

Subetapa: Empatía y contexto				
A	E	I	O	U
<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>	<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>	<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>	<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>	<div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>

AEIOU



Subetapa:
Empatía y contexto



Tiempo:
120 min



Dinámica recomendada:
Individual o equipo de innovadores



Materiales aplicación físico:

- Formato impreso (rotafolio)
- Plumones de punto fino



Materiales aplicación digital:

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet



Enlace de descarga:
tooltec.mx



Notas al instructor:
Los dibujos son muy importantes, aunque los participantes también pueden pegar recortes o pegar imágenes relacionadas, incluso fotos que ellos mismos hayan tomado.

AEIOU

Es una herramienta que guía un proceso integral de observación, ya que considera aspectos como, las personas, las interacciones, el ambiente, y los objetos relacionados con un producto/servicio existente. El objetivo es identificar áreas de oportunidad donde se pueden proponer soluciones innovadoras.

Esta herramienta fue diseñada por dos catedráticos del Babson College quienes son expertos en técnicas de empatía y en el pensamiento de diseño.

Esta herramienta permite llevar un proceso de observación sistemático y sobretodo muy completo, lo que es sin lugar a duda el primer paso para todo innovador.

Autor:
Mark Baskinger and Bruce Hanington

Bibliografía:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Referencias adicionales:
www.cse.org.uk/downloads/file/AEIOU-worksheet.pdf

El **AEIOU** es una hoja de trabajo que se divide en 5 partes. Cada sección tiene un apartado de impresiones generales sobre las observaciones, que sirve para analizar y concluir sobre los hallazgos encontrados en dicha sección.

- **Actividades (Activities).** Son las acciones observables en los clientes para completar algo que desea hacer o para adquirir/usar un producto/servicio. Responde a preguntas como: ¿Cuánto tiempo gasta en hacerlo?, ¿Quién lo acompaña?, ¿Quién lo auxilia?
- **Ambiente (Environments).** Se refiere al espacio donde se desarrollan las actividades, y que incluye la atmósfera y el contexto.
- **Interacciones (Interactions).** Se refiere a las interacciones entre las personas, y entre las personas y objetos. Se deben mapear las interacciones más importantes en donde se involucra el cliente, por ejemplo, pedir su comida, recibir su comida, tirar los restos de su comida, etc.

- **Objetos (Objects).** Son todos los elementos clave que forman parte del contexto y que tienen un significado o interacción directa o indirecta con el cliente. Se deben listar los objetos y los efectos que tienen sobre el cliente.
- **Usuarios (Users).** Son las personas (clientes, consumidores, beneficiarios) que están siendo observados. Se busca identificar sus roles y relaciones, e incluso identificar sus valores y prejuicios. Un mismo producto/servicio puede tener muchos diferentes tipos de clientes.

A	E	I	O	U



Paso 1.

Se define qué producto/servicio se va a observar y en qué momento, por ejemplo, compra, entrega, uso, etc.

A	E	I	O	U



Paso 2.

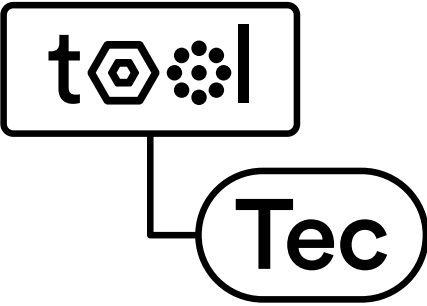
Se llena la sección de Actividades, identificando las principales, los elementos que las conforman y dibujando cada una de ellas en el "Sketch summary of activities". Es importante que se dibujen para complementar el listado de las mismas. Al final se debe llenar el apartado de impresiones generales con los principales hallazgos.





Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec



A

ACTIVITIES - ACTIVIDADES.

Son las acciones observables en los clientes para completar algo que desea hacer o para adquirir/usar un producto/servicio. Responde a preguntas como: ¿Cuánto tiempo gasta en hacerlo?, ¿Quién lo acompaña?, ¿Quién lo auxilia?

Impresiones generales/Observaciones

Elementos, características y notas especiales

Sketch de resumen de actividades

E

ENVIRONMENTS - AMBIENTE.

Se refiere al espacio donde se desarrollan las actividades, y que incluye la atmósfera y el contexto.

Impresiones generales del tema, estilo, materiales y atmósfera

Elementos, características y notas especiales

Floorplan (layout)

Escenas



Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec

INTERACTIONS - INTERACCIONES.

Se refiere a las interacciones entre las personas, y entre las personas y objetos. Se deben mapear las interacciones más importantes en donde se involucra el cliente, por ejemplo, pedir su comida, recibir su comida, tirar los restos de su comida, etc.

Impresiones generales/Observaciones

Elementos, características y notas especiales

Sketch de escenas de las interacciones más importantes

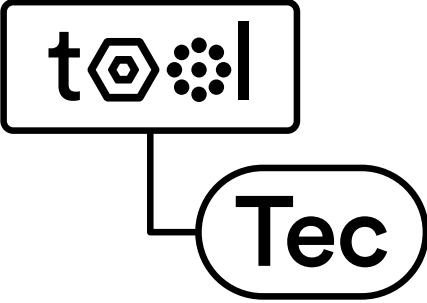


OBJECTS - OBJETOS.

Son todos los elementos clave que forman parte del contexto y que tienen un significado o interacción directa o indirecta con el cliente. Se deben lista los objetos y los efectos que tienen sobre el cliente.

Impresiones generales del tema, estilo, materiales y ambiente

Sketch del inventario de objetos relevantes





Diseño original:
Baskinger, M., & Bardel, W. (2013). *Drawing ideas: a hand-drawn approach for better design*. Watson-Guption.

Adaptación:
ToolTec

U

USERS - USUARIOS.

Son las personas (clientes, consumidores, beneficiarios) que están siendo observados. Se busca identificar sus roles y relaciones, e incluso identificar sus valores y prejuicios. Un mismo producto/servicio puede tener muchos diferentes tipos de clientes.

Impresiones generales de los usuarios en contexto

Sketch inventario de usuarios representativos

Sketch de escenas de los usuarios en contexto

