

Clase: El marco para un proyecto exitoso

La utilización de un brief en la realización de cualquier proyecto puede ser de gran utilidad a la hora de definir de qué se tratará y los alcances de éste. También es vital para ayudarnos a mantener el foco en el desafío del proyecto.

El diseño es una disciplina que soluciona problemas. El puntapié inicial para sacar adelante un buen proceso de diseño, es entender cuál es el problema que tiene la compañía y cómo éste puede ser resuelto a través de medios gráficos. Interrogantes básicas, que pueden ser ordenadas y graficadas a través de un Brief.



¿Pero qué entendemos por **Brief**? Es una herramienta utilizada para el desarrollo de cualquier producto o servicio que implique diseño en alguna de sus fases. Y es que el Brief de Diseño es una importante etapa de síntesis, que se traduce en una descripción por escrito de los principales aspectos

de un proyecto. Esto permite que el proyecto pueda ser comunicado y, por ende, socializado con las distintas áreas a cargo del desarrollo de éste.

No hay un formato único para realizar un brief, pero el que finalmente se adopte deberá estar asociado al tipo específico de diseño que se haga. Puede ser diseño: industrial, gráfico, de comunicación o posicionamiento, entre otros. Una de las características esenciales de este documento es que debe ser fácil de leer y debe contener información fácil de encontrar.

Y es que el brief es una herramienta de comunicación y mediación donde convergen distintas áreas del desarrollo de un determinado encargo. Como el formato no es único, encontrar el adecuado para cada solicitud puede llevar tiempo. Se deberá ir probando distintas opciones hasta que se logre encontrar uno que cumpla con las necesidades de la empresa mandante, en términos de discurso y estructura.

Es importante entender que un brief no es un manual, informe o ensayo de lo que se solicita de un proyecto. Es un documento estratégico, cuya meta es ser lo más objetivo, claro y preciso posible. Uno de los aspectos más relevantes de éste es dejar por escrito los objetivos de un proyecto, para evitar luego contradicciones, malos entendidos y subjetividades durante las distintas fases de diseño.

El diseño de un buen brief acota el espacio de trabajo, define lineamientos y establece las coordenadas desde donde nos situaremos para abordar el encargo. En un brief se incluirá contenido estratégico como objetivos comerciales, información relevante de la categoría y tendencias. Además contendrá contenidos de la estrategia de diseño como acciones y entregables.

Un brief de diseño, es también una herramienta de seguimiento del proyecto. Por lo tanto, volver al brief durante el proceso de trabajo permite que éste se transforme en una guía para hacer seguimiento a los hitos que determinan el cumplimiento de los objetivos del encargo.

De esta manera, un buen diseño de brief nos permitirá poder ser más eficientes en nuestro proceso de desarrollo, nos dará foco y nos evitará perder la ruta en medio de nuestro proceso de avance. Muchas veces ocurre que surgen grandes ideas durante el proceso creativo, sin embargo, este entusiasmo a pesar de ser muy valioso, a veces nos distancia de los objetivos fijados para el proyecto. En consecuencia, es aquí donde radica su gran relevancia como

agente fiscalizador del cumplimiento de los objetivos fijados, validando en cada fase o etapa de diseño que se "esté dentro del brief".

Una vez que la empresa ha definido el brief viene la etapa de "entrega de brief". Aquí las partes involucradas se reúnen para revisar el documento, en la que resuelven inquietudes y se discute el proyecto. Se trata de una instancia donde aún se pueden hacer modificaciones, se reciben aportes y observaciones con el fin de realizar ajustes. La idea es que la mayor cantidad de detalles queden claros y contenidos en el documento, esto asegura que el desarrollo de las distintas fases del proyecto sea más fluido.

¿Cuáles son los elementos esenciales de un brief de diseño?



Recordemos que no existe ningún **formato específico para diseñar un brief**. Algunas empresas prefieren un brief con carácter narrativo, otras prefieren establecer cada ítem a modo de bullets o recuadros para ítem. Así también existen otros a los cuales se les incorporan imágenes, gráficos y tablas.

No obstante, sin importar el tono y estilo del **brief** desarrollado, hay ciertos contenidos claves que deben estar presentes como la visión general del proyecto y sus antecedentes, información relevante de la categoría, tipos de audiencias o público objetivo, objetivos comerciales y estrategias de diseño, alcances, tiempos y presupuestos del proyecto.

1. Visión general del proyecto: Es importante poder articular las necesidades y objetivos comerciales del proyecto y los resultados esperados.

2. Información general de contexto: Para un buen desarrollo del proyecto es fundamental describir con claridad las características de la industria en la que se trabajará.

Será importante entender la estrategia comercial en términos de oferta, precios y características específicas de la marca y cómo está posicionada la empresa que encarga el servicio de diseño.

Asimismo, es crucial entender y analizar la competencia. Conocer donde se mueve “el cliente” y las tendencias que movilizan la industria en que se desenvuelve. Conocer este tipo de información, nos ayudará y facilitará el desarrollo de nuestra propuesta de valor y también nos dará las pautas desde donde deberíamos enfocar nuestra estrategia.

3. Descripción del consumidor: Se debe tratar de describir de la manera más completa y clara a nuestro target, considerando: edad, aspectos socioeconómicos, género, características culturales y regionales. Esto último, con especial énfasis cuando abordemos ofertas globales.

4. Capacidades y estrategia de la empresa: Esta descripción es especialmente útil cuando estamos externalizando alguna fase de nuestro proyecto. Esta sección describe a la empresa y sus actividades. De alguna manera es un manifiesto de la filosofía y estrategias de la compañía. Esta descripción permite una mejor comprensión de los fundamentos de la estrategia de negocios y entregará información relevante para alinear al equipo en los aspectos más relevantes a considerar para el proyecto.

5. Objetivos comerciales y estrategia de diseño: Una vez que logremos entender con claridad los objetivos comerciales, sus problemas, soluciones y objetivos, podremos desarrollar una estrategia coherente de diseño. Esta sección declara a modo de "contrato" los acuerdos de solicitudes entre lo que se solicita y lo que se espera. Es por ello muy importante que las partes involucradas en el proyecto estén de acuerdo en el brief y se realicen las modificaciones y adaptaciones en las etapas tempranas de éste. Esta sección de alguna manera será nuestro mapa estratégico tanto de los lineamientos conceptuales como de las soluciones esperadas.

6. Alcance del proyecto, línea cronológica y presupuesto: En esta fase podremos acotar con claridad tiempos y presupuestos, de esta manera tendremos claridad de los alcances de nuestro proyectos y las partes involucradas estarán en conocimiento de qué se entregará en cada etapa. Ganaremos precisión en los tiempos, participantes, roles y presupuestos.

En síntesis, para cualquier profesional que se encuentre liderando o formando parte de un equipo de innovación, el uso de esta herramienta que hemos descrito y que es propia del diseño, le permitirá contar con un “formato” diferente para hacer converger el proceso creativo y, sobre todo, hacer foco en el desafío, más que en sólo una buena idea.

Si en un equipo de alto desempeño, existen profesionales de distintas disciplinas, este documento permitirá articular las capacidades y visiones de cada uno de sus integrantes.

Asimismo, permitirá que las definiciones en torno al proyecto puedan ser comprendidas por todos y facilitará el surgimiento de preguntas claves. Muchas veces, estas interrogantes en etapas tempranas del desarrollo de un proyecto, pueden aumentar el potencial de innovación, reducir los tiempos de desarrollo y favorecer la oportunidad de hacer cambios. Además, pueden disminuir el impacto en la gestión, en caso de que el proyecto no llegue a buen término.

resumen...

- La utilización de un brief en la realización de cualquier proyecto puede ser de gran utilidad a la hora de definir de que se tratará y los alcances de éste. También es vital para ayudarnos a mantener el foco en el desafío del proyecto.
- Un Brief es una herramienta utilizada para el desarrollo de cualquier producto o servicio y es clave para articular sus fases. Es una herramienta de comunicación y mediación donde convergen distintas áreas del desarrollo de un determinado encargo.

- Se trata de un documento estratégico, cuya meta es identificar los indicadores de efectividad del proyecto. En consecuencia, uno de los aspectos más relevantes del brief es dejar por escrito los objetivos de un proyecto y manejar la incertidumbre durante las distintas fases de diseño.
- Un brief de diseño, es también una herramienta de seguimiento del proyecto. Por lo tanto, volver al brief durante el proceso de trabajo permite que este se transforme en una guía para hacerle un seguimiento a los hitos que determinan el cumplimiento de los objetivos del encargo.
- No existe un formato único para diseñar un brief. Dependiendo del ámbito del proyecto, este puede variar en la forma, pero mantiene siempre una estructura que considere mantener el foco en los objetivos del proyecto, siendo estos expresados de modo visual o de texto.
- En síntesis, sin importar el tono y estilo del brief desarrollado, hay ciertos contenidos claves que deben estar presentes tales como; la visión general del proyecto y sus antecedentes, información relevante de la categoría, tipos de audiencias o público objetivo, objetivos comerciales y estrategias de diseño, alcances, tiempos y presupuestos del proyecto.