

MARCOS DE EXPECTATIVAS

CONTEXTO E IMPACTO

Objetivo: Comprender el contexto más amplio y la intención del cliente.

Reflexión: *“Al investigar proyectos similares en otras ciudades, obtuve inmediatamente información para mi estrategia de diseño.”*

Preguntas clave:

Clima social / político / empresarial:

- ¿Qué desarrollos sociales, políticos o empresariales son relevantes?
- ¿Quién te precedió? ¿Hay otros que ya abordaron este tema?
- ¿Qué otras actividades está organizando el cliente en este contexto?
- ¿Qué más necesitas investigar para mapear el trasfondo y la situación actual?

Lecciones aprendidas

- ¿Qué ha hecho o intentado ya el cliente?
- ¿Qué salió bien o mal en procesos previos?
- ¿Cómo evalúa el cliente esa experiencia?
- ¿Qué quieren evitar o repetir esta vez?

Impacto:

- ¿Cuál es el problema subyacente que el cliente intenta resolver?
- ¿Cuál es el impacto deseado a corto y largo plazo?

Métodos posibles: Mapeo de las partes interesadas (“stakeholders”), análisis de tendencias, diarios de usuario, grupos focales, entrevistas.

NECESIDADES Y CAPACIDADES DE DISEÑO

Objetivo: Determinar qué tipos de habilidades y procesos de diseño se requieren.

Reflexión: *“Al principio pensé que tenía que diseñar un nuevo producto, pero resultó que se trataba principalmente de guiar un cambio de comportamiento dentro de un equipo. Eso cambió completamente mi enfoque.”*

Preguntas clave:

Necesidades

- ¿La tarea consiste en crear algo nuevo, mejorar algo existente o facilitar un cambio?
- ¿Se necesita imaginación, análisis, participación, estrategia... u otra cosa?
- ¿Qué tipo de diseñadores o experiencia se requieren?

Método o hoja de ruta

- ¿Qué nivel de apertura o rigidez tiene el encargo?
- ¿Hay métodos, herramientas o formatos preferidos?
- ¿Qué interacciones se esperan y con qué propósito?

Visibilidad

- ¿Qué elementos serán visibles públicamente y qué implica eso en términos de elaboración, diseño o identidad visual?

Métodos posibles: Design Sprint, diseño especulativo, co-creación, pensamiento sistémico, design thinking process, prototipado.

SOLICITUDES Y OBJETIVOS DEL CLIENTE

Objetivo: Analizar lo que se pide explícita e implícitamente.

Reflexión: *“El briefing pedía una campaña, pero entre líneas descubrí que se trataba principalmente de generar apoyo interno.”*

Preguntas clave:

Explícito

- ¿Qué se indica explícitamente en el briefing?
- ¿Cuáles son los requisitos del proceso?
- ¿Cuáles son los entregables?
- ¿Cuáles son los criterios?
- ¿Cuáles son los plazos?
- ¿Cuál es el presupuesto?

Implícito

- ¿Qué no se dice de manera directa, pero se menciona entre líneas?
- ¿Qué no está en el encargo, pero puede inferirse de otras fuentes o de la comunicación de la empresa?

Contradicciones

- ¿Dónde hay contradicciones o ambigüedades?
- ¿Qué oportunidades y riesgos ves en la solicitud?

Métodos posibles: Replanteamiento, reescritura de briefing, definición del problema, encuestas, pruebas de usabilidad.

COLABORACIÓN Y GESTIÓN DE EXPECTATIVAS

Objetivo: Mapear relaciones, roles y responsabilidades.

Reflexión: *“En un proyecto anterior pensé que el asesor de comunicaciones era mi cliente principal, pero resultó ser el concejal. Desde entonces, siempre verifico quién realmente toma las decisiones.”*

Preguntas clave:

Expectativas

- ¿Cómo estableces certezas en un proceso creativo con un final abierto?

Roles

- ¿Qué rol se espera de ti y qué queda fuera de él?
- ¿Qué tan proactivo o reactivo debes ser?
- ¿Quién depende de ti?
- ¿Cómo facilitarás la colaboración con usuarios o actores?
- ¿Cómo involucrarás al cliente durante la tarea?
- ¿Qué resultados intermedios presentarás?

Colaboración

- ¿Quién participa en la supervisión del proyecto?
- ¿Cómo organizarán esta supervisión?
- ¿Qué expertos están disponibles?
- ¿Qué otro apoyo necesitas?

Métodos posibles: *Diseño participativo, mapeo de roles, mapeo del recorrido.*

BRECHAS Y PREGUNTAS

Objetivo: Identificar qué falta o qué te genera una señal de alerta.

Reflexión: *“El briefing mencionaba un evento de lanzamiento, pero no el presupuesto disponible ni la audiencia. Pregunté explícitamente sobre eso para evitar puntos ciegos.”*

Preguntas clave:

Factibilidad

- ¿Hay demandas poco realistas en el briefing?
- ¿Se necesita un conocimiento especializado que tú (aún) no tienes?
- ¿Lo que se pide es muy vago o demasiado específico?
- ¿Se te pide diseñar una solución para un problema complejo?
- ¿Se te alienta a hacer promesas que no puedes cumplir?

Dependencias

- ¿Tu enfoque depende de factores como regulaciones, prototipos o resultados de investigación?
- ¿Tu cronograma depende de factores externos?
- ¿La asignación está gestionada de forma muy vertical (top-down)?
- ¿Qué recursos o herramientas son esenciales, pero no se mencionan?

Otros

- ¿Necesitas invertir tú mismo en el proyecto?

Métodos posibles: Entrevistas, verificación de supuestos (Assumption Busting), Inquiry by Design, Teoría del cambio.