

AEIOU

 **Subetapa:**
Empatía y contexto

 **Tiempo:**
120 min

 **Dinámica recomendada:**
Individual o equipo de innovadores

 **Materiales aplicación física:**

- Formato impreso (rotafolio)
- Plumones de punto fino

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

AEIOU

BuOp · 14



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-Guptill.

Referencias adicionales:

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.

- 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.

The image displays five rectangular boxes arranged horizontally. The first box on the left is filled with a light green color and contains a 3x4 grid of smaller, empty rectangles. The other four boxes are white and each feature a single horizontal line across its center, intended for drawing practice.

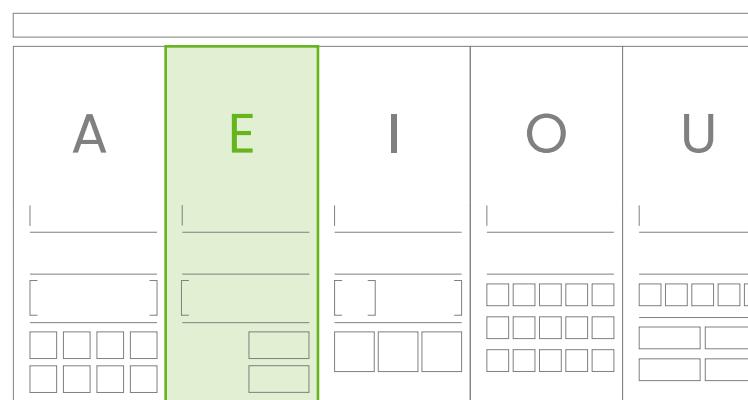


Paso 2

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.

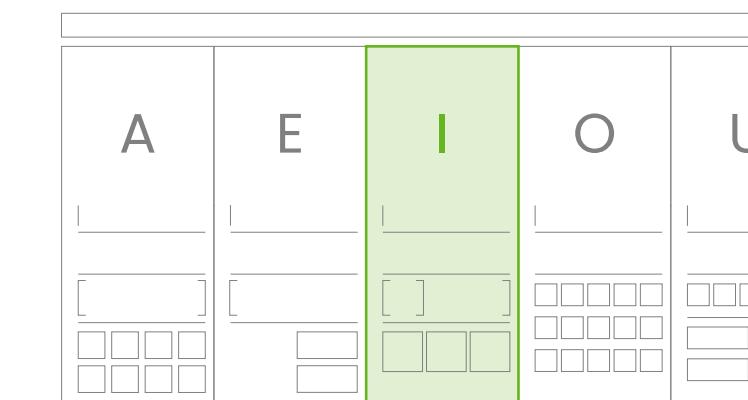
AEIOU

BuOp · 14



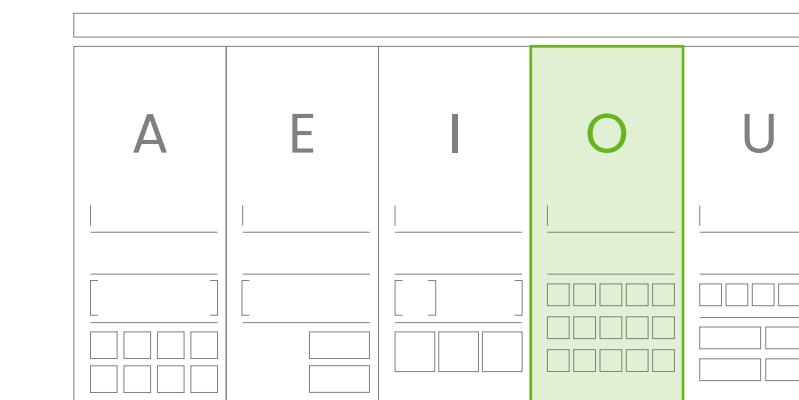
Paso 3.

Llenar el apartado de ambiente, donde se deben identificar los elementos clave, por ejemplo, música, iluminación, adornos, ambientación, etc. Además, se deben dibujar las escenas más representativas del ambiente y dibujar el Floor plan (layout). Al final se debe llenar el apartado de impresiones generales con los principales hallazgos.



Paso 4.

Llenar el apartado interacciones, donde se deben identificar los momentos de verdad más relevantes para el cliente. Se deben dibujar las tres interacciones más importantes, por ejemplo, el ordenar en cajas. Al final se debe llenar el apartado de impresiones generales con los principales hallazgos.



Paso 5.

Se debe trabajar sobre el apartado de objetos, identificando todos los objetos relevantes en los momentos de verdad, por ejemplo, las cafeteras, los botes de basura, las mesas, etc. Todos los objetos relevantes deben ser dibujados en el apartado de inventario de objetos relevantes. Al final se debe llenar el apartado de impresiones generales con los principales hallazgos.



Paso 6.

Finalmente se debe llenar la parte que corresponde a usuarios, donde se identifican los diferentes tipos de clientes, consumidores y beneficiarios. Se deben dibujar las 5 personas más representativas y además las 4 escenas más representativas de los usuarios en contexto. 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-Guptill.

Adaptación:

ToolTec

A

ACTIVITIES - ACTIVIDADES.

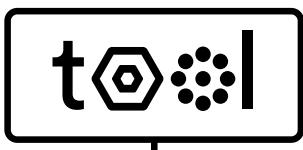
Son las acciones observables en los clientes para completar algo que desea hacer o para adquirir/uso un producto/servicio. Responde a preguntas como: ¿Cuánto tiempo gasta en hacerlo?, ¿Quién lo acompaña?, ¿Quién lo auxilia?

Impresiones generales/Observaciones

Elementos, características y notas especiales

Sketch de resumen de actividades

© 2022 ToolTec.



Tec

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-Guptill.

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**

© 2022 ToolTec.



Tec

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-Guptill.

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
