Customer Discovery

Esta Collection organiza la validación de supuestos a través de entrevistas con clientes reales.

- Targeting
  - Lista objetivo de entrevistas
  - Mapa de comprador
  - Cobertura del segmento
- Interview Design
  - Mom Test
  - Calidad de preguntas
  - Supuestos a preguntas
- Interview Execution
  - Ejecución de entrevistas
  - Disciplina de escucha
  - Volumen mínimo de aprendizaje
- Insight & Commitment
  - Síntesis de hallazgos
  - Falsos positivos
  - Nivel de compromiso del cliente
- Portada — Customer Discovery

Targeting

Identificar a quién entrevistar y asegurar buena cobertura del segmento.

Targeting

Lista objetivo de entrevistas

Habilidad: *Identificar personas específicas y concretas para entrevistar en el mercado Beachhead.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Las startups que "harán entrevistas con quien sea" no aprenden de forma sistemática. Una lista específica de personas a entrevistar convierte el discovery en un proceso con foco y permite medir la cobertura del segmento.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una lista de al menos 20 personas específicas a entrevistar, con nombre, empresa, rol y justificación de por qué son relevantes para el Beachhead.

Errores comunes

- Hacer la lista después de hacer las entrevistas.
- Incluir en la lista personas que conocen al equipo y pueden ser demasiado positivas.
- No actualizar la lista con nuevas referencias generadas durante las entrevistas.
- Tener una lista de empresas en lugar de una lista de personas.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Quiénes son las personas que mejor representan al comprador del Beachhead?
- ¿Cómo llegamos a ellas: red directa, referencias, eventos, LinkedIn?
- ¿Tenemos ya contacto con alguna o necesitamos hacer outreach frío?
- ¿La lista es diversa en términos de empresa, rol y experiencia?

Artifact requerido

? Lista objetivo de entrevistas

Propósito: Documentar las personas específicas a entrevistar con contexto y método de acceso.

Card vinculada: Lista objetivo de entrevistas

Instrucciones de desarrollo

1. Lista 20 personas específicas: nombre, empresa, cargo, sector.
2. Para cada persona, escribe: ¿por qué es representativa del Beachhead?
3. Define el método de acceso: red directa, referencia, outreach frío.
4. Marca el estado: contactada, agendada, entrevistada, pendiente.

Estado esperado: Lista de 20 personas con contexto, justificación y estado de contacto.

Criterios de revisión del Artifact

- Mínimo 20 personas específicas identificadas.
- Cada persona tiene justificación de representatividad.
- El método de acceso está definido.
- El estado de cada contacto está actualizado.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La lista tiene 20 personas identificadas con contexto.
- Los estados están actualizados.
- La lista se usa para gestionar el proceso de discovery.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna lista de entrevistados.
En progreso	Hay una lista de empresas pero no de personas.
Completo	La lista tiene 20 personas con contexto básico.
Revisado	El estado de cada contacto está actualizado.

Cumple estándar	La lista cubre diversidad de empresas, roles y tamaños dentro del Beachhead.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con referencias generadas en cada entrevista.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Mapa de comprador
- Cobertura del segmento
- Ejecución de entrevistas

Targeting

Mapa de comprador

Habilidad: *Distinguir usuario, comprador, decisor e influenciador dentro del proceso de adopción del Beachhead.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Entrevistar solo a usuarios sin llegar al comprador económico da una imagen incompleta de la decisión de compra. El mapa de roles de compra asegura que el discovery cubre a todas las personas que importan.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un mapa de los roles de compra en su Beachhead, con nombres de personas reales que ocupan cada rol en al menos dos o tres empresas del segmento.

Errores comunes

- Hablar solo con usuarios sin nunca llegar al comprador.
- Asumir que el rol de compra es el mismo en todas las empresas del segmento.
- No preguntar en cada entrevista quién más está involucrado en la decisión.
- Confundir el mapa de roles con el organigrama de una empresa.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Quién usa el producto en el día a día?
- ¿Quién aprueba la compra?
- ¿Quién tiene autoridad de presupuesto?
- ¿Quién podría bloquear la adopción aunque no sea el decisor formal?

Artifact requerido

? Mapa de roles de compra

Propósito: Documentar los roles de compra en el Beachhead con personas reales identificadas en cada rol.

Card vinculada: Mapa de comprador

Instrucciones de desarrollo

1. Define los cuatro roles: usuario, comprador, decisor económico, influenciador/bloqueador.
2. Para cada rol, escribe el perfil típico en el Beachhead (cargo, departamento, preocupaciones).
3. Identifica al menos dos personas reales que ocupan cada rol en empresas del Beachhead.
4. Define la estrategia de entrevista para cada rol.

Estado esperado: Mapa con cuatro roles definidos, personas reales identificadas y estrategia de entrevista por rol.

Criterios de revisión del Artifact

- Los cuatro roles están definidos con perfil típico.
- Al menos dos personas reales están identificadas por rol.
- La estrategia de entrevista es diferente para cada rol.
- El mapa fue construido con información de conversaciones reales.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El mapa tiene los cuatro roles con perfiles y personas reales.
- La estrategia de entrevista está diferenciada por rol.
- El equipo usa el mapa para planificar las conversaciones de discovery.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay mapa de roles de compra.
En progreso	El mapa existe pero solo cubre usuarios.
Completo	El mapa tiene los cuatro roles con perfiles básicos.

Revisado	Hay personas reales identificadas en cada rol.
Cumple estándar	El mapa guía la estrategia de entrevistas y el proceso de venta.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ronda de entrevistas.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lista objetivo de entrevistas
- Cobertura del segmento
- Comprador vs usuario

Targeting

Cobertura del segmento

Habilidad: *Verificar que la muestra de entrevistados cubre bien el mercado Beachhead en diversidad y representatividad.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Un discovery basado en personas muy similares produce sesgos. Si todas las entrevistas son con amigos del equipo o con empresas del mismo tamaño, los patrones detectados pueden no ser representativos del Beachhead.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un tracker que muestra la distribución de entrevistados por empresa, rol, tamaño y geografía, y puede evaluar si hay brechas de cobertura que necesitan cubrirse.

Errores comunes

- Hacer 20 entrevistas con el mismo tipo de empresa.
- No rastrear la diversidad de la muestra.
- Pensar que más entrevistas compensan la falta de diversidad.
- No buscar activamente perfiles subrepresentados.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Hay empresas de distintos tamaños en la muestra?
- ¿Hay representación de distintos roles (usuario, comprador, decisor)?
- ¿Hay diversidad geográfica si el mercado la requiere?
- ¿Qué tipos de empresa o rol están subrepresentados?

Artifact requerido

? Tracker de cobertura del segmento

Propósito: Monitorear la diversidad de la muestra de entrevistas para garantizar que representa el Beachhead.

Card vinculada: Cobertura del segmento

Instrucciones de desarrollo

1. Define las dimensiones de cobertura relevantes: tamaño de empresa, rol, subsector, geografía.
2. Para cada entrevista completada, registra las dimensiones del entrevistado.
3. Genera un resumen visual o tabla que muestre la distribución actual.
4. Identifica las dimensiones subrepresentadas y agrega personas a la lista objetivo para cubrirlas.

Estado esperado: Tracker actualizado con distribución por dimensiones y análisis de brechas.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos tres dimensiones de cobertura están rastreadas.
- La distribución está actualizada con cada entrevista.
- Las brechas están identificadas.
- El equipo toma acción para cerrar las brechas detectadas.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El tracker está actualizado con la distribución de entrevistados.
- Las brechas de cobertura están identificadas.
- El equipo tiene acciones para cerrar las brechas más importantes.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ningún tracking de cobertura.
En progreso	El número de entrevistas se rastrea pero no la diversidad.
Completo	El tracker tiene tres dimensiones con distribución básica.

Revisado	Las brechas están identificadas y hay acciones para cerrarlas.
Cumple estándar	La muestra es representativa del Beachhead en las dimensiones clave.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada nueva entrevista y refleja la evolución de la muestra.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lista objetivo de entrevistas
- Mapa de comprador
- Síntesis de hallazgos

Interview Design

Diseñar conversaciones que generen verdad y no cortesía.

Interview Design

Mom Test

Habilidad: *Formular preguntas de discovery basadas en hechos y comportamientos pasados, no en opiniones ni hipótesis.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El 90% de las entrevistas de discovery producen falsos positivos porque los founders hacen las preguntas equivocadas. El Mom Test obliga a preguntar sobre lo que el cliente realmente hizo, no sobre lo que haría.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una guía de entrevista donde todas las preguntas pasan el Mom Test: son sobre comportamientos pasados, no sobre intenciones futuras o hipótesis.

Errores comunes

- Preguntar "¿usarías nuestra solución?" en lugar de "¿cómo resuelves este problema hoy?"
- Hacer preguntas hipotéticas que invitan a respuestas amables.
- Presentar la solución antes de entender el problema.
- No pedir ejemplos específicos cuando el cliente hace afirmaciones generales.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuándo fue la última vez que enfrentaste este problema?
- ¿Qué hiciste para resolverlo?
- ¿Cuánto tiempo y dinero te costó?
- ¿Qué herramientas o soluciones usas actualmente para esto?

Artifact requerido

? Guía de entrevista basada en Mom Test

Propósito: Construir una guía de entrevista con preguntas sobre hechos pasados que generan información útil y no sesgada.

Card vinculada: Mom Test

Instrucciones de desarrollo

1. Lista las hipótesis más importantes que necesitas validar.
2. Para cada hipótesis, escribe una pregunta que la explore sin revelar la hipótesis.
3. Verifica que cada pregunta sea sobre comportamiento pasado, no intención futura.
4. Incluye preguntas de sondeo: "¿puede darme un ejemplo específico?"

Estado esperado: Guía con 8 a 12 preguntas verificadas con el Mom Test, organizadas por tema.

Criterios de revisión del Artifact

- Ninguna pregunta es hipotética o dice "¿usaría X?".
- Todas las preguntas explotan comportamientos o hechos pasados.
- Hay preguntas de sondeo para profundizar.
- La guía ha sido ensayada internamente.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La guía tiene 8 a 12 preguntas que pasan el Mom Test.
- Las preguntas cubren los supuestos críticos del venture.
- La guía ha sido ensayada antes de usarse en entrevistas reales.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay guía de entrevista.
En progreso	La guía tiene preguntas hipotéticas o que revelan la solución.
Completo	La guía tiene preguntas básicas sobre hechos pasados.

Revisado	Todas las preguntas pasan el Mom Test.
Cumple estándar	La guía genera aprendizajes accionables en cada entrevista.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de las entrevistas anteriores.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Calidad de preguntas
- Supuestos a preguntas
- Ejecución de entrevistas

Calidad de preguntas

Habilidad: *Distinguir preguntas útiles de preguntas sesgadas, hipotéticas o que producen respuestas no accionables.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Una pregunta mal formulada contamina la entrevista entera. Saber evaluar la calidad de las preguntas es la habilidad que separa el discovery que genera aprendizaje real del que genera confianza falsa.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo puede revisar cualquier lista de preguntas y clasificar cada una como: útil, sesgada, hipotética o no accionable, con justificación y una versión mejorada.

Errores comunes

- Usar preguntas leading que sugieren la respuesta esperada.
- No distinguir entre preguntas que exploran el problema y preguntas que validan la solución.
- Hacer preguntas demasiado abstractas que el cliente no puede responder con experiencia.
- No revisar las preguntas antes de la entrevista.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Esta pregunta revela el problema o mi solución?
- ¿La respuesta podría ser "sí" por cortesía?
- ¿Estoy pidiendo al cliente que haga predicciones o que recuerde hechos?
- ¿La respuesta me diría algo que cambie la dirección del venture?

Artifact requerido

? Hoja de revisión de preguntas

Propósito: Evaluar la calidad de la guía de entrevista y mejorar las preguntas que no son útiles.

Card vinculada: Calidad de preguntas

Instrucciones de desarrollo

1. Toma la guía de entrevista actual y clasifica cada pregunta: útil, sesgada, hipotética, no accionable.
2. Para cada pregunta clasificada como no útil, escribe una versión mejorada.
3. Aplica el filtro Mom Test como criterio principal de clasificación.
4. Revisa la guía mejorada con un cofundador o mentor antes de usarla.

Estado esperado: Hoja con clasificación de preguntas, justificación y versiones mejoradas de las no útiles.

Criterios de revisión del Artifact

- Todas las preguntas de la guía están clasificadas.
- Las preguntas no útiles tienen versión mejorada.
- La clasificación usa el Mom Test como criterio.
- La hoja fue revisada por alguien fuera del equipo.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La hoja tiene todas las preguntas clasificadas con justificación.
- Las preguntas no útiles tienen versiones mejoradas.
- La guía resultante es más útil que la original.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay revisión de calidad de preguntas.
En progreso	Las preguntas son revisadas informalmente.
Completo	La hoja clasifica todas las preguntas con justificación básica.

Revisado	Las preguntas no útiles tienen versiones mejoradas verificadas.
Cumple estándar	La guía resultante genera aprendizajes accionables en todas las entrevistas.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de la aplicación de la guía en entrevistas reales.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Mom Test
- Supuestos a preguntas
- Disciplina de escucha

Supuestos a preguntas

Habilidad: *Convertir los supuestos críticos del venture en preguntas de validación para el discovery.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El discovery sin conexión con los supuestos del modelo de negocio produce muchas conversaciones pero poco aprendizaje estratégico. Conectar los supuestos con las preguntas cierra el ciclo entre el modelo y la validación.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un mapa que conecta cada supuesto crítico del venture con al menos una pregunta de discovery diseñada para validarlo o refutarlo.

Errores comunes

- Hacer entrevistas sin conectarlas a los supuestos del modelo.
- Tener muchos supuestos sin priorizar cuáles validar primero.
- Preguntar directamente al cliente "¿crees en nuestro supuesto?"
- No actualizar el mapa cuando los supuestos cambian.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuáles son los tres supuestos más críticos que el discovery debe validar?
- ¿Cómo se formula el supuesto como una pregunta que el cliente puede responder?
- ¿Qué respuesta del cliente confirmaría el supuesto? ¿Y cuál lo refutaría?
- ¿Hay supuestos que solo los clientes más avanzados pueden validar?

Artifact requerido

? Mapa de supuestos de discovery

Propósito: Conectar cada supuesto crítico del venture con una pregunta de discovery y un criterio de validación.

Card vinculada: Supuestos a preguntas

Instrucciones de desarrollo

1. Lista los cinco supuestos más críticos del modelo de negocio (puedes usar la hoja de key drivers).
2. Para cada supuesto, escribe la pregunta de discovery que lo explora de forma indirecta.
3. Define: ¿qué respuesta o comportamiento del cliente confirmaría el supuesto? ¿y cuál lo refutaría?
4. Conecta el mapa con la guía de entrevista actual.

Estado esperado: Mapa con supuestos, preguntas de discovery y criterios de validación/refutación.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos cinco supuestos conectados a preguntas de discovery.
- Las preguntas son indirectas y pasan el Mom Test.
- Los criterios de validación y refutación están definidos.
- El mapa está conectado con la guía de entrevista.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El mapa conecta supuestos con preguntas de discovery.
- Los criterios de validación están definidos para cada supuesto.
- El mapa está integrado en la guía de entrevista.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay conexión entre supuestos y preguntas de discovery.
En progreso	La conexión existe informalmente.

Completo	El mapa tiene cinco supuestos conectados a preguntas.
Revisado	Los criterios de validación están definidos.
Cumple estándar	El discovery cierra el ciclo con el modelo de negocio de forma sistemática.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada ciclo de entrevistas y evolución del modelo.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Mom Test
- Calidad de preguntas
- Lista maestra de supuestos

Interview Execution

Ejecutar entrevistas con disciplina y suficiente volumen.

Interview Execution

Ejecución de entrevistas

Habilidad: *Conducir entrevistas de discovery de forma estructurada, con apertura y sin contaminar las respuestas.*

¿Por qué importa esta habilidad?

La entrevista más útil es la que el cliente conduce con sus propias palabras. Un founder que habla más que el cliente en discovery no está aprendiendo, está vendiendo. La ejecución correcta de la entrevista es una habilidad que se entrena.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene al menos 10 entrevistas ejecutadas con notas estructuradas, y puede identificar los patrones de respuesta más frecuentes. El 80% del tiempo de la entrevista es el cliente hablando.

Errores comunes

- Hablar más que el cliente durante la entrevista.
- Presentar la solución antes de entender el problema.
- Tomar notas superficiales que no capturan el lenguaje del cliente.
- No grabar ni tomar notas estructuradas.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuánto hablé yo vs. el cliente en la última entrevista?
- ¿Tomé nota del lenguaje exacto que usó el cliente?
- ¿Obtuve detalles específicos o solo afirmaciones generales?
- ¿Pregunté "¿por qué?" al menos tres veces?

Artifact requerido

? Repositorio de notas de entrevistas

Propósito: Documentar las entrevistas de forma estructurada y accesible para facilitar la síntesis de hallazgos.

Card vinculada: Ejecución de entrevistas

Instrucciones de desarrollo

1. Crea una plantilla de notas con: entrevistado, fecha, empresa, rol, hallazgos clave, citas textuales.
2. Completa la plantilla dentro de las primeras 2 horas después de cada entrevista.
3. Clasifica cada hallazgo como: confirma supuesto, refuta supuesto, o nuevo aprendizaje.
4. Agrega el repositorio de notas a la carpeta de evidencia del venture.

Estado esperado: Repositorio con mínimo 10 entrevistas documentadas con la plantilla completa.

Criterios de revisión del Artifact

- Cada entrevista tiene plantilla completada.
- Las notas incluyen citas textuales del cliente.
- Los hallazgos están clasificados.
- El repositorio es accesible a todo el equipo.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El repositorio tiene al menos 10 entrevistas documentadas.
- Las notas incluyen citas textuales y clasificación de hallazgos.
- El repositorio es accesible a todo el equipo.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay notas de entrevistas documentadas.
En progreso	Hay notas informales sin estructura.
Completo	El repositorio tiene 10 entrevistas con plantilla básica.

Revisado	Las notas incluyen citas y clasificación de hallazgos.
Cumple estándar	El repositorio permite síntesis de patrones entre entrevistas.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada nueva entrevista y es la base del Resumen de insights.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lista objetivo de entrevistas
- Disciplina de escucha
- Síntesis de hallazgos

Disciplina de escucha

Habilidad: *Escuchar al cliente sin vender, sin contaminar respuestas y sin interpretar antes de tiempo.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El founder que quiere que el cliente diga "sí" contamina inconscientemente las entrevistas. La disciplina de escucha es lo que convierte a un buen pitcher en un buen aprendiz.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo puede conducir una entrevista donde el 80% del tiempo habla el cliente, no hace preguntas que revelan la respuesta esperada y toma notas sin interpretar.

Errores comunes

- Interrumpir al cliente para "ayudarle a articular" lo que quiere decir.
- Hacer un gesto de aprobación o desaprobación cuando el cliente responde.
- Pasar a la siguiente pregunta antes de explotar la respuesta anterior.
- No seguir los tangentes del cliente, que a menudo son los más valiosos.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Deje que el cliente hable sin interrupciones en la última entrevista?
- ¿Usé el silencio como técnica para que el cliente elabore?
- ¿Hice al menos una pregunta de sondeo por cada respuesta importante?
- ¿Tomé notas sin interpretar durante la entrevista?

Artifact requerido

? Log de autoevaluación de entrevistas

Propósito: Registrar la autoevaluación de la calidad de ejecución de cada entrevista para mejorar con el tiempo.

Card vinculada: Disciplina de escucha

Instrucciones de desarrollo

1. Inmediatamente después de cada entrevista, evalúa en 1-5: ¿cuánto hablé yo vs. el cliente?
2. Evalúa: ¿hice alguna pregunta que reveló la respuesta esperada?
3. Evalúa: ¿seguí los tangentes más interesantes del cliente?
4. Escribe la principal lección de ejecución de esta entrevista.

Estado esperado: Log con autoevaluación completada para cada entrevista y mejora observable con el tiempo.

Criterios de revisión del Artifact

- Hay autoevaluación para cada entrevista completada.
- Los criterios de evaluación son específicos y consistentes.
- Las lecciones de ejecución están documentadas.
- Se puede ver mejora progresiva en las puntuaciones.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El log tiene autoevaluaciones para todas las entrevistas.
- Las lecciones de ejecución están documentadas.
- La calidad de ejecución mejora de forma observable.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay autoevaluación de entrevistas.
En progreso	Hay reflexiones informales sin documentar.
Completo	El log tiene autoevaluaciones básicas para cada entrevista.

Revisado	Las lecciones están documentadas y hay mejora observable.
Cumple estándar	La disciplina de escucha es consistente y produce aprendizajes más ricos por entrevista.
Fuerte/Sobresaliente	El log guía el entrenamiento del equipo en habilidades de discovery.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Ejecución de entrevistas
- Volumen mínimo de aprendizaje
- Síntesis de hallazgos

Volumen mínimo de aprendizaje

Habilidad: *Sostener un ritmo de entrevistas suficiente para detectar patrones y reducir la incertidumbre de los supuestos clave.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Una entrevista produce anécdotas. Cinco producen patrones iniciales. Veinte permiten tomar decisiones con confianza. El volumen mínimo de aprendizaje es el número de entrevistas necesario para que los patrones sean confiables.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo ha completado al menos 20 entrevistas en el mercado Beachhead, con un ritmo sostenido que permitió detectar saturación de patrones en los temas críticos.

Errores comunes

- Detener el discovery después de cinco o seis entrevistas positivas.
- No rastrear el número y la diversidad de entrevistas completadas.
- Contar reuniones de venta como entrevistas de discovery.
- No identificar cuándo se alcanzó la saturación de patrones.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuántas entrevistas hemos completado esta semana?
- ¿En cuántas entrevistas seguidas el último tema nuevo surgió?
- ¿Hay temas que se repiten en más del 70% de las entrevistas?
- ¿Hay supuestos que siguen sin respuesta después de 10 entrevistas?

Artifact requerido

? Tracker de 20+ entrevistas

Propósito: Rastrear el volumen y la cadencia de entrevistas de discovery para asegurar el aprendizaje sistemático.

Card vinculada: Volumen mínimo de aprendizaje

Instrucciones de desarrollo

1. Crea una tabla con una fila por entrevista: número, fecha, empresa, rol, supuestos cubiertos.
2. Marca con un color las entrevistas que generaron aprendizaje nuevo vs. las que confirmaron patrones.
3. Identifica el punto en el que empezaste a ver saturación: ¿cuántas entrevistas tomó?
4. Rastrea el ritmo semanal: ¿cuántas entrevistas por semana?

Estado esperado: Tracker con 20 o más entrevistas documentadas, cadencia visible y punto de saturación identificado.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos 20 entrevistas documentadas.
- El ritmo semanal es visible.
- Los supuestos cubiertos están marcados por entrevista.
- El punto de saturación de patrones está identificado.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El tracker tiene 20 o más entrevistas documentadas.
- La cadencia y cobertura de supuestos son visibles.
- El equipo puede identificar cuándo alcanzó saturación de patrones.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	Hay menos de 5 entrevistas completadas.
En progreso	Hay 5 a 10 entrevistas sin tracker sistemático.

Completo	El tracker tiene 20 o más entrevistas con cadencia visible.
Revisado	Los supuestos cubiertos y la saturación están identificados.
Cumple estándar	El tracker muestra un ritmo sostenido y cobertura completa del Beachhead.
Fuerte/Sobresaliente	Se usa activamente para gestionar el proceso de discovery y reportar avance.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Ejecución de entrevistas
- Disciplina de escucha
- Síntesis de hallazgos

Insight & Commitment

Convertir entrevistas en evidencia, decisiones y señales reales.

Síntesis de hallazgos

Habilidad: *Extraer patrones y aprendizajes accionables del repositorio de entrevistas.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Las notas de entrevistas son materia prima. La síntesis de hallazgos es el producto. Sin síntesis, el equipo acumula información sin convertirla en decisiones.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un resumen de los patrones más frecuentes y los aprendizajes más importantes del discovery, con citas que los respaldan y decisiones que generaron.

Errores comunes

- Hacer síntesis solo una vez al final de todas las entrevistas.
- Sintetizar solo lo que confirma los supuestos e ignorar lo que los contradice.
- Hacer síntesis sin conectarla a las hipótesis del modelo.
- No compartir el resumen con todo el equipo.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué tema apareció en más del 60% de las entrevistas?
- ¿Cuáles son los hallazgos que más sorprenden al equipo?
- ¿Qué supuestos fueron refutados y cómo afecta eso al modelo?
- ¿Qué aprendizaje cambió la dirección del venture?

Artifact requerido

? Resumen de insights de discovery

Propósito: Documentar los patrones y aprendizajes más importantes del discovery de forma accionable.

Card vinculada: Síntesis de hallazgos

Instrucciones de desarrollo

1. Revisa todas las notas del repositorio y clasifica los hallazgos por tema.
2. Para cada tema, identifica el patrón: ¿cuántas entrevistas lo mencionan? ¿en qué contextos?
3. Escribe los tres a cinco insights más importantes con citas que los respalden.
4. Para cada insight, escribe la decisión o acción que genera en el venture.

Estado esperado: Resumen con 3 a 5 insights principales, citas de respaldo y decisiones generadas.

Criterios de revisión del Artifact

- Los insights están respaldados por citas de entrevistas.
- Cada insight tiene una frecuencia o patrón documentado.
- Cada insight genera al menos una decisión accionable.
- El resumen fue compartido con todo el equipo.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El resumen tiene 3 a 5 insights con citas de respaldo.
- Cada insight está conectado a una decisión del venture.
- El resumen fue compartido con el equipo y revisado por mentores.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna síntesis de hallazgos.
En progreso	Los hallazgos existen pero no están sintetizados.
Completo	El resumen tiene insights con citas básicas.
Revisado	Los insights generan decisiones documentadas.

Cumple estándar	El resumen de insights es la base para actualizar el modelo y los supuestos.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada ciclo de discovery y es la referencia viva del aprendizaje del equipo.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Ejecución de entrevistas
- Falsos positivos
- Nivel de compromiso del cliente

Falsos positivos

Habilidad: *Separar el interés superficial o la cortesía del cliente de la evidencia de demanda real.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El mayor riesgo del discovery no es no recibir feedback, sino recibir feedback falso positivo. Un cliente que dice "me encantaría tener eso" no es lo mismo que uno que firma un acuerdo.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un framework para distinguir señales de demanda real de señales de cortesía, y puede clasificar cada conversación de discovery en el espectro de compromiso.

Errores comunes

- Contar "me parece interesante" como validación.
- No buscar activamente señales de demanda real (pagos anticipados, tiempo, acceso).
- Interpretar el entusiasmo del cliente como compromiso de compra.
- No pedir al cliente una acción concreta al final de la entrevista.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿El cliente hizo alguna acción concreta al final de la conversación?
- ¿Preguntó por precios o plazos de entrega?
- ¿Conectó al equipo con otro colega o decisor?
- ¿Estuvo dispuesto a hacer un piloto con condiciones reales?

Artifact requerido

? Hoja señal vs ruido

Propósito: Clasificar cada conversación de discovery según el nivel de evidencia de demanda real que generó.

Card vinculada: Falsos positivos

Instrucciones de desarrollo

1. Define la escala de señales: desde "cortesía" hasta "compromiso real" con 4 o 5 niveles.
2. Para cada conversación de discovery, asigna un nivel de señal con justificación.
3. Identifica cuántas conversaciones en cada nivel tienes actualmente.
4. Define qué porcentaje de conversaciones en niveles altos necesitas para avanzar.

Estado esperado: Hoja con escala de señales definida y cada conversación clasificada con justificación.

Criterios de revisión del Artifact

- La escala de señales tiene al menos cuatro niveles con criterios claros.
- Cada conversación de discovery está clasificada.
- La clasificación tiene justificación.
- El equipo usa la escala para tomar decisiones de go/no-go.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La escala de señales está definida con criterios claros.
- Cada conversación de discovery está clasificada.
- El equipo usa la escala para distinguir validación real de cortesía.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna distinción entre interés y demanda real.
En progreso	El equipo intuye la diferencia pero no la documenta.
Completo	La hoja tiene la escala definida y conversaciones clasificadas.

Revisado	La clasificación tiene justificación.
Cumple estándar	El equipo toma decisiones basadas en la distribución de señales reales.
Fuerte/Sobresaliente	La escala se afina con el aprendizaje de cada ciclo y es la base del tracker de compromiso.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Síntesis de hallazgos
- Nivel de compromiso del cliente
- Ejecución de entrevistas

Nivel de compromiso del cliente

Habilidad: *Registrar evidencia de compromiso real del mercado usando una escala de commitment ladder.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El compromiso del cliente se expresa en acciones, no en palabras. El commitment ladder organiza las señales de compromiso de menor a mayor para que el equipo sepa en qué nivel está su mercado.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un tracker del commitment ladder con al menos 10 clientes posicionados en distintos niveles, y sabe cuántos necesita en los niveles más altos para validar la demanda.

Errores comunes

- Confundir palabras con acciones en la escala de compromiso.
- No pedir un siguiente paso concreto al final de cada conversación.
- Tratar el commitment ladder como un ejercicio teórico en lugar de un tracker activo.
- No definir cuántos compromisos altos se necesitan para avanzar.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿En qué nivel del commitment ladder está la mayoría de los prospectos?
- ¿Cuántos clientes llegaron al nivel de piloto o pago anticipado?
- ¿Qué impide que más clientes avancen en la escalera?
- ¿Cuántos compromisos altos necesitamos para tener suficiente evidencia?

Artifact requerido

? Tracker de commitment ladder

Propósito: Registrar el nivel de compromiso real de cada prospecto y visualizar el progreso de la validación de demanda.

Card vinculada: Nivel de compromiso del cliente

Instrucciones de desarrollo

1. Define los 5 niveles del commitment ladder: 1=curiosidad, 2=interés, 3=tiempo invertido, 4=acceso a recursos, 5=dinero/contrato.
2. Para cada prospecto, asigna el nivel más alto de compromiso demostrado con justificación.
3. Visualiza la distribución: ¿cuántos prospectos en cada nivel?
4. Define el umbral: ¿cuántos en nivel 4 o 5 necesitas para declarar validación?

Estado esperado: Tracker con al menos 10 prospectos clasificados en el commitment ladder y umbral de validación definido.

Criterios de revisión del Artifact

- Los cinco niveles del commitment ladder están definidos con criterios claros.
- Al menos 10 prospectos están clasificados.
- El umbral de validación está definido.
- La distribución es visible y actualizada.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El tracker tiene al menos 10 prospectos clasificados.
- El umbral de validación está definido.
- El equipo sabe cuántos compromisos altos tiene actualmente.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ningún tracker de compromiso.
En progreso	El compromiso es rastreado informalmente.

Completo	El tracker tiene 10 prospectos con los cinco niveles definidos.
Revisado	El umbral de validación está definido y la distribución es visible.
Cumple estándar	El tracker es la base para declarar si la demanda está validada.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada nueva conversación y es el input para las decisiones de pivote o perseverar.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Falsos positivos
- Síntesis de hallazgos
- Decisión pivotar o perseverar

Portada — Customer Discovery

? Customer Discovery

Diseña y ejecuta entrevistas de descubrimiento con rigor científico para validar el mercado.

Tarjetas de esta colección

1. Lista objetivo de entrevistas
2. Mapa de comprador
3. Cobertura del segmento
4. Mom Test
5. Calidad de preguntas
6. Supuestos a preguntas
7. Ejecución de entrevistas
8. Disciplina de escucha
9. Volumen mínimo de aprendizaje
10. Síntesis de hallazgos
11. Falsos positivos
12. Nivel de compromiso del cliente