empresa, tratando de sistematizar metodologías o técnicas que ayuden a la generación de este tipo de cambios.

Según Markides (2008), el concepto de innovación estratégica se va consolidando en el siglo XXI como uno de los principales factores diferenciales que permite a las empresas tener éxito. Es una forma diferente de competir en un negocio y un concepto que ha generado una considerable atención por parte de diferentes autores a lo largo de los últimos años (Schlegelmilch, Diamantopoulos, & Kreutz, 2003).

Desde comienzos del siglo XXI el concepto de Design Thinking se ha vuelto popular en el discurso empresarial cuando se habla de metodologías para innovar estratégicamente, existió un “boom” en el cual todas las organizaciones como empresas y universidades se interesaron por la metodología ya que era una nueva forma para

obtener una aproximación a poder desarrollar productos y servicios centrados en necesidades reales del consumidor.

El Design Thinking se aplica en dos ámbitos diferentes: en el campo del diseño y en el de la estrategia empresarial. Las dos perspectivas desde las que se utiliza el término Design Thinking son:

- Design Thinking desde la perspectiva del diseño. Tiene sus raíces en los años 60, cuando el estudio del Design Thinking se centra en la forma en la que el diseñador trabaja.
- Design Thinking desde la perspectiva de la gestión y estrategia empresarial
El concepto de Design Thinking trasciende en ese momento la idea tradicional de diseño y comienza a utilizarse como una forma de trabajo para innovar estratégicamente y crear valor en la empresa (Johansson & Woodilla, 2010, p. 50).

2.2. Innovación

La innovación hoy en día se ha convertido en una necesidad para todas las empresas para poder sobrevivir. Para Amabile (1988) “El término innovación puede referirse a un producto, procesos o servicios y se construye sobre la base de ideas creativas” (p. 130).

Por otro lado, estudiosos de la innovación más contemporáneos definen innovación como el proceso de convertir las oportunidades en nuevas ideas, ponerlas en práctica y que esta sea ampliamente utilizada (Carlgren, 2013).

2.3.Características

Mayfield (2011), sostiene que la principal característica de la innovación, su único distintivo dentro del campo de la creatividad, es que esta es útil: la innovación satisface una necesidad específica.

Una acción creativa puede ser también clasificada como innovación solo si satisface una necesidad o mejor, una situación más allá de la necesidad de ser únicamente creativo.

Por lo que se puede deducir que innovar es siempre cambiar: hacer de lo ya existente algo nuevo, mejorarlo, modificarlo, adaptarlo, simplificarlo. Puede cambiarse un proceso, un método, un formato, un instrumento, un producto, un material.

2.4.Innovación como proceso

La implantación de un proceso de innovación sistemático y organizado es el principal reto en el entorno empresarial moderno. Para Garcia (2012) “La finalidad de la innovación no es solo producir chispazos novedosos en cualquiera de los resultados estudiados en el capítulo anterior, sino generar una corriente de innovaciones que lleguen continuamente al mercado” (p. 10).

Para ello, la empresa debe adoptar o crear un modelo de innovación, establecer un proceso o ciclo de la innovación y desarrollar capacidades para su implementación y ejecución.

Un modelo de innovación refleja la forma en que la empresa adelanta el proceso de innovación.

2.5. Design Thinking

2.5.1. Concepto

Según Serrano y Blázquez (2015), el Design Thinking es una metodología innovadora que se ha establecido para resolver problemas en el mundo entero, usando las inteligencias: integral, emocional y experimental, reduciendo riesgos y apuntando a conseguir grandes éxitos a base de las necesidades humanas relacionadas con otras disciplinas que generen soluciones anheladas, factibles operativa y tecnológicamente y además económicamente rentables.

Otra definición la da el autor Brown (2008) , la cual define esta metodología como una disciplina que usa la sensibilidad y los métodos de diseño para integrar las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y lo que se requiere para ser una estrategia de negocio viable, de forma que se pueda convertir en valor para el cliente y una oportunidad de mercado.

Una definición académica la proveen Pésico y Ezcurra (2016), de acuerdo con estos autores se traduce en “un cuerpo metodológico centrado en personas que ofrece un proceso de innovación ordenado, de alto impacto y con herramientas ágiles para potenciar la resolución creativa de problemas” (p.15).

2.5.2. Etapas

Existen varios autores los cuales expresan las etapas de esta metodología, la mayoría de autores describen el proceso de Design Thinking como una metodología en tres etapas. Trabajos como los de Liedtka y Ogilvie (2011), Stickdorn y Schneider (2011), Brown (2009) o Miettinen y Koivisto (2009) coinciden en este planteamiento, si bien el número y la denominación de cada una de las fases pueden variar de un autor a otro.

En la imagen 1, se expresan los 4 enfoques:

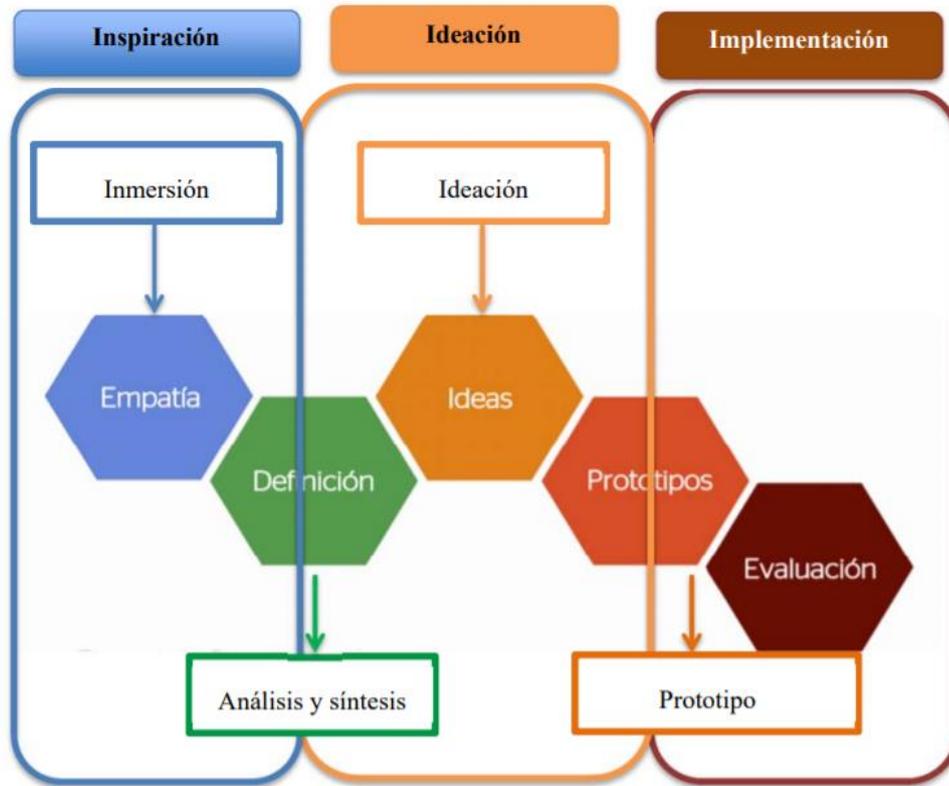


Imagen 1 Etapas de Design Thinking.

Elaborado por: (BBVA, 2015).

2.5.3. Empatía

Hay que conocer a las personas y a los usuarios. Ponerse en los zapatos del usuario final es observar en modo empático. Entender al cliente no como cliente, sino como ser humano, como persona que se mueve y vive en un contexto y tiene una serie de necesidades que se pueden satisfacer.

Según Hasso Plattner Institute of Design at Stanford (2017), esta fase “es la base del proceso de diseño que está centrado en las personas y los usuarios” (p.5). El

objetivo de esta etapa es poder entender a los usuarios reales y encontrar el porqué de sus emociones, cualidades, acciones y por sobre todo identificar sus necesidades.

De esta manera, se busca hallar la solución a sus necesidades dentro del contexto del cual se está diseñando. La información obtenida de los usuarios es base de inspiración para el diseñador, por lo que se considera la primera fase del proceso.

Lo básico para ser empático según Lopez & Molinari (2017):

- Observar: Mira a los usuarios y sus comportamientos en el contexto de sus vidas. Debemos siempre tratar de observar desde el exterior sin entrometerse, las mejores ideas vienen en estas situaciones así.
- Involúcrate: Generar una conversación, esta puede ser desde una pregunta de pasillo, breve o una conversación más estructurada. Prepara algunas preguntas para ir manejando la conversación siempre manteniendo levemente estructurada.
- Lo importante es siempre preguntar “¿Por qué?” ya que eso descubre nuevos significados, preguntar una y dos veces si es necesario... ¿Por qué? ¿Por qué?
- Mira y Escucha: Lo mejor siempre es combinar estas dos, la conversación y el engagement.
- Pídele también que te explique cómo hace algunas cosas y que vaya vocalizando lo que pasa por su mente cuando esté en su trabajo. Ten una conversación mientras trabaja y esté en su contexto. (p. 5).

2.5.4. Definir

En esta etapa hay que definir de forma clara el problema para satisfacer una necesidad por medio de la creatividad. Definir la solución para que puedas llegar a ella (BBVA, 2015, pág. 3). Esta etapa es una continuación de la fase anterior ya que ayuda para definir claramente el resto del proyecto. Además, aquí es donde nacen los insights que aparecen una vez analizada la información recolectada.

Es importante, filtrar la información recopilada y quedarse con la información que realmente importa, aquella que aporta valor y ayude a definir de forma clara el problema para la obtención de un resultado innovador.

El modo definición es crítico para el proceso de diseño ya que la meta de esta etapa es maquetear un “Point off View” (POV) que “significa crear una declaración de problema viable y significativo y que será guía para enfocarse de mejor manera a un usuario en particular” (Lopez & Molinari, 2017, pág. 6).

Los insights no aparecen de la nada y repentinamente como por arte de magia. Estos insights nacen al procesar y sintetizar la información y enfrentando el problema para hacer conexiones y descubrir patrones racionales.

Esta debe cumplir con ciertos criterios para que funcione bien, se muestran en la imagen 2:

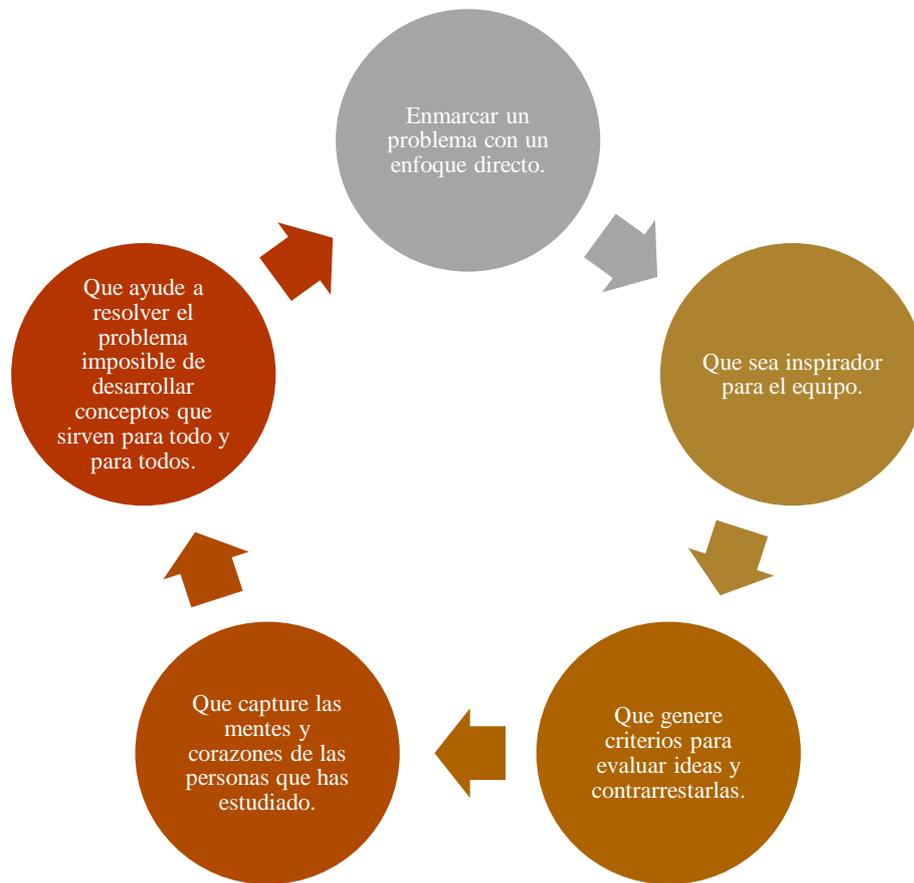


Imagen 2 Criterios para definir

Elaborado por: Autoras

2.5.5. Ideación

“Tal como su nombre lo indica, en esta fase se generan ideas de solución al problema previamente definido y se empieza el proceso de diseño” (Brown, 2008). La fase de ideación debe ser capaz de combinar una fase divergente (en la que las alternativas e ideas generadas fluyen sin límite) con una fase posterior de convergencia, donde se buscan patrones y se van limitando el número de alternativas.

Por último, las ideas se van conceptualizando de manera que se van definiendo los recursos necesarios para los prototipos a generar para la fase siguiente.

2.5.6. Prototipar

Después de generar las ideas y conceptos en la fase de ideación, es el momento de testarlos. Es ejecutar esa visión sobre lo que queremos que sea nuestro nuevo

proyecto. En la fase de prototipado, se busca materializar a pequeña escala la idea de solución. Para ello se generan prototipos en forma de dibujos, objetos tangibles o cualquier cosa que se acerque o represente la idea.

La fase de Idear y prototipo son las que tiene lugar un mayor número de iteraciones; las ideas generadas se prototipan y testean, lo que normalmente conduce a nuevas ideas y nuevas validaciones, que forman parte de un ciclo de iteraciones, ideación - validación (Stickdorn & Schneider, 2011, p. 25).

2.5.7. Evaluar

Esta fase es muy importante para el desarrollo del proyecto y/o idea, ya que permite identificar mejoras significativas, fallas y posibles carencias y deficiencias. Aquí se medirá si la solución es adecuada a través del feedback brindado por los usuarios sobre el prototipo (Hasso Plattner Institute of Design at Stanford , 2017).

Al mismo tiempo, se gana empatía por las personas al estar pensado en el diseño del prototipo. Así, la idea podrá evolucionar hasta convertirse en la solución esperada.

2.6.Técnicas

Las técnicas presentadas son visuales y tienen la capacidad para mejorar la comunicación dentro de los equipos multidisciplinares, pero también en su simplicidad en el uso para los no expertos.

2.6.1. *Business Model Canvas (BCM)*

El Business Model Canvas (Modelo del Lienzo de Negocio) ver la imagen 3, se puede visualizar y probar un modelo de negocio, lo cual es un paso indispensable a la hora de desarrollar una Innovación del Modelo de Negocio. Describe la lógica de negocio, de una idea, producto o servicio en una representación simple y visual. El BMC

refleja principalmente la perspectiva comercial de DT y puede utilizarse eficazmente en la fase de ideación. (Johansson & Woodilla, 2010, pág. 15).



Imagen 3 Lienzo de Modelo de Negocio

2.6.2. Mapa de stakeholders

El mapa de stakeholders es una herramienta que ofrece información muy importante al empresario para gestionar su relación con diferentes grupos y personas. Por medio de este, se puede entender mejor el interés que tiene cada uno de ellos en el negocio.

2.6.3. Lienzo de la propuesta de valor

El lienzo de la propuesta de valor es una herramienta propositiva que se desprende del BMC, ya que utiliza los bloques de propuesta de valor y el segmento de clientes. Según Megias, (2013) esta herramienta ayuda al famoso encaje producto-mercado, por medio de la identificación de un producto y/o servicio, que es la respuesta

a lo que se cree son las necesidades del cliente y que representa la proposición de valor, que encaja perfectamente con un mercado.

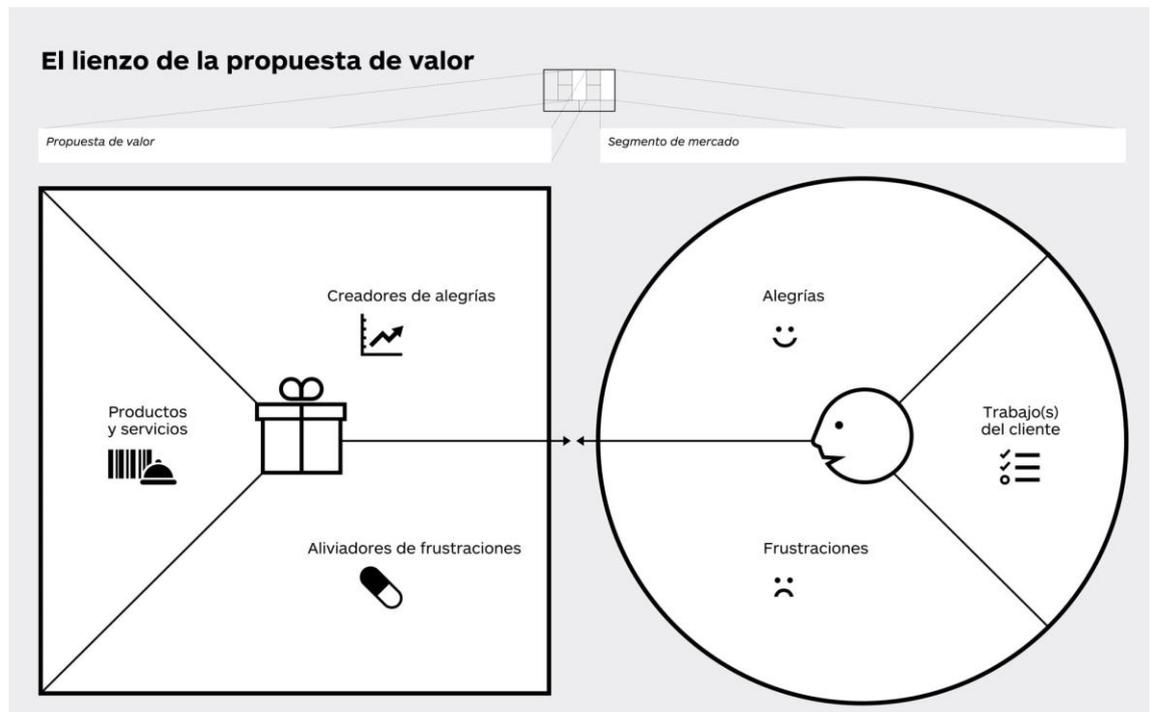


Imagen 4 Lienzo de La Propuesta de Valor

2.6.4. Entrevistas

“La técnica de la entrevista personal, en cualquiera de sus formas, es una de las principales herramientas que ha incorporado la disciplina del Design Thinking” (Stickdorn & Schneider, 2011). Se usa principalmente durante la fase de exploración, dada sus características idóneas para ayudar a entender las motivaciones reales y profundas del cliente.

Entre las diferentes ventajas que aporta esta herramienta podemos destacar las siguientes (Daymon & Holloway, 2011; Grande & Abascal, 2000; Rabadán & Alto, 2003):

- Capacidad de obtener respuestas más completas y profundas a preguntas que podrían contestarse a un nivel superficial si fueran planteadas en la encuesta o test normal.
- La relación interpersonal facilita al entrevistado la expresión de actitudes y motivos que no estaría dispuesto a manifestar con otras técnicas.
- La flexibilidad inherente a una entrevista facilita que el entrevistador se adapte sobre la marcha a peculiaridades del entrevistado pidiendo aclaraciones o reformulando cuestiones según cada caso. Pueden surgir nuevos y sorprendentes caminos cuando los entrevistados revelan sus intereses y su forma de ver la realidad.
- Los datos se recogen en su propio entorno natural (donde la gente trabaja, vive, compra...). Las respuestas derivan de la visión subjetiva del entrevistado, que usa la forma de hablar y expresarse propia de su entorno natural.

2.7. Técnicas aplicadas en las etapas del Design Thinking

Tabla 1 Técnicas aplicadas en la fase de la Empatía

	Un día en la vida de	Entrevistas	Shadowing
¿Qué es?	Simular la vida de una persona o situación estudiada: "ponerse en la piel del usuario"	Conversar con el entrevistado, obtener información a través de preguntas.	Seguir al usuario a lo largo de un periodo de tiempo (sin interferir) que incluya su interacción con producto/servicio analizado.
¿Cuándo usar?	Para empatizar con el interlocutor principal y generar insights relevantes para las próximas fases.	Para conocer la historia detrás de las experiencias de vida del entrevistado. Estimular la explicación de los porqués de sus relatos.	Para identificar oportunidades y necesidades latentes que no serían explicitadas en una entrevista o sesión generativa.
¿Cómo poner en práctica?	Miembros del equipo deben vivenciar el contexto, profundizar sobre comportamientos, actitudes, similitudes y mimetizarse.	Hablar sobre asuntos relevantes, siguiendo un protocolo predeterminado pero flexible. Introducirse en el punto de vista de cada persona.	Seguir al individuo de manera poco invasiva para acompañar su interacción, registrando las observaciones que se tengan en un cuaderno, fotografiar y/o filmar discretamente el proceso.

Fuente: (Vianna, Vianna, Adler, Lucena , & Russo, 2016). Elaborado por: Autoras

Tabla 2 Técnicas aplicadas en la fase de la Definición

	Insights	Hoja de ruta
¿Qué es?	Reflexiones basadas en datos reales de investigaciones exploratorias, documental e inmersión.	Criterios orientadores para el proyecto (direccionado alcance y direccionamiento sugerido cliente), evidencia aspectos que no deben perderse de vista durante las etapas de desarrollo de soluciones.
¿Cuándo usar?	Durante reuniones de creación de diagrama de afinidades para identificar estándares e interrelaciones de los datos, crear un mapa resumen de la inmersión. Generar ideas.	Para crear parámetros y orientar las soluciones, al ayudar a calibrar las respuestas para ceñirse a la envergadura estipulada.
¿Cómo poner en práctica?	Registrar los insights en notas, identificando cuestiones relevantes. En reuniones de equipo al confrontarse las experiencias diversas los insights pueden darse.	Durante la realización de un diagrama de actividades o de un mapa conceptual.

Fuente: (Vianna, Vianna, Adler, Lucena , & Russo, 2016). Elaborado por: Autor

Tabla 3 Técnicas aplicadas en la fase de Ideación

	Brainstorming	Matriz de Posicionamiento/Decisión
¿Qué es?	Técnica para impulsar la generación de un gran número de ideas en un corto período de tiempo. Grupal, estimula creatividad.	Herramienta de análisis estratégica de las ideas generadas, utilizada en su validación, junto con la Hoja de Ruta y con las necesidades de los Personajes creadas en el proyecto
¿Cuándo usar?	Cuando se necesita gran afluencia de ideas.	En reuniones con equipo de proyecto y contratantes, material de apoyo para valoración de ideas y para estipular próximos pasos.
¿Cómo poner en práctica?	Utilizar datos brutos de campo y/o Personajes para estimular el equipo. La calidad y el asertividad de las ideas generadas se alcanzan a través de la cantidad. Evitar juzgar las ideas.	Se enumeran ideas generadas en el proyecto, agrupando ideas afines, se entrelazan criterios de Hoja de Ruta/Personajes evaluando como cada idea cumple cada requisito.

Fuente: (Vianna, Vianna, Adler, Lucena , & Russo, 2016). Elaborado por: Autor

Tabla 4 Técnicas aplicadas en la fase de Prototipo

	Prototipo en papel	Modelo volumétrico	Storyboard	Diseño de escenarios
¿Qué es?	Representaciones de interfaces gráficas con diferentes niveles de fidelidad (wireframe dibujado a mano	Representaciones de un producto que puede variar los niveles de fidelidad. Puede ser de poco detalle, aspecto	Representación visual de una historia a través de cuadros de cuadros estáticos, dibujos,	Historia a través de cuadros estáticos, dibujos, collages, fotografías,

	simulando pantalla de una app).	final muy trabajado, sin ser funcional.	collages, fotografías, etc.	etc. Simulación improvisada de una situación (interacción de una persona con una máquina, diálogos).
¿Cuándo usar?	Para evaluar el flujo de informaciones y de la navegación de un sistema; explotar posibilidades de comunicación de un producto; para concretar presentación de producto a usuarios.	Cuando se desea hacer tangible una idea y sacarla del ámbito conceptual. Visualización tridimensional del concepto. Usuario es capaz de criticar producto y se puede refinar prototipo.	Para comunicar una idea a terceros o visualizar el encadenamiento de una solución. Detectar aspectos no solucionados en cuanto al producto o refinar servicio final.	Cuando se desea probar una interacción para construir y detallar etapas o mejorar la experiencia.
¿Cómo poner en práctica?	Puede ser hecho mano, con ayuda de una PC.	Puede ser construido con materiales sencillos, o más elaborado y con un acabado parecido al producto final.	Tener idea clara de lo que se quiere comunicar. Elaborar guion escrito. Separar historia en secciones. Seleccionar	Elegir dos o más personas para la escenificación. Participantes deben improvisar en el diálogo. Utilizar

técnica de objetos para
representación delimitar la
gráfica más experiencia.
adecuada, y el
resultado puede
ser impreso o
digital.

Fuente: (Vianna, Vianna, Adler, Lucena , & Russo, 2016). Elaborado por: Autoras

2.8. Plataformas digitales

Una de las principales transformaciones en el mundo del trabajo en los últimos años ha sido el surgimiento de las plataformas digitales de trabajo en línea. Esta nueva forma de trabajo no solo cambió los modelos de negocios existentes, sino también la modalidad de empleo en la que tales modelos de negocios se basaban.

La tecnología forma parte de la vida cotidiana de las personas, y es por esta razón que los procesos digitales han sustituido las operaciones que antes se hacían de manera presencial; y para realizar dichas operaciones se han creado las plataformas digitales.

Para Berg, Furrer, Uma, & Silberman (2019):

Estas plataformas brindan la infraestructura técnica para que los solicitantes del servicio den a conocer tareas por medio de anuncios entre un gran número de trabajadores potenciales en distintos enclaves geográficos y circunstancias económicas (“el grupo de personas”), para obtener y evaluar los resultados de las tareas terminadas y para pagar a los trabajadores individuales por los servicios prestados. Por otra parte, estas plataformas también brindan servicios e infraestructura a los trabajadores desde una posición centralizada en la que

ellos encuentran tareas de muchos solicitantes, un método para entregar el producto del trabajo y la infraestructura técnica y financiera para cobrar por la tarea terminada. (p. 4).

2.9. Plataformas comerciales

Son aquellas que han evolucionado rápidamente en su complejidad ante el creciente mercado de actividades formativas a través de Internet. En general, todas han mejorado en operatividad y han generado sucesivas versiones que incorporan funciones y aplicaciones cada vez más versátiles, completas y complejas que permiten una mayor facilidad en el seguimiento de un curso virtual y en la consecución de los objetivos que pretende, tanto académicos como administrativos y de comunicación. (Díaz, 2009)

2.10. Plataformas de software libre

El software libre brinda libertad a los usuarios sobre su producto adquirido para ser usado, copiado, estudiado, modificado y redistribuido libremente. Por lo tanto, el término libre, se refiere a cuatro libertades del usuario: la libertad de usar el programa, con cualquier propósito; de estudiar el funcionamiento del programa, y adaptarlo a las necesidades; de distribuir copias, con lo que puede ayudar a otros; de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras, de modo que toda la comunidad se beneficie. (Díaz, 2009).

OBJETIVO 1

2.11. Aportación del Design Thinking hacia la innovación digital

Como nos menciona García (2018) , en la Revista Gestión, si bien es cierto la metodología que está revolucionando los negocios: Design Thinking está cambiando las reglas de juego en lo relacionado a los medios de comunicación, y este se ve tanto a nivel local como internacional, ya que hay medios de comunicación que hoy cuentan

con laboratorios de innovación o cuentan con un equipo especializado en metodologías de innovación como lo es Design Thinking para detonar el potencial que tienen como equipo.

También García (2018) nos recalca algunos ejemplos: Latina Lab, Diario El Comercio son empresas a nivel local y en lo que refiere a nivel internacional: Aconite, Huzza, Hearken, Pie, Stringr, o Enwoven son algunos de los ejemplos que se están desarrollando con esta metodología como base.

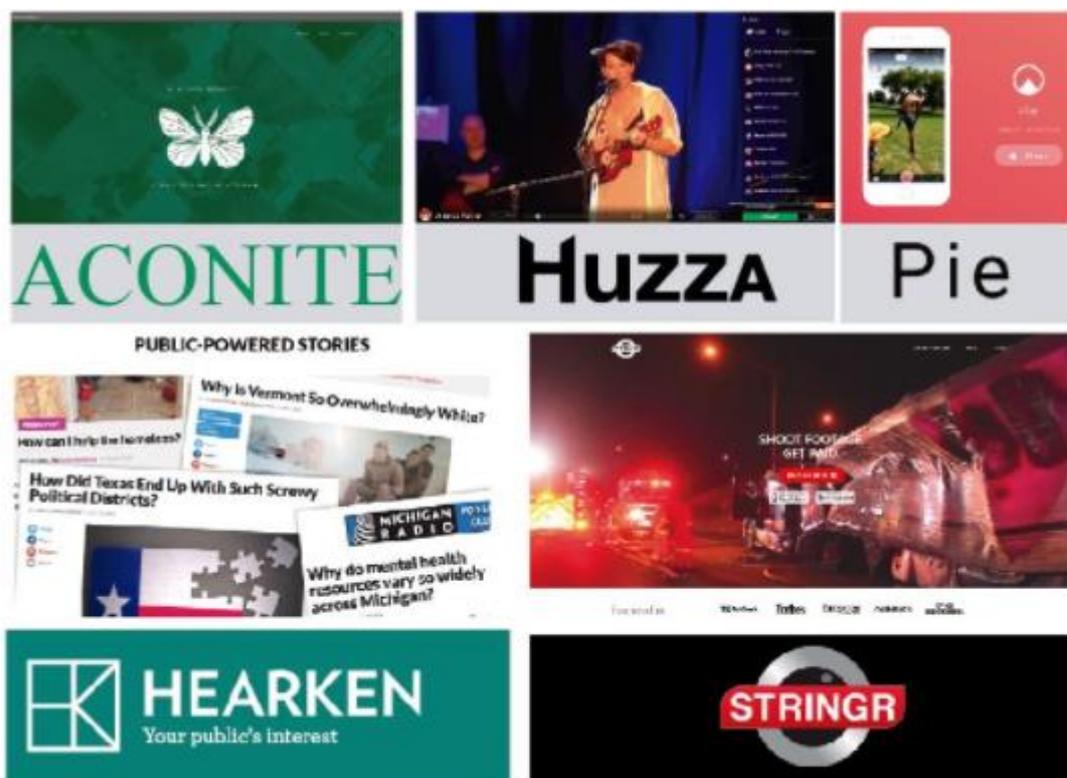


Imagen 5 Ejemplos de Design Thinking aplicados para medio digitales

Lo cual entre los ejemplos más innovadores del Design Thinking para medios digitales se encuentran los siguientes:

- Aconite: “Aconite habilita a la próxima generación de storytelling inmersivo reuniendo realidad aumentada, transmedia y mecánicas de juego con un

conjunto de herramientas y una plataforma de distribución. Es una plataforma de narración de historias mixtas que empodera a una nueva generación de storytellers en la creación de storytelling inmersivos y participativos. Aconite define una “historia de realidad mixta como una aventura que involucra cualquier combinación de realidad aumentada, geo localización, mensajes, medios, artefactos y mecánicas de juego. Inspirados en las tradiciones de transmedia, teatro inmersivo y juegos de realidad alternativa, están llevando más magia a la vida cotidiana de las personas a gran escala”.

- Huzza: “permite a los músicos involucrarse, crecer y monetizar su audiencia en línea a través de presentaciones de video en vivo combinadas con preguntas y respuestas interactivas”.
- Pie: “permite a los creadores de videos de 360 editar, cargar y compartir sus videos para crear seguidores entre los fanáticos de 360°.”
- Hearken:” significa ‘Escuchar’ y ayudan a las organizaciones de noticias a escuchar al público a medida que se desarrolla una historia desde el lanzamiento hasta la publicación. El modelo de Hearken se llama periodismo impulsado por el público. Tradicionalmente, las salas de redacción no obtienen el beneficio de los comentarios del público y la información sobre las historias hasta que sea demasiado tarde, después de que se haya gastado tiempo y dinero en informes y publicaciones. Con Hearken se soluciona ese defecto del proceso”.
- Stingr: “permite a las organizaciones de medios solicitar y otorgar licencias de video de cualquier cosa, desde cualquier lugar, en 60 minutos, obteniendo imágenes de profesionales y público. Es así que Stringr “ofrece una plataforma para videos y fotografías que permite pagar a los proveedores por su material, y

los clientes de los medios lo obtienen sin la necesidad de preocuparse por la administración de derechos”.

- Enwoven: “cambia la forma en que las empresas cuentan sus historias. Las empresas gastan miles de millones creando productos, lanzando iniciativas y crecientes clientes. A partir de esto, se genera conocimiento y experiencia, pero esta memoria institucional se pierde a través de la rotación de empleados, la fragmentación de contenidos y los medios de presentación aburridos. Enwoven les permite a las organizaciones entrelazar historias, experiencias y medios juntos. Esto crea narrativas dinámicas y una base de conocimiento flexible que hace que las empresas estén más conectadas y sean más productivas”. (García, 2018)

2.12. Tipos de innovaciones que aporta el Design Thinking en la captación de mayor audiencia en los medios de comunicación digitales.

Si bien es cierto para García (2019) , según el grado de novedad puede haber tres tipos de innovación, rompiendo con el mito de que la innovación es solo la que es radical.

- Innovación incremental o lineal
- Innovación evolutiva
- Innovación radical, revolucionaria, o disruptiva

1.- Innovación lineal:

Nos permite explorar lo que somos.

Aquí se dan las innovaciones en los productos actuales y dentro de nuestros mercados actuales.

Nota: hay quienes también la denominan como Innovación Marginal o incluso quienes la etiquetan muy cercana a “Mejora Continua”.

No obstante, este tipo de innovación es factible para los medios digitales en la captación de mayor audiencia, ya que genera valor al cliente desde el primer enganche y sobre todo le permite analizar los efectos de la tecnología sobre la producción y el consumo de la información en los usuarios señalando la influencia del avance tecnológico en la actualidad.

2.- Innovación Evolutiva:

Nos permite explorar lo que no somos.

Aquí se dan las innovaciones en los productos actuales llevados a nuevos mercados, o en nuevos productos para ofrecer en nuestros mercados actuales. (García, 2019)

3.- Innovación Disruptiva:

Nos permite explorar aquello que no somos, y que según Corporate Strategic Board, de cada 100 empresas maduras que lanzan nuevos productos al mercado (a nivel mundial): 99 productos terminando fallando, sí 99% de tasa de mortalidad. Es decir, muy bajas probabilidades de éxito. Por eso es que las empresas que son maduras, terminan realizando nuevas adquisiciones para crecer de forma inorgánica. (García, 2019)

Resaltar que, al registrar una tasa tan baja de éxito, las empresas no deberían dedicar mucho presupuesto para generar innovación disruptiva, sin embargo, sí deberían apostar por generar este tipo de innovaciones. (García, 2019)

A este tipo de innovación hay quienes también la denominan radical, o revolucionaria.

Nota: Uno de los principales mitos que ronda cuando se habla de innovación, es que sólo la innovación radical es la única que importa, cuando en realidad existen tres tipos de proyectos según el grado de novedad que es necesario considerar en la gestión de la innovación del medio digital o de alguna otra empresa en particular.

2.13. Plataforma digital Todo Noticias Manabí

La plataforma digital “Todo Noticias Manabí” nace con la intención de ofrecer información cercana a sus lectores. Cercana en lo geográfico y también en lo humano.

Historias y hechos cotidianos que influyen a la ciudadanía, de carácter social o político, poniendo como sujeto a los hombres y mujeres que cada día se ven afectados por la actualidad.

Este es un proyecto periodístico que considera la libertad de expresión e información como un valor intrínseco de la democracia, que actúa como garante de otros principios también esenciales en la sociedad, como son el respeto a la dignidad humana, su participación en la vida colectiva, la pluralidad y la tolerancia entre otros.

Donde es una propuesta informativa que nace de un grupo de periodistas manabitas. Tiene como objetivo principal informar de los hechos noticiosos que se generan en la provincia de Manabí, fundada en el año 2017 por Alberto Arias y Ramón Véliz.

Hoy por hoy también cubre campos noticiosos de Ecuador y el mundo, y lo hace siempre bajo el lema de periodismo digital con responsabilidad, mostrándose así por la red social Facebook, pregrabado sus noticieros y boletines.

2.14. Hipótesis

El uso de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) generaría una innovación en la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

2.15. Variables

2.15.1. Variable independiente

“Design Thinking” (pensamiento de diseño)

2.15.2. Variable dependiente

Plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

2.16. Operacionalización de las variables

Variable Independiente: “Design Thinking” (pensamiento de diseño)

Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítem básico	Fuente	Técnicas e instrumentos
Disciplina que usa la sensibilidad y los métodos de diseño para integrar las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y lo que se requiere para ser una	Académica social	<ul style="list-style-type: none"> - Proceso de Design Thinking - Perspectiva de la gestión y como estrategia empresarial - Etapas de Design Thinking 	¿Cuáles son los tipos de innovaciones que aporta el Design Thinking en la captación de mayor audiencia en los medios de comunicación digitales?	Libros Revistas	Fuentes bibliográficas de otras investigaciones semejantes al tema de estudio

<p>estrategia de negocio viable, de forma que se pueda convertir en valor para el cliente y una oportunidad de mercado. (Brown, 2008)</p>					
---	--	--	--	--	--

Variable Dependiente: Plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

Concepto	Dimensión	Indicadores	Ítem básico	Fuente	Técnicas e instrumentos
<p>“Todo Noticias Manabí” es una plataforma digital que ayuda a informar de</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medios Digitales - Académica social 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunidad digital - Habitantes de la ciudad de Portoviejo 	<p>¿La aplicabilidad del Design Thinking innovará la</p>	<p>Encargado del medio digital “Todo Noticias Manabí”,</p>	<p>Entrevista y encuestas</p>

<p>los hechos noticiosos que se generan en la provincia de Manabí.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de la plataforma digital - Aplicaciones de Design Thinking 	<p>plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?</p>	<p>habitantes de la ciudad de Portoviejo</p>	
--	--	---	---	--	--

Capítulo III

3 Marco metodológico

3.1. Modalidad de la investigación

La metodología de la presente investigación es de carácter mixto con predominancia en lo cuantitativo, apoyándose en la estrategia metodológica documental-bibliográfico, (Pereira P., 2011) ya que se pretende analizar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, y se cuantificará el número de seguidores de dicha plataforma digital, también se recabará información de otras investigaciones sobre los procesos que conllevan el utilizar el Design Thinking en los medios de comunicación digitales.

3.2. Tipo de investigación

Investigación bibliográfica: conocer y explorar todas las fuentes que puedan ser útiles para analizar el proceso de Design Thinking y su pensamiento de diseño usado en los medios de comunicación digitales.

Investigación Descriptiva: consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno que permita establecer su estructura o comportamiento. (Pereira P., 2011) Dado que en esta investigación planteamos innovar en la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” el uso del Design Thinking y con ello analizar la importancia para su innovación y lograr mejorar la audiencia.

Investigación Explicativa: se encargará de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, donde una vez recabada la información se aplica una propuesta según los resultados de los encuestados y su

efecto en el cambio que debe tener la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” con el uso de Design Thinking.

3.3.Métodos de investigación

El método de investigación es deductivo, (Castillo, 2020) ya que su proceso forma parte de conceptos generales sobre Design Thinking para concluir en la importancia de su aplicabilidad en la plataforma digital en estudio.

3.4.Técnicas e Instrumentos

3.4.1. Técnicas

Revisión bibliográfica:

Por medio de fuentes bibliografías de otras investigaciones semejantes al tema de estudio, con expertos de marketing digital y conceptualizaciones que determinan la importancia de utilizar el proceso de Design Thinking.

Encuesta:

Se realizará entrevistas al personal encargado de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” y a otro medio digital “ Últimas Noticias Manabí ” para indagar sobre la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking en sus empresas.

Además, se realizarán encuestas a la población que sigue la plataforma digital

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario de entrevistas

Cuestionario de encuestas

3.5.Población y muestra:

3.5.1. Población

La investigación recaerá sobre la población del cantón Portoviejo en el sector urbano.

3.5.2. Muestra

Para la muestra se ha utilizado la siguiente formula de una población finita.

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

n	Tamaño muestral.
N	Tamaño de la población, total de alumnos, personal docente y administrativo.
e	Error que se prevea cometer. Por ejemplo, para un error del 5%, introduciremos en la formula el valor 0,05.
Z_{α}	Valor correspondiente al valor de confianza elegido o distribución de Gauss, en este caso 1,96.
p	Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerle, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,05$), que hace mayor el tamaño muestral.

Tamaño de la muestra: 80 personas

Capítulo IV

4. Resultados de la Investigación

OBJETIVO II

4.1. Análisis e interpretación de resultados de encuestas

1. ¿Comprende acerca de la metodología de Design Thinking?

Tabla 5

Comprende acerca de la metodología de Design Thinking

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	30	37,5%
No	50	62,5%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Fuente: Seguidores de la plataforma digital " Todo Noticias Manabi "

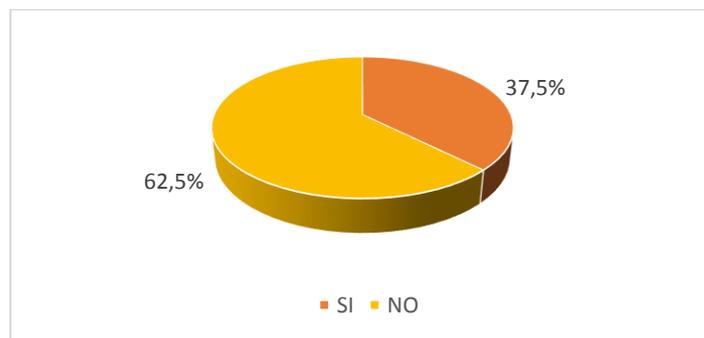


Gráfico 1 *Comprende acerca de la metodología de Design Thinking*

Análisis e interpretación:

Es de gran ayuda que el público conozca esta metodología de Design Thinking, como lo demuestra en esta encuesta donde el 37,5% si conoce esta metodología, no

obstante, el 62,5% desconoce lo cual es necesario enfatizar en el conocimiento y uso diverso de esta técnica digital, enfocándonos en esa población que no comprende en su totalidad los beneficios de esta metodología al igual que reforzar a aquellos que si comprenden.

2. ¿Cree usted que Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales?

Tabla 6

Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales.

Ítems	Respuestas	Porcentaje
SI	40	50%
NO	20	25%
TAL VEZ	20	25%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida Lissette Fuente: Seguidores de la plataforma digital ‘‘ Todo Noticias Manabi’’

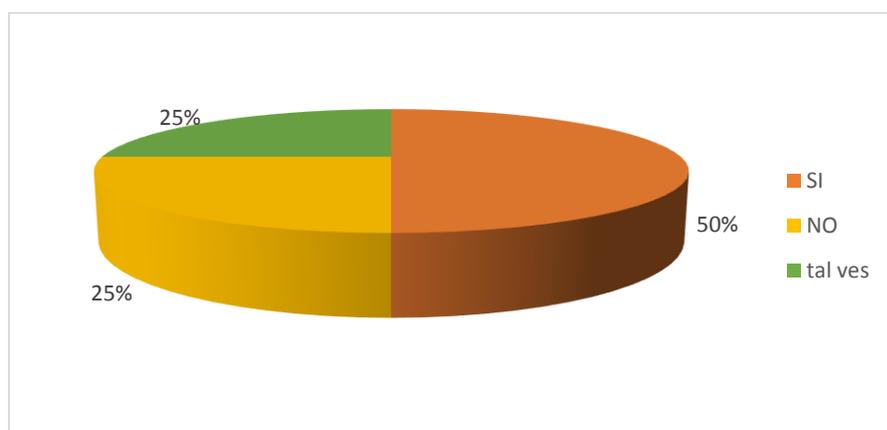


Gráfico 2 *Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales*

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas aplicadas el 50% considera que Design Thinking si es un proceso de innovación para los medios de comunicación, el 25% manifiesta que no es innovador y el 25% indica que talvez, se deduce que el proceso si es innovador para cualquier medio de comunicación digital.

3. ¿Considera usted que al aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia?

Tabla 7

Aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia.

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	60	75%
No	20	25%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida

Lissette Fuente: Seguidores de la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”

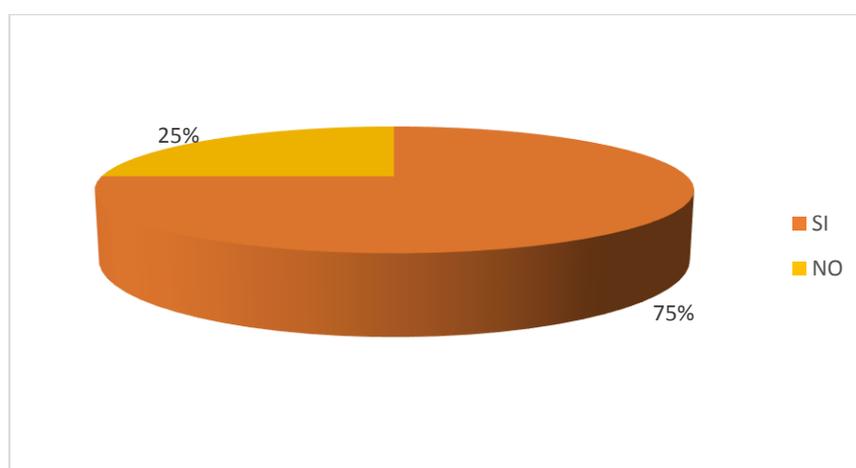


Gráfico 3 *Aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia.*

Análisis e interpretación

La encuesta aplicada muestra que el 75% considera que al aplicar Design Thinking en los medios digitales si se logra obtener mayor audiencia y el 25% menciona que no. Esto se resumen que al aplicar este proceso si puede aumentar la audiencia, lo cual beneficia al medio de comunicación digital.

4. ¿De acuerdo a sus conocimientos considera usted que Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?

Tabla 8

Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	48	60
No	32	40
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida

Lissette

Fuente: Seguidores de la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”

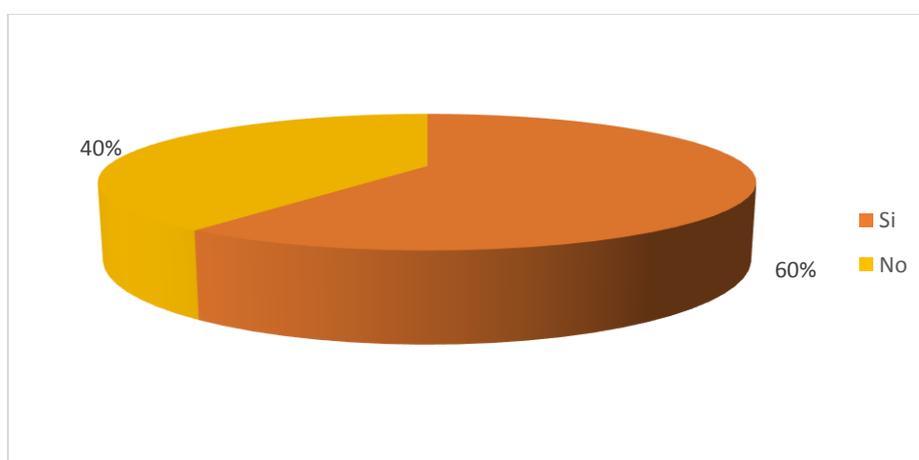


Gráfico 4 *Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.*

Análisis e interpretación:

El 60% de los encuestados confirma que Design Thinking si aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, y el 40% considera que no, es decir que se conforma con lo cotidiano.

5. ¿Cree usted que el uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?

Tabla 9

El uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Si	32	40%
No	24	30%
Tal vez	24	30%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Fuente: Seguidores de la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”

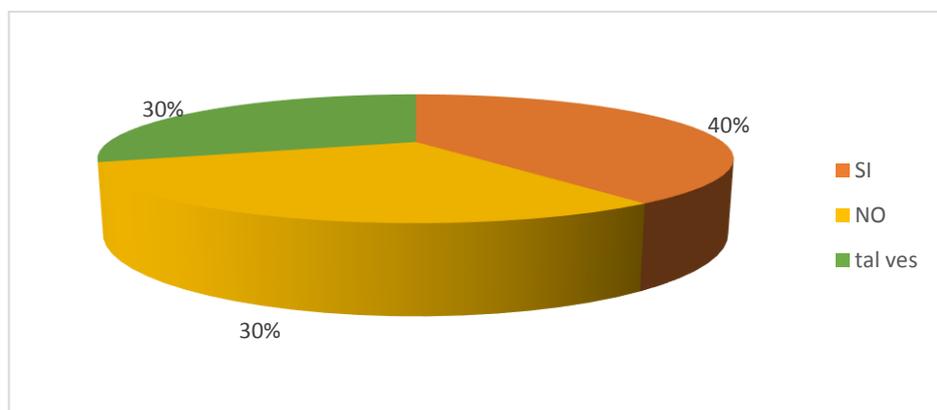


Gráfico 5 *El uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.*

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas aplicadas el 40% considera que la guía metodológica Design Thinking si innovara a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, el 30% menciona que no y el otro 30% indica que talvez.

Por lo tanto, la guía metodológica Design Thinking si innovara a la plataforma digital, la cual será de gran ayuda y mostrara a los espectadores un mejor programa digital.

6. ¿Piensa usted que únicamente se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias?

Tabla 10

Se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	16	20%
No	40	50%
Tal vez	24	30%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida Lissette

Fuente: Seguidores de la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”

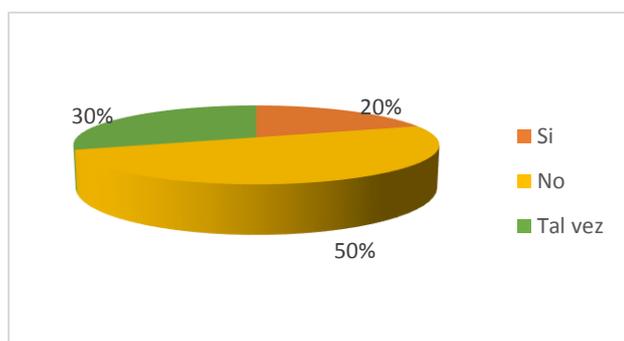


Gráfico 6 *Se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias*

Análisis e interpretación:

Para los habitantes de la ciudad de Portoviejo, de las personas encuestadas el 50% únicamente se deben utilizar esta metodología como el Design Thinking, no obstante, entre el 30% y 20% sostiene que existen más técnicas que servirían para darle un mayor realce a los medios digitales.

Con ello puntualizamos el uso de esta técnica como el Design Thinking como una metodología que se puede lograr emplear de manera exitosa en diversos ámbitos no solo en lo digital para medios de noticias, si no para áreas como servicios financieros u organizaciones sin fines de lucro.

7. ¿Es usted una persona que prefiere leer las noticias a través de un medio digital?

Tabla 11

Preferencia de leer las noticias a través de un medio digital

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	48	60%
No	16	20%
Tal vez	16	20%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida

Lissette

Fuente: Seguidores de la plataforma digital " Todo Noticias Manabí "

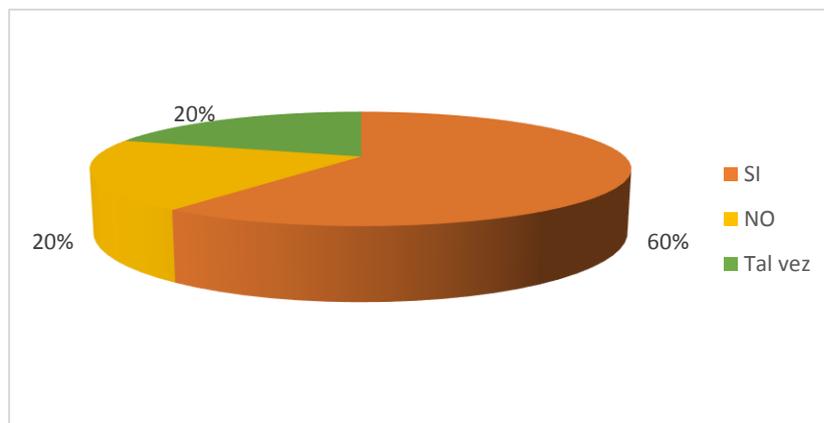


Gráfico 7 *Preferencia de leer las noticias a través de un medio digital*

Análisis e interpretación:

En la actualidad al llegarnos diversas noticias de forma digital y no tanto físicas, existe una mayor preferencia al medio digital, más sin embargo es importante denotar el uso y objetivo que tienen las noticias físicas, y correlacionarlas con el medio digital, como nos demuestra el 60% de las personas encuestadas, donde prefieren empaparse de las noticias desde su Smartphone , lo cual le es más útil y más rápido, sin embargo el 20% mantiene que no, ya que prefieren la lectura física de un periódico y así estar al tanto de lo que sucede en su localidad y el mundo.

8. ¿Estaría dispuesto a conocer las diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación?

Tabla 10

Diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación

ÍTEMS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Si	32	40%
No	24	30%
Tal vez	24	30%
TOTAL	80	100%

Elaborado por: Pesantez Rivera Carmen y Lissette Zambrano Mendoza Siólida
Lissette Fuente: Seguidores de la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”

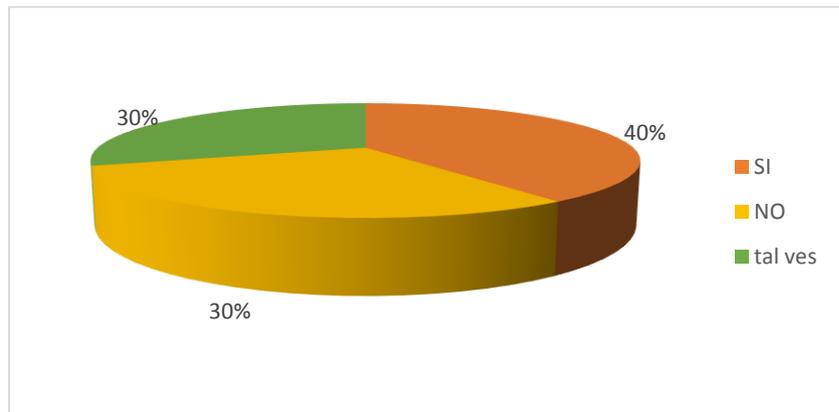


Gráfico 6 Diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación

Análisis e interpretación:

Al existir una predisposición por parte de las personas a conocer herramientas de la metodología Design Thinking y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación, es importante comprender la aplicabilidad del mismo, permitiéndonos innovar en los medios de comunicación tradicionales y digitales. Lo cual el 40% sostiene que si desea tener mayor conocimiento y verlo plasmado en la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

3.6. Resultados de entrevista

Entrevista a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

Entrevistado: Gerente de “Todo Noticias Manabí” Alberto Arias.

1. ¿Conoce usted acerca del Design Thinking?

R= Realmente conozco muy poco, pero comprendo que es una metodología empleada por diseñadores con la finalidad de resolver problemas, proporcionando avances en un escenario futuro.

2. ¿Al conocer brevemente usted acerca de esta metodología, considera usted que el utilizarla le favorecerá al canal digital en atraer mayor audiencia?

R= considero que al ser un medio digital de noticias debemos estar en constante renovación en nuestra área de marketing digital, logrando enganchar la mayor cantidad de público de la provincia en específico, con esta metodología considero que nos ayudara a identificar las necesidades de la audiencia, mejorando nuestro servicio para el consumidor.

3. ¿Considera actualmente que el medio digital “¿Todo Noticias Manabí”, debe optar por la innovación como una plataforma digital que brinda un servicio a la comunidad?

R= actualmente nuestra audiencia se encuentra concentrada en ciertas ciudades de la provincia, teniendo como meta el convertirnos en un ente referente de noticias en digital a través de nuestras redes sociales, creo oportuno el conocer a fondo el manejo de diversas técnicas de marketing digital para cumplir este objetivo y a la vez mejorar nuestro servicio que brindamos a la provincia.

4. ¿Es pertinente la innovación de imagen del medio digital “Todo Noticias Manabí”?

R= Por supuesto señoritas, hoy en día nosotros transmitimos de la manera más sólida posible nuestras noticias de manera ordenada y responsable, pero reconozco que al medio le falta ese plus de cambio de imagen, ya que desde que iniciamos no hemos logrado hacerlo. Gracias a Dios tenemos nuestro público, y con eso nos hemos bastado.

5. ¿Cree usted que deberían proyectarse a transformarse no solo visualmente, en lo que conlleva a toda la plataforma digital?

R= Si claro nos gustaría, sinceramente nos falta más personal y ese empuje de profesionales en marketing o de comunicación para que nos ayude a transformarlo.

6. ¿La forma en la que presenta sus noticias en el medio digital “Todo Noticias Manabí” cree que sea la más adecuada para sus seguidores?

R= No niego que le falta más ímpetu a presentar nuestras noticias, pero de la manera que hemos venido realizando nuestro trabajo es noble, sin daños a terceros.

Y como le menciono si necesitaría ayuda en la presentación digital, como usted menciona innovarnos en ese sentido.

7. ¿Al innovarse “Todo Noticias Manabí” abrirían mayormente su cobertura en noticias?

R= Si bien es cierto nuestro medio es local, es decir nos hemos proyectado a presentar más en lo manabita y de Ecuador, aunque noticias del mundo si presentamos, pero muy poco y si nos logramos innovar por supuesto ya no trataríamos si no ya presentaríamos más cobertura en presentar las noticias.

8. ¿Cree usted que si necesitaría profesionales como de comunicación digital o de marketing digital para que innove su empresa?

R= Yo confío bastante en el profesional, si necesitamos esa ayuda ya que nosotros hemos llegado si bien es cierto a medios como Facebook, pero nos faltaría esa idea innovadora de subir noticias de una manera más atractiva hacia el público.

9. ¿Todo Noticias Manabí ha pensado de manera más competitiva con otros medios digitales?

R= El ser competitivo está bien, aunque nosotros hemos hecho nuestro trabajo honesto sólidamente como le comento, los medios digitales manabitas que se encuentran en redes bajo mi perspectiva tampoco las encuentro tan innovadoras como ustedes ya me han explicado, yo creo que para todos los medios digitales manabitas nos falta ese plus no solo visual si no también competitivo.

10. ¿Con este preámbulo que nos puede asegurar que deberían tomar la iniciativa de mejorar de manera innovadora la plataforma digital manabita “Todo Noticias Manabí”

R= Sinceramente señoritas gracias a esta entrevista, creo que me ha abierto más la mente, pues este negocio aunque le falta ser más competitivo, existe la competencia, pero fuera de eso si quisiera innovarme con la metodología que ustedes mencionan con la ayuda de los profesionales, y llegar así ser un medio si más ordenado pero jamás olvidando nuestros principios , nuestra humildad que nos representa, porque así somos los manabitas, de verdad les agradezco por darme esa chispa , esa idea innovadora para ponerla en práctica en “ Todo Noticias Manabí”, así que ténganlo por seguro.

Entrevista dirigida a Últimas Noticias Portoviejo

Entrevistado: Administrador de “Últimas Noticias Portoviejo” Héctor Villareal

1. ¿Conoce usted acerca del Design Thinking?

R= Sinceramente tengo muy poco conocimiento acerca de Design Thinking, pero entiendo que es una técnica que se aplica en cuanto al marketing.

2. ¿Al conocer brevemente usted acerca de esta metodología, considera usted que el utilizarla le favorecerá al canal digital en atraer mayor audiencia?

R= Sin duda alguna el medio digital debe estar en constante innovación o renovación en cuanto su publicidad, por ello, considero que es necesario aplicar esta metodología ya que se puede obtener grandes beneficios.

3. ¿Considera actualmente que el medio digital “¿Últimas Noticias Portoviejo”, debe optar por la innovación como una plataforma digital que brinda un servicio a la comunidad?

R= Si, es necesario emplear una nueva innovación como lo es una plataforma digital con la finalidad de obtener mayor audiencia y satisfacer a los espectadores o a la comunidad.

4. ¿Es pertinente la innovación de imagen del medio digital “ Últimas Noticias Portoviejo”’?

R= Claro que sí, ya que es un programa que tiene su orden e informar, por lo tanto, los usuarios tienen la necesidad de observar (imágenes).

5. ¿Cree usted que deberían proyectarse a transformar no solo visualmente, en lo que conlleva a toda la plataforma digital?

R= Si claro esto ayudara mucho al medio digital, es decir transforma lo habitual.

6. ¿La forma en la que presenta sus noticias en el medio digital “Últimas Noticias Portoviejo” cree que sea la más adecuada para sus seguidores?

R= Considero que necesita de nuevos cambios ya que los usuarios exigen más, por ello, se debe trabajar e innovar la manera de informar.

7. ¿Al innovarse “Últimas Noticias Portoviejo” abrirían mayormente su cobertura en noticias?

R= considero que al innovar este medio comunicación el objetivo es llegar y posesionar en todo Manabí.

8. ¿Cree usted que si necesitaría profesionales como de comunicación digital o de marketing digital para que innove su empresa?

R= Considero que el personal actual, poseen capacidades y habilidades eficientes, capaces para hacer que la comunicación digital tenga su propia innovación, pero se requiere también de creatividad y es necesario contratar a otra persona.

9. ¿Últimas Noticias Portoviejo ha pensado de manera más competitiva con otros medios digitales?

R= sin duda alguna la competencia crece cada día más, por ello es necesario realizar renovaciones o innovaciones que ayude a la plataforma Últimas Noticias Portoviejo.

10. ¿Con este preámbulo que nos puede asegurar que deberían tomar la iniciativa de mejorar de manera innovadora la plataforma digital manabita “Últimas Noticias Portoviejo”?

R= considero que sí, debo considerar en aplicar la metodología Design Thinking, para innovar la plataforma digital, es decir que le hace falta nuevas cosas que llame la atención del espectador.

3.7. Análisis de la entrevista

Las entrevistas fueron dirigidas a un representante de cada medio de noticias “Todo Noticias Manabí” y “Últimas Noticias Portoviejo”

Una vez acabado el proceso de recogida de datos se realizará un análisis a raíz de los múltiples resultados obtenidos a través de la aplicación de la entrevista como técnica cualitativa de la investigación. De la información recogida, se establece que, la entrevista fue realizada al señor Alberto Arias, personal encargado de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” y al señor Héctor Villareal administrador de “Últimas Noticias Portoviejo” para indagar sobre la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking en la empresa.

Los entrevistados, fueron muy sinceros al reconocer que conocía muy poco acerca del Design Thinking, sin embargo, si comprendía que era una metodología empleada por diseñadores con la finalidad de resolver problemas, proporcionando avances en un escenario futuro.

Lo cual al reconocer ello los entrevistados, si requiere de profesionales que mejoren de una manera más innovadora el medio digital, para así darle mayor competitividad a la plataforma, ya que, aunque le falte innovarse, nos menciona que los medios digitales manabitas tampoco se han innovado, y eso ha creado que no exista un realce al presentar las noticias de manera más captable hacia el público.

Además, fueron muy enfático en recomendar que, los medios digitales de noticias deben estar en constante innovación en el área del marketing digital, logrando

enganchan la mayor cantidad de público de la provincia en específico, para poder identificar las necesidades de la audiencia, mejorando sus servicios para el consumidor. Otro de los puntos esenciales de la entrevista, fue que, la meta de este medio digital se encamina a convertirse en un referente de noticias por el medio digital a través del uso de las redes sociales.

Las entrevistas efectuadas tuvieron como finalidad conocer la postura de “Todo Noticias Manabí” y “Ultimas Noticias Portoviejo” frente al concepto de la metodología “Design Thinking”, para conocer el alcance de la aplicación de este método para su organización. Además, se recolectaron datos necesarios para establecer las necesidades del medio digital, frente a la problemática central de la investigación.

3.8. Análisis de resultados

Si “Todo Noticias Manabí” aplica el Design Thinking, permitirá a la empresa conectar de mejor manera con la audiencia. Además, la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, actualmente cuenta con 21.324 seguidores y 13.341 me gusta, de una población como en Portoviejo que cuenta con 280.029 habitantes aproximadamente, es decir que del medio informativo “Todo Noticias Manabí” solo llega al 6,12% de seguidores del total de la población señalada.

Donde para la resolución de problemas de forma innovadora, como lo es rediseñando el servicio, encontrando la importancia del uso de esta técnica, comprendiendo su uso, logrando conectar con la audiencia, y un posicionamiento innovador y beneficioso para la empresa, enfatizando la crítica a la funcionabilidad de la plataforma digital como un medio de noticia innovador, pero que no explota al máximo los beneficios de ser un noticiero totalmente digital.

Conociendo el manejo de las diferentes redes sociales, se recomienda la metodología del Design Thinking, permitiéndole el trabajo en equipos o áreas de manera creativa, teniendo una gran aplicabilidad en todos los sectores productivos, como solución de problemas.

Con la ayuda de la aplicación de las técnicas de la metodología del Design Thinking, se estima que, se generará un incremento de aproximadamente del 30% de los seguidores y me gustas que actualmente posee, debido a que, las estrategias a aplicar, tienen como objetivo principal enganchar a un mayor número de espectadores, quienes serían los beneficiarios directos de la aplicabilidad de las técnicas del Design Thinking.

3.9.Comprobación de hipótesis

Objetivo general	Hipótesis general	Interpretación
<p>- Determinar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking como metodología para la innovación de la plataforma digital Todo Noticias Manabí.</p>	<p>El uso de la aplicabilidad del “Design Thinking” (pensamiento de diseño) genera una innovación en la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”</p>	<p>Durante la investigación se demostró la importancia de la aplicación del Design Thinking en un medio de comunicación digital y su relación con los seguidores de la Plataforma Digital “Todo Noticias Manabí”, para la obtención de una mayor audiencia de forma más innovadora,</p>

		<p>convirtiéndose en un medio de comunicación provincial y nacional, con ayuda de las técnicas que se plantearon en el desarrollo de la investigación, las cuales, serán realizadas por los integrantes de la empresa “Todo Noticias Manabí”</p> <p>Empatizar comunicándose constantemente con los seguidores de la página online para obtener información relevante, en cuanto a las necesidades de los usuarios, tomando en cuenta, el tipo de noticias que quisieran conocer, así como también las noticias que prefieran censurar, las oportunidades laborales o académicas ofertadas a través de este medio de</p>
--	--	---

		<p>comunicación y entre otros beneficios que se les puede ofrecer a los usuarios, de esta forma, se podrá comprender verdaderamente, cual es el tipo de información que los usuarios prefieren observar.</p> <p>Otra de las formas de aplicación del Design Thinking, es escuchando directamente la opinión de los usuarios, tomando en cuenta sus necesidades, sus problemas y sus ideas, para mejorar la situación de la empresa por el medio online.</p> <p>Otra de las técnicas para el desarrollo del Design Thinking sería desglosar y diseñar ideas que permitan resolver la falta de espectadores, que posee</p>
--	--	--

		<p>“Todo Noticias Manabí, transmitido por Facebook. Finalmente, es esencial configurar y probar un prototipo, el cual, debe ser creado basado en la postura de los espectadores ante los posibles cambios a efectuar en el modelo de marketing que ha llevado consigo la empresa hasta la actualidad, para valorar el rendimiento que tendría sobre el nivel socioeconómico de “Todo Noticias Manabí”.</p> <p>A través, de esta metodología se puede entender las necesidades de los pensamientos, necesidades de los clientes, reduciendo riesgos y apuntando a</p>
--	--	--

		<p>conseguir grandes éxitos dentro del negocio.</p> <p>Se pudo comprobar la hipótesis, debido a que, los resultados evidenciaron que es necesario enfatizar en el conocimiento y uso diverso de esta técnica digital, enfocándose principalmente en la población que no comprende su uso respectivamente y reforzando conocimientos sobre las personas que si la comprenden.</p>
--	--	--

Objetivos específicos.	Hipótesis específicas	Interpretación.
- Definir el tipo de innovación que debe aportar el Design Thinking en la captación de mayor audiencia en	La aplicación de la metodología del Design Thinking que permite innovar los medios de	Durante la investigación, se logró comprobar esta hipótesis puesto a que, se analizó la importancia de la

<p>los medios de comunicación digitales.</p>	<p>comunicación digitales.</p>	<p>aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, a través de una encuesta realizada a 80 personas. Quienes formaban parte del número de seguidores de dicha plataforma digital.</p>
<p>Analizar la importancia de la aplicabilidad de Design Thinking para la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.</p>	<p>La aplicabilidad del Design Thinking innovaría la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, puesto a que, se aplicarían técnicas especializadas en este tipo de metodología ya analizadas con anterioridad</p>	<p>A través de la investigación se estableció que, el Design Thinking es una metodología eficaz, la cual, puede emplearse en varios ámbitos de la sociedad, esto quiere decir, que no solo sería útil en medios digitales, sino que también,</p>

		<p>innovaría a los servicios financieros u organizaciones sin fines de lucro. Por lo tanto, se puede manifestar que el Design Thinking permitirá que “Todo Noticias Manabí”, puedan realizar diseños de publicaciones periodísticas online que vayan encaminadas al interés del lector, obteniendo así una plataforma novedosa, creativa y principalmente llamativa para los espectadores. Finalmente, es importante</p>
--	--	--

<p>- Proponer un plan de acción para el uso de la guía metodología Design Thinking* para mejorar la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí</p>	<p>Establecer un indicativo específico para la aplicabilidad de la metodología “Design Thinking” sobre la empresa objeto de estudio.</p>	<p>mencionar que el Design Thinking otorgara al medio digital, organización, planificación y elementos más ágiles para su uso, que no solo vayan acorde a lo que piense o requiera el usuario sino también haciendo más fácil la labor de los productores de la información.</p> <p>Durante la realización de esta información se comprobó la hipótesis, puesto a que, se establecieron técnicas que tienen la capacidad de mejorar la comunicación dentro de los equipos</p>
---	--	---

		multidisciplinarios, pero también es muy cautivador por permitir el fácil uso para los no expertos durante la aplicación del método Design Thinking
--	--	---

5. Capítulo V - Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Se concluye que tipo de innovación que debe aportar Design Thinking es la innovación lineal ya que le genera valor al cliente desde el primer enganche y sobre todo le permite analizar los efectos de la tecnología sobre la producción y el consumo de la información en los usuarios señalando la influencia del avance tecnológico en la actualidad y así una mayor captación de audiencia en los medios de comunicación digitales.
- Design Thinking es un método importante para el diseño de productos o servicios dentro del marketing, el cual, utiliza estrategias de carácter: integral, emocional y experimental, para poder entender las necesidades de los pensamientos, necesidades de los clientes, reduciendo riesgos y apuntando a conseguir grandes éxitos dentro del negocio, utilizando sus etapas como empatía, definir, ideación, prototipar y evaluar. Donde una vez que se aplicaron y se analizaron sus etapas para la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” se determinó la importancia de la aplicabilidad del Design Thinking, ya que se considera que es innovador para su plataforma y para todos los medios de comunicación digitales.
- Al aplicar el plan de acción propuesto, donde se busca ejecutar en totalidad la guía metodología Design Thinking para así aumentar la audiencia de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, lo cual beneficiará a la empresa de forma positiva que trasmite “Todo Noticias Manabí”, logrando satisfacer a sus seguidores, para así llegar a convertirse en un medio de comunicación provincial y nacional.

5.2.Recomendaciones

- Es de gran importancia que el medio de comunicación online “Todo Noticias Manabí” comprenda a profundidad la aplicabilidad de la metodología de Design Thinking, para lograr la captación masiva de espectadores y sobre todo la constancia de mantenerse de manera innovadora.
- Es de carácter relevante, aplicar una serie de dinámicas de Design Thinking para ayudar a resolver rápidamente, los problemas suscitados en la presente investigación, a través de la aplicación de dinámicas tales como: La puesta en escena del servicio, la creación de escenario, el uso de un mapeo de jornada del usuario y la elaboración de una encuesta cultural, para poder comprender con exactitud la postura de los espectadores.
- Debido a la falta de conocimiento de la metodología Design Thinking en los medios digitales, lo cual se requiere de un plan estratégico, por medio de capacitaciones que brinde la Carrera de Comunicación y de la carrera de Marketing de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, hacia los medios digitales a nivel local sobre la importancia de la aplicabilidad Design Thinking , para que así logren innovarse no solo en su imagen, si no de la importancia de conocer bien a sus seguidores utilizando la empatía y de acuerdo a ello lleguen a captar mayor audiencia, dando un imagen con noticias innovadoras, reales y confiables con un enganche que agrade al espectador.

6. Capítulo VI - Propuesta

OBJETIVO III

1. Título de la propuesta

Ejecutar de un plan de acción aplicando la guía metodología Design Thinking para aumentar la audiencia de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

2. Periodo de ejecución

El periodo previsto para la innovación de la plataforma es de 3 meses.

3. Fecha de inicio

La propuesta inicia en enero del 2022.

4. Fecha de finalización

La propuesta finaliza en marzo del 2022.

5. Beneficiarios

Directos

Los beneficiarios directos de esta innovación a la plataforma “Todo Noticias Manabí”, será el público o la audiencia que acude a dicha plataforma a informarse de los sucesos que ocurren a diario dentro de la provincia y el mundo.

Indirectos

Los beneficiarios indirectos serán los empleados del medio digital, ya que el uso de la metodología del Design Thinking, permite una mayor facilidad al momento de plasmar el contenido informativo.

6. Ubicación sectorial y física

Av. de Ejército y calle España.

7. Medio Ejecutor

Plataforma digital “Todo Noticias Manabí”

8. Introducción

El Design Thinking o pensamiento de diseño es un método moderno de servicios de marketing, el cual utiliza distintos tipos de estrategias como pueden ser integrales, emocionales o experimentales, con el objetivo de entender las necesidades de los clientes o las necesidades de los pensamientos de los clientes para así poder conectar de mejor manera con su público.

Por lo que, la aplicación de la metodología del Design Thinking permite incursionarse en el uso de las TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en este caso en específico en su aplicabilidad en el medio digital “Todo Noticias Manabí”, con una visión moderna que facilitara a esta plataforma informativa a generar contenido innovador y llamativo para sus espectadores.

9. Justificación

La aplicación de la metodología del Design Thinking en la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, permitirá que la audiencia Manabita se interesa más por el contenido generado en dicha plataforma, pues las estrategias de innovación que se proponen mediante el Design Thinking tiene como objetivo inculcarse en un paradigma innovador.

10. Objetivos

Objetivo General.

Generar estrategias metodológicas alrededor del Design Thinking en la plataforma “Todo Noticias Manabí”.

Objetivos específicos.

- ✓ Analizar la factibilidad de la metodología de diseño del Design Thinking en la plataforma “Todo Noticias Manabí”.
- ✓ Demostrar los beneficios que tendrá la aplicabilidad de la innovación de la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.
- ✓ Identificar a los responsables directos de la innovación de la metodología de diseño del Design Thinking para la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”.

11. Análisis de factibilidad.

La factibilidad de esta propuesta radica en el mejoramiento que tendrá la plataforma digital “Todo Noticias Manabí” mediante las estrategias del Design Thinking que permitirán sin lugar a duda generar un cambio positivo en la parte publicitaria de la misma, mejorando su audiencia y ampliando la cobertura de sus noticias. Por lo tanto, es factible debido a que cuenta con recursos materiales, humanos para la realización del trabajo.

12. Plan de acción

La estrategia de aplicación de la metodología del Design Thinking potenciaría la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, basado en su eje principal la innovación. Se gestiona los recursos como servicio de internet, telefonía, oficina, tecnología, movilización, material bibliográfico y otros recursos que permitirán desarrollar dicha

propuesta, como es el caso del diseñador gráfico encargado de realizar el distinto material publicitario en el cual se publicarían las noticias en la plataforma digital.

Este plan de acción se desarrolla de acuerdo a las etapas de Design Thinking, tales como:

- **Empatía**

De acuerdo a López & Molinari (2017), en este punto se debe observar las necesidades del espectador, con la finalidad de satisfacer e involucrarse más con la audiencia, es decir brindar un programa agradable donde el usuario se sienta cómodo.

- **Definir**

Así como concuerda BBVA (2015), que esta etapa se define claramente el resto del proyecto, por lo tanto, la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, no emplea al máximo su publicidad digital, por ello, con la metodología de Design Thinking se pretende aumentar la audiencia, mediante el marketing de la comunicación digital.

- **Ideación**

Ante ello, Brown (2008), menciona que esta etapa se generan ideas de solución al problema previamente definido, por ende, en esta etapa se pretende diseñar un mejor logo y presentación para la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”, que sea llamativo y se quede en la mente del espectador.

- **Prototipar**

De acuerdo Stickdorn & Schneider (2011) manifiestan que busca materializar a pequeña escala la idea de solución.

A continuación, se presenta las ideas planteadas:

✓ **Beneficios de la innovación digital en la plataforma digital “ Todo Noticias Manabí”**

En equipo con el área de marketing de la empresa, se elaborará una nueva imagen para las redes sociales de “Todo Noticias Manabí”, con la finalidad de dar innovación a la plataforma de comunicación y exponer el adecuado empleo de la metodología de Design Thinking:

Logo antes de la innovación:



✓ **Propuestas para la innovación digital para “ Todo Noticias Manabí”**



Logo innovador “Todo Noticias Manabí”.

- ✓ Innovación digital en redacción y presentación de las noticias de la localidad

INVITADO

TNM
PLATAFORMA DIGITAL

@NOTICIASTNM
LIVE STREAM

Manuel Mera
DIRECTOR DE DESARROLLO SOCIAL GPM

ENTREVISTA EN VIVO DESDE PLAZA LAGO
VIERNES 10 DE SEPTIEMBRE DE 2021 - 20:30

TNM
PLATAFORMA DIGITAL

BREAKING NEWS

José Moreira

POZA SÉPTICA EN PORTOVIEJO
El municipio de Portoviejo contempla el plan de drenaje 2022

NOTICIAS EN VIVO
10:00

- **Evaluar**

De acuerdo a los problemas detectados anteriormente, con la implementación de la metodología de Design Thinking, se ha establecido soluciones, que, sin duda alguna ha beneficiado a la plataforma digital, debido a que ha aumentado la audiencia, utilizando la etapa de ideación y, por ende, existirá mayor fidelidad de sus seguidores. Cabe mencionar que la información que se transmite en “Todo Noticias Manabí” se presenta de manera más confiable, de manera profesional y sobre todo de una manera clara, precisa y concisa hacia el espectador.

13. Administración de la Propuesta

La administración de la propuesta se encuentra supervisada por el licenciado en Ciencias de la Comunicación, asumiendo la responsabilidad de:

- ✓ Coordinar la implementación de estrategias en los contenidos multimediales, para efectuar la propuesta de comunicación
- ✓ Dar cumplimiento en los lineamientos, establecidos en el plan de estrategias en los contenidos multimediales, por medio de las plataformas digitales
- ✓ Constatar que la propuesta se encuentre en relación con el tiempo previsto con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados a corto, mediano y largo plazo.

14. Responsabilidades

- ✓ El **Gerente General**, es responsable de velar y visualizar la aplicabilidad de la metodología de Design Thinking, en toda la empresa.
- ✓ El **Community Manager** del medio digital “Todo Noticias Manabí” administrar el uso de las diversas herramientas digitales, en pro de la

comprensión y mejoramiento de las herramientas digitales para mejorar el servicio compartido a la comunidad.

- ✓ El **Personal Interno** es responsable de aplicar las herramientas, manteniendo una comunicación fluida, y aplicando los conocimientos previos acerca de las diversas herramientas de marketing que aplican e imparten el gerente y el community manager.

15. Plan de Monitoreo y Evaluación

La evaluación de los resultados efectuados en el medio digital “Todo Noticias Manabí”, a través de la ejecución de estrategias para comprender la necesidad del uso de Design Thinking, como herramientas metodológicas, aplicadas en la empresa, al igual que la necesidad de dar capacitación al personal de la empresa acerca de las herramientas metodológicas de marketing, mejorando el servicio dado al público.

16. Presupuesto

Cantidad	Recursos	Valor Total
2	Servicio de Internet	\$80,00
2	Servicio de telefonía	\$60,00
2	Materiales de oficina	\$30,00
2	Material de tecnología	\$30,00
2	Logística y movilización	\$70,00
2	Material bibliográfico, impresión	\$50,00
Total		\$320,00

17. Cronograma de la propuesta

Actividades	FEBRERO				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Socialización de la de metodología a emplear por la empresa	■	■										
Identificación y selección del problema.		■										
Selección de la metodología Design Thinking			■									
Buscar y seleccionar personas capacitadas en la metodología				■	■							
Capacitar al personal completo de “Todo Noticias Manabí”						■						
Estructurar un plan de acción por áreas enfocados en la metodología							■					
Capacitar al área de marketing constantemente							■					
El área de marketing reestructurar su plan de acción con Design Thinking								■				
Elaboración de nueva imagen de “Todo Noticias Manabí”									■			
Exposición en todas las redes sociales de la nueva imagen “TNM”									■			
Identificar niveles de aceptación de la nueva imagen										■		
Análisis e interpretación de la metodología empleada											■	
Estructurar un plan de acción general con la metodología Design Thinking												■

BIBLIOGRAFÍA

- Arias Bareño, E. O. (1 de julio de 2020). Integración de Lean, Design Thinking y Agile en la gestión de proyectos. *SIGNOS, investigación en sistemas de gestión*, 12(2), 161-174. doi:<https://doi.org/10.15332/24631140.5942>
- BBVA. (2015). *DESIGN THINKING*. Obtenido de Innovation Center:
https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2017/10/ebook-cibbva-design-thinking_es_1.pdf
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Bussines Review*, 4-92. Obtenido de <https://bit.ly/2lsW3U0>
- Carlgren, L. (2013). *Design Thinking as an Enabler of Innovation: Exploring the concept and its relation to building innovation capabilities*. Obtenido de (Tesis de doctorado, Chalmers University of Technology, Departamento de Gerencia de Tecnología y Economía Gothenburg, Sweden): <https://bit.ly/2KXnsyq>
- Castillo, B. (14 de octubre de 2020). *guiauniversitaria.mx*. Obtenido de 6 tipos de métodos de investigación : <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Chou, D. C. (2018). Applying “Design Thinking” method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 55, 73-79. doi:
<https://doi.org/10.1016/j.csi.2017.05.001>
- Cibercorresponsales. (2018). *El papel de los medios de comunicación*. Obtenido de <https://www.cibercorresponsales.org/pages/el-papel-de-los-medios-de-comunicacion>

Conexionesan. (17 de febrero de 2019). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de El proceso del Design Thinking: los pasos principales para desarrollarlo:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/02/el-proceso-del-design-thinking-los-pasos-principales-para-desarrollarlo/>

Diaz, S. (2009). Plataformas Educativas, un entorno para profesores y alumnos. *Revista Digital Para profesionales* , 2-8.

EXE Digital Business School. (diciembre de 2019). *exe.education*. Obtenido de <https://exe.education/noticias/9-tips-para-periodistas-que-quieran-aprovechar-el-nuevo-ecosistema-digital/>

Garcia, A. (2018). Design Thinking en medios de comunicación. *Revista Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2018/03/design-thinking-en-medios-de-comunicacion.html/?ref=gesr>

Gavilanes, I. (2018). Design Thinking aplicado al desarrollo de la marca-ciudad y productos gráficos del Cantón San Fernando. *Tesis de Diseñador Gráfico*. Universidad de Cuenca, Cuenca. Obtenido de <file:///C:/Users/sonia/AppData/Local/Temp/Trabajo%20de%20titulacion.pdf>

Hasso Plattner Institute of Design at Stanford . (08 de Agosto de 2017). *Guía del proceso creativo: Introducción al Design Thinking*. Obtenido de [e https://stanford.io/2vGoNyr](https://stanford.io/2vGoNyr)

Irigaray, J. (27 de julio de 2020). *EAES Business School*. Obtenido de Design thinking: qué es y cuales son sus características: <https://retos-directivos.eae.es/design-thinking-que-es-caracteristicas-y-fases/>

- Johansson, U., & Woodilla, J. (2010). *How to avoid throwing out with the bath water: An ironic perspective on design thinking*. EGOS Colloquim .
- Llerena, G., & Terrones, C. (2011). El Design Thinking aplicado en el desarrollo de un Sistema de Información, permite incrementar la satisfacción de los operarios al reducir los tiempos de atención de Capital Humano. *Tesis Posgrado*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.
- Lopez, J., & Molinari, F. (2017). *DESIGN THINKING*. Obtenido de Be Lean Up: <https://fundacionpersan.org/web/uploads/formacion/Creatividad.%20Design%20Thinking.pdf>
- Mayfield, M. (2011). Innovation. *Encyclopedia of Creativity*, 658-666. Obtenido de e <http://bit.ly/2mlFRWG>
- Pereira P., Z. (30 de junio de 2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación:Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15(1), 15-29. Obtenido de file:///C:/Users/sonia/AppData/Local/Temp/Dialnet-LosDisenosDeMetodoMixtoEnLaInvestigacionEnEducacio-3683544.pdf
- Pereira, J. C. (2018). “Design Thinking” Integrated in Agile Software Development: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 138, 775-782. doi:. *Procedia Computer Science*, 138, 775–782. doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.101>
- Pérsico, A., & Ezcurra, H. (2016). *Design Thinking y el Reto de la Innovación en el Sector Público*. MINEDU.
- Ruiz, J. J. (2015). *Propuesta de un modelo metodológico para el diseño de servicios innovadores en pymes: estudio de caso en una pyme del sector servicios*.

Universidad de Murcia, España. Obtenido de

<http://hdl.handle.net/10803/362380>

Schlegelmilch, B., Diamantopoulos, A., & Kreutz, P. (2003). Strategic innovation: the construct, its drivers and its strategic outcomes. *Journal of Strategic Marketing*, 117-132.

Serrano, M., & Blázquez, P. (2015). *Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC Editorial.

Stickdorn, M., & Schneider, J. (2011). *This is service design thinking*. John Wiley & Sons, Inc.

Tesis de Investigadores. (31 de mayo de 2013). *tesisdeinvestig.blogspot.com*.

Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/05/tipos-de-investigacion.html>

Todo-Noticias-Manabí. (2018). *Facebook.com*. Obtenido de

<https://www.facebook.com/Todo-Noticias-Manab%C3%AD-2053807901524857>

Volkova, T. &. (2016). “Design Thinking” as a business tool to ensure continuous value generation. *Intellectual Economics*, 10(1), 63-69.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.intele.2016.06.003>

ANEXOS



CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA APLICADA A LOS CIUDADANOS DEL CANTÓN
PORTOVIEJO.

ESTA ENCUESTA ES PARA FINES INVESTIGATIVOS, LE ROGAMOS QUE
LEA DETENIDAMENTE CADA PREGUNTA Y SE LE AGRADECE LA
VERACIDAD EN SUS RESPUESTAS.

Indicaciones:

Marque con una X junto al literal de acuerdo al requerimiento de la pregunta; según la selección de su criterio.

1. ¿Comprende acerca de la metodología de Design Thinking?

Si ()

No ()

2. ¿Cree usted que Design Thinking es proceso de innovación para los medios de comunicación digitales?

Si ()

No ()

Tal vez ()

3. ¿Considera usted que al aplicar Design Thinking en los medios digitales se logra obtener mayor audiencia?

Si ()

No ()

- 4. ¿De acuerdo a sus conocimientos considera usted que Design Thinking aportara de forma positiva a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?**

Si ()

No ()

- 5. ¿Cree usted que el uso de la guía metodología Design Thinking innova a la plataforma digital “Todo Noticias Manabí”?**

Si ()

No ()

Tal vez ()

- 6. ¿Piensa usted que únicamente se debe usar esta metodología como el Design Thinking en medios digitales de noticias?**

Si ()

No ()

Tal vez ()

- 7. ¿Es usted una persona que prefiere leer las noticias a través de un medio digital?**

Si ()

No ()

Tal vez ()

- 8. ¿Estaría dispuesto a conocer las diferentes herramientas del marketing digital y su aplicabilidad en medios digitales de comunicación?**

Si ()

No ()

Tal vez ()



CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevista aplicada al gerente de “Todo Noticias Manabí” y administrador de “Últimas Noticias Portoviejo”.

**ESTA ENTREVISTA ES PARA FINES INVESTIGATIVOS, LE ROGAMOS QUE
LEA DETENIDAMENTE CADA PREGUNTA Y SE LE AGRADECE LA
VERACIDAD EN SUS RESPUESTAS.**

Entrevista

- 1. ¿Conoce usted acerca del Design Thinking?**
- 2. ¿Al conocer brevemente usted acerca de esta metodología, considera usted que el utilizarla le favorecerá al canal digital en atraer mayor audiencia?**
- 3. ¿Considera actualmente que el medio digital “¿Todo Noticias Manabí”, debe optar por la innovación como una plataforma digital que brinda un servicio a la comunidad?**
- 4. ¿Es pertinente la innovación de imagen del medio digital “Todo Noticias Manabí”?**
- 5. ¿Cree usted que deberían proyectarse a transformar no solo visualmente, en lo que conlleva a toda la plataforma digital?**
- 6. ¿La forma en la que presenta sus noticias en el medio digital “Todo Noticias Manabí” cree que sea la más adecuada para sus seguidores?**
- 7. ¿Al innovarse “Todo Noticias Manabí” abrirían mayormente su cobertura en noticias?**
- 8. ¿Cree usted que si necesitaría profesionales como de comunicación digital o de marketing digital para que innove su empresa?**
- 9. ¿Todo Noticias Manabí ha pensado de manera más competitiva con otros medios digitales?**
- 10. ¿Con este preámbulo que nos puede asegurar que deberían tomar la iniciativa de mejorar de manera innovadora la plataforma digital manabita “Todo Noticias Manabí”?**