

# Product Management

Potenciado con:



Data Analytics



Storytelling



Inteligencia Artificial



**Ruta  
Actualizada**

# Índice

1.

**¿Qué es Product Management?**  
¿Qué hace un Product Manager?

2.

**Temario**  
Conoce los contenidos del programa.

4.

**Practitioners e Inspiration Shots**  
Descubre quiénes te enseñarán.

5.

**¿Quiénes somos?**  
Qué dicen algunos talentos de la región.

6.

**¿Cómo acelerar tu carrera profesional?**  
Requisitos para graduarse.

7.

**Inversión**  
Modalidades de pago.



Ruta  
Actualizada

De roadmap a impacto real: **Construye  
impacto con IA, datos y visión estratégica.**

## ¿Qué es Product Management?



Lidera la creación,  
estrategia y  
lanzamiento de  
productos exitosos  
al mercado.



Domina el ciclo de  
vida del producto  
basado en datos  
clave y a comunicar  
tu solución.



Desarrollas  
habilidades  
influyentes y  
escalables.

## ¿Qué hace un Product Manager?



### - Definir la visión y estrategia del producto:

Identifica oportunidades de mercado y define una hoja de ruta clara que guíe el desarrollo del producto a lo largo de su ciclo de vida.

### - Priorizar el desarrollo:

Utiliza herramientas como el backlog y el roadmap para gestionar prioridades, asegurando que los recursos se asignen a las funcionalidades más críticas.

### - Coordinar equipos multifuncionales:

Colabora con diseño, desarrollo, ventas y marketing para garantizar que el producto final cumpla con las expectativas del mercado y los objetivos comerciales.

### - Medir y analizar el éxito del producto:

Monitorea métricas clave como la satisfacción del cliente, el crecimiento y los ingresos para iterar y mejorar el producto continuamente, alineándolo con las necesidades del mercado.

# Temario

¿Qué aprenderás en este programa especializado?

| Setting the stage                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 1. Primera sesión donde tendrás tu Insposhot inicial y descubrirás por qué es una experiencia única de aprendizaje.                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Workshop 1: Qué es y qué no es Product Management |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2. El pasajero entiende que es y que NO es ser product manager, cómo se mide su impacto y cual es su rol real dentro de una organización. Entender la responsabilidad real del PM, sus límites y su impacto dentro de la organización. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1.<br>Discovery & Evidencia                       | El pasajero es capaz de identificar problemas reales de usuarios, estructurarlos claramente en posibles ideas de negocio (Basadas en productos digitales nuevos o nuevas features en productos ya existentes) y validarlos con evidencia cualitativa y cuantitativa. | 3. Product Discovery                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teoría de Product Discovery y marco de exploración</li> <li>- Qué significa que algo sea deseable: señales, comportamientos, y cómo detectarlo antes de construir</li> <li>- Tipos de problemas (usuario vs negocio) y criterios para definir oportunidades"</li> </ul>                                                                                                                          |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 4. Identificando los dolores clave                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qué es un problema y qué no es un problema: la diferencia entre problema y solución</li> <li>- Cómo redactar un problema correctamente: estructura, criterios y errores comunes</li> <li>- Señales en métricas y detección de fricciones (métricas clave, funnels, retención, cohortes)</li> <li>- Evidencia cualitativa vs. cuantitativa como respaldo de un problema bien definido"</li> </ul> |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 5. Diseñando el Discovery                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de investigación para discovery</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 6. Estrategia de Evidencia: ¿Qué necesitamos saber?                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evidencia cualitativa vs cuantitativa</li> <li>- Criterios base para determinar cuándo y cómo hacer research</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 7. De la Data al Insight                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Síntesis de research: diferencia entre data, finding e insight</li> <li>- Insights con evidencia y trazabilidad a métricas</li> <li>- Uso de IA para acelerar discovery y research"</li> </ul>                                                                                                                                                                                                   |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 8. Ideación, Valor y el Discovery Document                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideación guiada desde insights clave</li> <li>- Validación de deseabilidad y elaboración de Discovery Document</li> <li>- Introducción al modelo SaaS como marco para acotar la propuesta: por qué suelen ser B2B, qué los hace explorables con más herramientas que las apps B2C"</li> </ul>                                                                                                    |
| 2.<br>Diseño de un MVP Funcional con IA           | El participante es capaz de diseñar una solución alineada a un problema real, definir un MVP claro y testeable, construir un prototipo navegable y validarlo con usuarios utilizando (...)                                                                           | 9. Ideación y Posibilidades Técnicas                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideación de soluciones</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 10. La Definición del MVP                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de MVP</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                      | 11. La cara del producto: Prototipado y Frontend                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prototipado</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                    |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.<br>Diseño de un MVP Funcional con IA         | (...) utilizando herramientas digitales y AI para tomar decisiones basadas en evidencia.                                                                                                                                                                                                                          | 12. Los cimientos técnicos: Infraestructura y No-Code                                                                                              | - No-Code + AI Logic (construir el back del producto) como crear un flujo que funcione, que tenga un input y un output |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 13. MVP + AI (Full Práctica)                                                                                                                       | - MVP                                                                                                                  |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 14. Validación y Evidencia                                                                                                                         | - Validación de soluciones con usuarios o herramientas IA Realistas                                                    |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 15. Presentaciones del módulo                                                                                                                      | - Recibe feedback de jurado<br>insposhot                                                                               |
| 3.<br>Roadmap & Strategy                        | El pasajero es capaz de priorizar iniciativas de manera estratégica, tomar decisiones con trade-offs explícitos y construir un roadmap realista alineado a objetivos de negocio; además, puede traducir esas decisiones en documentación clara, coordinar con equipos técnicos y llevar iniciativas a producción. | 16. El Arte de Decidir (y el dolor de decir "NO")                                                                                                  | - Priorización estratégica<br>Coste de oportunidad                                                                     |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 17. Anatomía de la Priorización (Desbloqueando el Backlog)                                                                                         | - Impacto esfuerzo vs contexto organizacional                                                                          |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 18. Alineando el roadmap con un norte claro                                                                                                        | - Construcción de roadmaps<br>Roadmaps por resultados vs features"                                                     |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 19. El Equilibrio Operación, Experimentos y Mejora                                                                                                 | - Producto en operación vs producto nuevo<br>- Experimentos<br>- Optimización continua"                                |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 20. Traduciendo la Estrategia (De la Visión al PRD)                                                                                                | - Del roadmap a la especificación (De outcomes a features)<br>Documentación                                            |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 21. PRD y Criterios de Aceptación                                                                                                                  | - PRD, RFC y criterios de aceptación                                                                                   |
| Workshop 2: PRD AI Based Challenge              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 22. El pasajero es capaz de redactar y mejorar un PRD utilizando herramientas de AI, identificando problemas comunes en documentación de producto. |                                                                                                                        |
| 4.<br>Lanzamiento y optimización de un producto | El pasajero es capaz de definir el impacto de sus iniciativas, diseñar experimentos (...)                                                                                                                                                                                                                         | 23. Definiendo el Éxito (Métricas que no mienten)                                                                                                  | - Métricas de vanidad vs impacto<br>Métrica principal y secundarias<br>Indicadores adelantados y atrasados"            |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 24. El Tablero de Control de la estrategia                                                                                                         | - Diseño de Dashboards y AI Driven Analytics para visualización de datos                                               |
|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 25. Go-To-Market (El arte del Lanzamiento)                                                                                                         | - Estrategia de Go-to-Market (GTM) y tácticas de Growth Marketing para el lanzamiento                                  |

|                                                 |                                                                                                                                                                                 |                                                            |                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.<br>Lanzamiento y optimización de un producto | (…) y optimizar un producto en operación desde un enfoque AI Driven Analytics.                                                                                                  | 26. El Método Científico del PM (Diseñando el Experimento) | - Hipótesis de impacto<br>Qué es un experimento<br>Variables<br>Grupos de control (conceptual)                                                                                                                   |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 27. Leyendo la Matriz (Evitando los sesgos de la data)     | - Riesgos comunes<br>- Señal vs ruido<br>- Correlación vs causalidad<br>- Qué hacer cuando resultados no son claros"                                                                                             |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 28. El Bucle Infinito de la Optimización                   | - Ciclo continuo de mejora<br>- Balance entre innovación y optimización<br>- Deuda técnica vs crecimiento<br>- Aprendizaje continuo                                                                              |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 29. Presentaciones del módulo                              | - Recibe feedback de jurado<br>insposhot                                                                                                                                                                         |
| 5.<br>Business Case + Storytelling              | El pasajero es capaz de construir y comunicar un business case sólido para escalar una iniciativa de producto, justificando inversión, impacto y crecimiento ante stakeholders. | 30. El Idioma del Negocio (Armando el Business Case)       | - Business case aplicado a producto: problema/oportunidad, propuesta, impacto esperado, riesgos y trade-offs.<br>El lenguaje del C-Level: Retorno de Inversión (ROI) y Periodo de Recuperación (Payback Period)" |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 31. La cruda realidad de los costos                        | - Economics y costos: costos operativos, presupuesto, ahorro por automatización vs costo humano<br>Unit Economics básicos para Product Managers'                                                                 |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 32. El Futuro en Números (Proyecciones y Escenarios)       | - Proyecciones: escenarios de usuarios/adopción y relación con métricas (ej. ticket promedio/ impacto esperado)<br>Análisis de sensibilidad (Qué pasa si todo sale mal vs. si todo sale bien)                    |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 33. Storytelling Ejecutivo (Vendiendo la Visión)           | - Storytelling y comunicación ejecutiva: estructurar la narrativa<br>Reducción de carga cognitiva en el diseño de presentaciones ejecutivas                                                                      |
|                                                 |                                                                                                                                                                                 | 34. El Pitch (Audiencias y Defensa)                        | - Pitch interno vs pitch a inversionistas: adaptar el mensaje según audiencia.                                                                                                                                   |
| Final Pitch y Graduación                        |                                                                                                                                                                                 | 35. Final Pitch                                            | Realizar su Pitch del proyecto ante un Feedback Board experto                                                                                                                                                    |
| Graduación                                      |                                                                                                                                                                                 | Ceremonia virtual y reconocimiento a primeros puestos.     |                                                                                                                                                                                                                  |

## Inspiration Shot: Charlas maestras con experiencias y conocimientos de las mejores empresas del mundo



**Karla Mitchell** 🇲🇪

Sr. Product Manager Lead and Business Strategic en [Globant](#)

Actualmente forma parte del equipo de business process engineering (BPE) analizando e implementando procesos de calidad, colaborando con el equipo de Desarrollo de negocio, BPE y fábrica digital.



**Carlos Henao** 🇲🇪

Global Product Marketing Director [Bitso](#)

+ de 10 años de experiencia en Marketing en diferentes industrias y categorías. Actualmente es responsable de área de Product Marketing Bitso.

## Tus practitioners: Te enseñarán profesores de talla mundial que lideran grandes proyectos



**Sebastián Abad** 🇲🇪

Product Manager en [Mercado Libre](#)

Más de 5 años de experiencia en transformación digital. Actualmente, se desempeña como Product Manager en Mercado Libre y anteriormente como Customer Experience Supervisor.



**Tatiana León** 🇺🇸

Product Manager en [Taxfyle](#)

Ex Product Manager CX & Product Ops en Rappibank. +8 años de experiencia en finanzas y crecimiento. Responsable de RappiBank, producto financiero de alianza entre Rappi e Interbank.



**Daniela Bocco** 🇲🇪

Sr. Product Manager en [Nubank](#)

Más de 8 años de experiencia en productos digitales complejos, desde motores de riesgo y recomendación hasta plataformas de Customer Experience, con trayectoria internacional y foco en conectar estrategia, tecnología y ejecución.



**Lorena Vallejos** 🇲🇪

Sr. Product Manager en [Pagaleve](#)

Ing. Industrial de la Universidad De Lima. Experiencia de 5 años en Producto, y en sectores Seguros, Banca de Food Tech. Ex-Pasajera de la 1era edición de Liderazgo de Productos Digitales.

**Always Iterative!** En Colectivo23 buscamos que nuestros Pasajeros tengan siempre la mejor experiencia de aprendizaje; por ello, el orden y nombre de los temas de los Módulos, así como los Practitioners podrían ajustarse durante la Ruta. Siempre buscaremos brindarte la mejor calidad de aprendizaje.

## ¿Quiénes somos?

Somos la **escuela ejecutiva en LatAm** que ofrece una educación **de calidad global** conectando a profesionales con **líderes de las mejores empresas del mundo**.

**+30K** Estudiantes

**+70%** En NPS

## ¿Qué nos hace únicos?

Nuestro **ColectivoWay**, una **metodología única de aprendizaje** que desafía a la educación tradicional porque resolvemos la urgencia real de un mercado que se transforma a toda velocidad. Diseñada para que entenes y apliques lo aprendido, guiado por **Practitioners**.

### Aplicabilidad:

Casos reales y frameworks implementables desde día 1.



### Practitioners:

Líderes con experiencia real en empresas top globales.



## Empresas

que ya confiaron en nosotros.

DIGITAL  
@ FMSA

Walmart \* Rappi

BBVA

amazon

OXO

# Información clave del programa

## Clases vía Zoom 100% en vivo

Además, tendrás acceso a los videos y presentaciones después terminado el programa.



## Metodología práctica y aplicable

Aprende y aplica desde tus primeras sesiones. Potencia tu performance en tu trabajo.



## Contenido co-creado con expertos

Contamos con líderes globales que han diseñado cada sesión pensando en lo que el mercado y el mundo necesita.



## Casos reales y proyectos ante jurado

Compartirás las sesiones con profesionales de las mejores empresas.



## Certifica todo lo que aprenderás



## Requisitos

- Asistir a tus sesiones. Tienes un máximo de 6 faltas.
- Participar activamente en tus sesiones: enciende tu cámara, tienes el chat para consultar.
- Aprobar los exámenes de cada módulo y proyecto grupal final.

En pocas palabras, invierte en aprender nuevas habilidades y aplicarlas desde el día 1.

Súmate a la comunidad que reúne  
al **mejor talento de la región.**



# Desafía tu futuro profesional

## Inversión



**\$ 6,720 MXN**

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o

**\$ 26,880 al contado**



**S/ 1,365 PEN**

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o

**S/5,460 al contado**



**\$1,653,750 COP**

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o

**\$6,615,000 al contado**



**\$ 380 USD**

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o

**\$ 1,502 al contado**

### Formas de pago

- Paga con tarjeta de crédito o débito
- Transferencia bancaria
- Meses Sin Intereses

VISA



AMERICAN EXPRESS

Pago 100% seguro: tus datos están protegidos por nuestro sistema de seguridad.



**Necesito más información**

