



## ¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ? ✕

Definir el marco de diseño concretando usuarios, necesidad a resolver y los descubrimientos (insight) de la exploración que justifican la problemática identificada en ese target concreto.

## A TENER EN CUENTA ✕

Tenemos que buscar concreción en la definición del Design Scope, alejándonos de ambigüedades y generalidades. Es tan sencillo (y complejo a la vez) como describir el problema respondiendo: Quién, qué y por qué.

## ¿EN QUÉ CONSISTE? ✕

Consiste en desarrollar una única frase por cada uno de los retos concretando el target y sus necesidades, incluyendo los descubrimientos (insights) que justifican la oportunidad identificada.

Generar una frase que recoge la fase de investigación y define nuestro marco de diseño de cara a los siguientes pasos es clave.

## PASOS >>>

1

Partir de los 3 retos seleccionados.

2

Utilizar la plantilla para construir el marco de diseño de cada uno de los retos.

3

Definir el target, la necesidad identificada y los insights basados en el análisis previo. Tratar de ser concretos y claros en la descripción del Design Scope.

4

Para concretar “quién” debemos basarnos en todo el análisis de usuario realizado previamente: ¿Quién se enfrenta a este reto que hemos identificado?. Podemos recurrir a la descripción de nuestras Personas (ver herramienta Personas).

5

Se debe justificar el reto con descubrimientos claros, tratando de combinar datos cuantitativos y cualitativos.

6

Hacer lo mismo con cada uno de los retos.



\_\_\_\_\_ needs a way to

(WHO)

\_\_\_\_\_ because,

(USER NEED)

\_\_\_\_\_

(INSIGHTS + REFERENCES)

\_\_\_\_\_

(INSIGHTS + REFERENCES)



# WHAT IF?



THE  
FUTURE  
GAME

## ¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ?



Cuando para generar nuevas ideas necesitamos imaginarnos nuevos escenarios posibles y salir de los marcos habituales de ideación.

## A TENER EN CUENTA



La eficacia de esta herramienta reside en gran parte en la tipología de los “What ifs...?” pensados por el facilitador.

## ¿EN QUÉ CONSISTE?



Se trata de idear conjuntamente partiendo de una serie de preguntas que mantienen la estructura del “¿Y si...?” o “¿Cómo podríamos...?”. Estas declaraciones de “¿Y si...” o “¿Cómo podríamos...?” ubican al equipo en una dirección orientada a la solución, optimista y colaborativa. La idea es poner al equipo en distintas situaciones posibles en relación a las soluciones que buscamos. Por ejemplo, en el caso de estar pensando en el lanzamiento de un nuevo producto podríamos plantear las siguientes cuestiones: ¿Y si... el producto fuese una experiencia online? ¿Y si... el producto tuviera múltiples usos?

También podría ser útil:

> En el momento de idear las características concretas de un producto o servicio, y profundizar en la experiencia del usuario, imaginando distintas posibilidades a partir de diferentes “¿Y si...?”

> A la hora de reflexionar sobre el modelo de negocio podemos plantear preguntas que nos ayuden a imaginar posibles escenarios. Por ejemplo: ¿Y si... se tratara de un servicio de suscripción mensual? ¿Y si... cambiáramos los canales de distribución?

## PASOS >>>

1

El/la dinamizador/a de la ideación piensa en cuáles son los 6 what ifs para este caso concreto. Elige y piensa en ellos basándose en el reto a abordar y en el potencial del mismo. Podrá utilizar “¿Y si...?” “¿Cómo podríamos...?” o “¿Qué pasaría si...?”

2

Se recuerda el Design Scope y explica la dinámica. Según el tamaño del equipo se podrá trabajar conjuntamente o en grupos más pequeños de 3/4 personas.

3

Se muestra el primer “What If...?” y se comienza con la dinámica. Contaremos con 2 minutos por cada pregunta.

4

Todos los participantes escriben en 2 minutos todas las ideas que les vengan a la mente partiendo de ese what if.

5

Cada 2 minutos se va cambiando de escenario “What If...?” Todas las personas siguen construyendo ideas hasta finalizar con la dinámica.

6

Se comparten y socializan las ideas que han ido surgiendo en el ejercicio.

# CASE STUDY



THE  
FUTURE  
GAME

## ¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ?

Para buscar casos referentes que puedan inspirarnos en esta fase de descubrimiento. Un Case Study es útil cuando se está tratando de aprender del propósito, proceso y resultados.

## A TENER EN CUENTA

Un Case Study puede combinar datos cuantitativos y cualitativos (lo numérico y lo descriptivo).

## ¿EN QUÉ CONSISTE?

Un estudio implica un examen detallado de un caso, así como sus circunstancias relacionadas. Los Case Study proporcionan lecciones de proyectos para ver qué hicieron y aprendieron los organizadores. Revelan qué funcionó, qué no, cómo lo hicieron y qué harían de manera diferente la próxima vez.

También podría ser útil:

> Los casos de inspiración pueden servirnos en la fase de conceptualización de cara al desarrollo de la idea en sus características más concretas.

## PASOS >>>

1

Identificar cuales pueden ser Case Studies inspiradores. Tener en cuenta mercados análogos, competencia, referentes en el sector.

2

Completar la plantilla herramienta analizando:  
> Qué reto se resuelve.  
> Descripción de la solución.  
> Extracción de los tres aprendizajes principales.

3

Mirar todos los casos generados y elegir los más relevantes para el proyecto.





## ¿CUÁNDO? / ¿PARA QUÉ? ✕

Cuando imaginar diferentes espacios o escenarios puede contribuir a la generación de nuevas ideas para el reto.

## A TENER EN CUENTA ✕

Tratar de seleccionar escenarios diversos, aunque no tengan relación aparente en un inicio con el proyecto.

## ¿EN QUÉ CONSISTE? ✕

Se seleccionan fotografías para representar distintos escenarios: la escuela, la ciudad, zonas rurales, naturaleza, supermercado, hipermercado... Cada fotografía va acompañada del título descriptivo. A partir de cada uno de los escenarios seleccionados se idea por equipos soluciones posibles dentro de ese entorno.

Aunque algunos de los escenarios sean más evidentes debemos tratar de trasladar al grupo a nuevos espacios e imaginar soluciones en ese entorno totalmente nuevo.

## PASOS >>>

1

El/la dinamizador/a de la ideación piensa en cuáles son los 5 escenarios que se van a utilizar en este ejercicio de ideación.

2

Se decide según el número de participantes si idear conjuntamente o en el caso de ser muchos se divide en grupos mas pequeños. Se recuerda cuál es el Design Scope como punto de partida y se explica la dinámica.

3

Cada grupo parte de uno de los escenarios e idea sobre él durante 5'.

4

Cada 5' se rota el escenario a otro de los grupos y se van generando ideas entorno a cada uno de ellos.

5

Se comparten y socializan las ideas que han surgido del ejercicio.

\*Ejemplos: Escuela, entorno urbano, entorno rural, supermercado, empresa, naturaleza...