# **1. Personas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| In this section, you’ll create a humanized view of your customer, be they buyer and/or user of your product. Turns out, this is the most actionable way to anchor just about any development activity.   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | |  |  | |

### **David el director de empresa**

**Screening Question**: ¿Cuántos kilómetros haces a lo largo del año? (Si son más de 50000km, nos interesa)

“La manera de empezar es dejar de hablar y empezar a hacer”



David es un padre de tres hijos (dos niños y una niña) que cuando no está trabajando en la empresa, está organizando actividades conjuntas con sus hijos. Se dedica a moverse por toda su provincia con el coche en busca de nuevos retos, actividades y aventuras.

Comenzó sus estudios en ADE en la Universidad Carlos III de Madrid y se consiguió licenciar con notas sobresalientes. Gracias a ello consiguió el trabajo de sus sueños en una gran empresa y de esa manera puede dedicarse en cuerpo y alma a su familia y sus viajes.

|  |  |
| --- | --- |
| **Thinks** | Pedro es un “persona” interesante ya que, al ser autobusero va a utilizar la aplicación con gran frecuencia. Algo que nos interesa. |
| **Sees** | INSERT- [In your particular area of interest, what are the notable observations your persona is making?] |
| **Feels** | [INSERT- Regarding your particular area of interest, how do they really feel? What underlying emotions might be driving their point of view and behavior?] |
| **Does** | [INSERT- The ‘actuals’. As applicable: What triggers activity in your area of interest? How often? For how long? How much money?] |