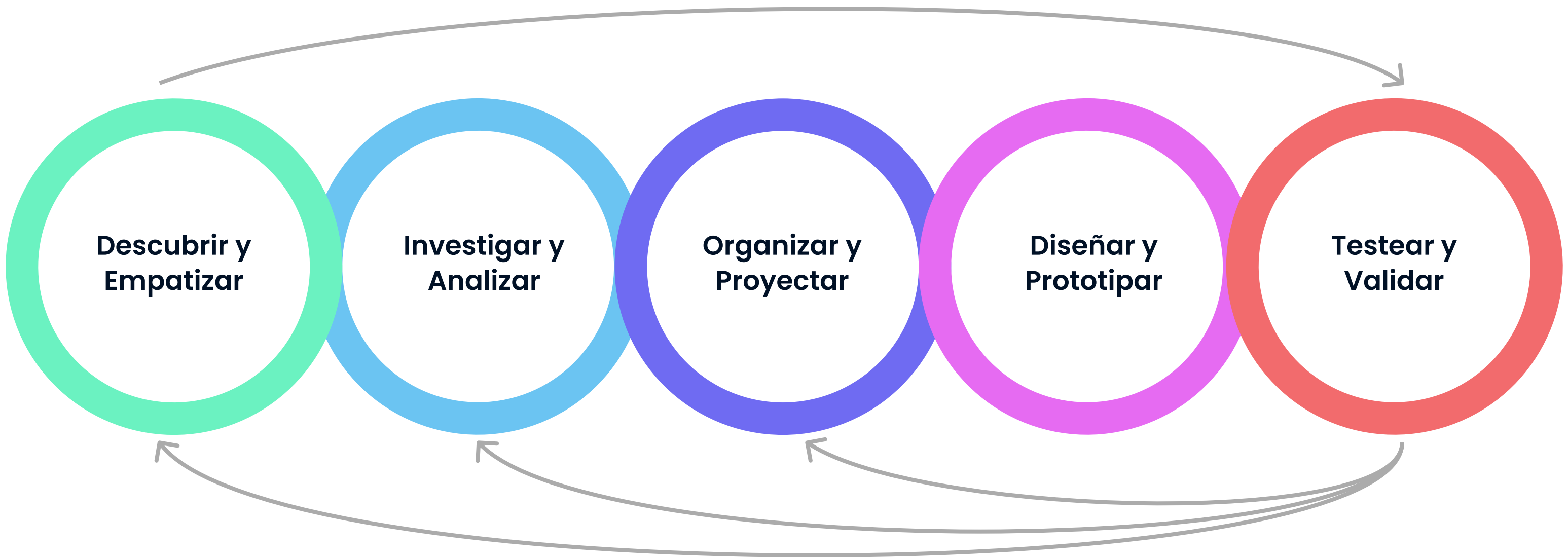


Product Discovery



Acción: Comprender profundamente las necesidades y motivaciones de los usuarios.	Acción: Realizar investigación para validar ideas, explorar el mercado y conocer la competencia.	Acción: Estructurar la información y las ideas obtenidas, priorizar soluciones y definir objetivos claros.	Acción: Crear prototipos funcionales y visuales basados en las ideas y los requerimientos del usuario.	Acción: Probar el producto con los usuarios finales para obtener feedback.
Objetivo: Identificar los problemas y los puntos de dolor que debemos resolver.	Objetivo: Obtener insights clave que informen el desarrollo del producto.	Objetivo: Planificar el roadmap del producto de manera estratégica.	Objetivo: Visualizar el producto final y verificar su viabilidad.	Objetivo: Validar que la solución resuelve efectivamente el problema y generar datos para iterar.

Product Discovery es el proceso mediante el cual un equipo de desarrollo identifica, valida y define las soluciones más efectivas para resolver los problemas de los usuarios. Este proceso incluye una serie de actividades como la investigación de usuarios, la creación de prototipos, la validación de hipótesis y la planificación estratégica del producto. Su objetivo principal es asegurarse de que el producto que se desarrolle realmente satisfaga una necesidad en el mercado.

El propósito principal del Product Discovery es garantizar que el producto desarrollado realmente resuelva un problema significativo para los usuarios.

Resultados esperados

- **Validación de hipótesis:** Asegurarse de que la solución propuesta es viable y que resolverá el problema de los usuarios.
- **Alineación entre el equipo y los usuarios:** El equipo de desarrollo obtiene una comprensión clara de las necesidades y expectativas de los usuarios.
- **Solución optimizada:** La solución propuesta se ajusta de manera más precisa a lo que los usuarios realmente necesitan.
- **Reducción de riesgos:** Minimización de los riesgos de crear un producto que no sea bien recibido o que no sea efectivo en el mercado.