

Programa especializado

100% en vivo

Colectivo²³

Growth Marketing



Ruta
Actualizada

Potenciado con:



Data
Analytics



Storytelling



Inteligencia
Artificial



64 horas de aprendizaje

Índice

1.

¿Qué es Growth Marketing?
¿Qué hace un Growth Marketer?

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.

Pasamos de una estructura más conceptual a un sistema de aprendizaje aplicado.

¿Qué es Growth Marketing?



Significa crecer un negocio de manera rápida y sostenible.



Generar estrategias de crecimiento exponencial basadas en datos.



Iteración rápida: experimentar y optimizar para generar impacto y escalar resultados.

¿Qué hace un Growth Marketer?

- Diseñar y ejecutar experimentos:

Planificar diferentes estrategias para mejorar el rendimiento en áreas clave como adquisición, activación y retención de clientes.

- Analizar datos:

Utilizar herramientas de análisis para evaluar el impacto de sus acciones y ajustar la estrategia en tiempo real.

- Colaborar con equipos multifuncionales:

Trabajar con áreas de producto, ventas y desarrollo para asegurar que las estrategias de crecimiento se alineen con los objetivos del negocio.

- Optimización del funnel:

Identificar cuellos de botella en el proceso de conversión y ajustar para maximizar el valor de cada cliente.

65%

de ejecutivos consideran que el crecimiento empresarial depende de la capacidad de experimentar y optimizar estrategias con rapidez.
Aprende a desarrollarlas con Growth marketing.

Fuente: McKinsey

Temario

¿Qué aprenderás en este programa especializado?

Setting the stage		1. Primera sesión donde tendrás tu Inshot inicial y descubrirás por qué es una experiencia única de aprendizaje.	
1. Growth como sistema de crecimiento. Principios estratégicos	El pasajero comprenderá los principios estratégicos del Growth Marketing , diferenciando su alcance frente al marketing tradicional e identificando sus pilares: mentalidad experimental, estructuras de crecimiento y métricas clave .	2. Growth sin mitos	- Definición de Growth Marketing y qué NO es growth - Contexto LATAM y barreras reales - Activación del mindset
		3. Funnel y Loops de crecimiento	- Funnel vs loops: definiciones y aplicaciones. - Estructura del funnel AAARR y fases. - Tipos de loops: adquisición, engagement, monetización. - Ejemplos aplicados de funnels y loops - Lectura e interpretación de funnels y loops.
		4. Métricas que importan y mentalidad experimental	- Definición de NSM, OMTM y KPIs - Diferencias con métricas de vanidad - Ejemplos por modelo de negocio - Cultura de experimentación - Ejemplos de experimentos con presupuesto 0
		5. Optimización digital y modelos de growth	- Cómo implementar mejoras con recursos limitados - Modelos de growth aplicados

2. Metodología de experimentación ágil de alto impacto y priorización	Aplicarás una metodología de experimentación ágil para diseñar, priorizar y ejecutar experimentos de alto impacto en contextos de recursos limitados .	6. Mentalidad experimental y priorización con escasez	- Principios de la mentalidad experimental - Introducción al loop de experimentación - Contexto de escasez y restricciones - Marco de priorización simple (impacto vs esfuerzo) - Evolución a criterios compuestos
		7. Fundamentos de estadística y segmentación para hipótesis	- Técnicas de Brainstorming - De ideas a hipótesis - ¿Qué necesitamos validar? - Opportunity Solution Tree
		8. De ideas a hipótesis medibles	- Herramientas de priorización - Matriz ICE - Matriz impacto - esfuerzo - Diseñando experimentos
		9. Diseño de experimentos realistas	- Esquema de experimentación - Tamaño de una muestra
		10. Análisis de resultados y aprendizajes	- Analizar los resultados - Los sesgos que no vemos - ¿Qué hacemos según el resultado? - Elementos clave para el éxito

Workshop 1 – Growth Intelligence: cómo escalar con IA

3. Adquisición y Activación con impacto real	Identificarás y evaluarás canales de adquisición relevantes para su contexto, diseñarás estrategias de atracción y activación de usuarios, y optimizarás el viaje del cliente hasta el momento de valor.	12. Qué es adquirir bien	- Tipos de adquisición - ¿Qué hace "buena" una adquisición - Métricas clave iniciales: CAC, LTV, ROI - Introducción al loop de adquisición
		13. Canales y encajes para adquisición	- Paid vs no paid (criterios de elección) - Canales Paid principales - Traducción de mensajes por canal - Encajes con foco en performance Paid
		14. Pauta digital y performance	- Métricas Paid: CPL, CPA, CTR, ROAS - Cómo calcular y optimizar CPL/CPA - Estrategias de pauta con bajo presupuesto - Performance marketing aplicado a growth
		15. Aha Moment y estrategias de activación	- Concepto de Aha Moment - Lead magnets y contenido de valor - Journey adquisición-activación - Ejemplos SaaS, e-commerce, B2B
		16. Journey de conversión y Loop de adquisición	- Funnel de conversión vs loop de adquisición - Elementos de landing pages y test A/B - Cómo los loops de adquisición generan sostenibilidad - Ejemplos de loops de referidos, contenido y Paid
		17. Segmentación, cohortes y CRM	- Tipos de segmentación - Cohortes y métricas asociadas - Acciones y tiempos por segmento - CRM y lead scoring como parte del loop



Workshop 2: Prepare Mid Review

Mid Review	19. Mid Review	Presentación del avance del proyecto.	
4. Retención Sostenible y Hábitos de Usuario	Comprenderás cómo se logra y mide la retención , aplicarás análisis de cohortes y loops de retención, diseñarás segmentaciones avanzadas y flujos de CRM y estructurarás estrategias de hábito.	20. Introducción a la retención y métricas clave	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de curvas de retención (decreciente, plana, sonriente) - Fórmulas básicas de retención y churn - NSM y su relación con retención - CAC creciente y time to CAC
		21. Cohortes y loops de retención	<ul style="list-style-type: none"> - Definición y análisis de cohortes - Ejemplo práctico de cohorts iniciales - Loops de retención y casos de uso (ej. apps, B2B) - Impacto de mejorar lpp en churn
		22. Modelo Hooked y hábitos de usuario	<ul style="list-style-type: none"> - Fases del modelo Hooked - Diseño de hábitos: notificaciones, rituales y recompensas - Ejemplos prácticos - Política de toques y ética de notificaciones
		23. Segmentación avanzada para retención	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de segmentación - Retención por industria - Segmentación avanzada y métricas asociadas
		24. CRM y diseño de flujos de retención	<ul style="list-style-type: none"> - CRM básico aplicado a retención - Journeys y automatizaciones - Ejemplos B2B y B2C
		25. Estrategias integradas de retención y churn	<ul style="list-style-type: none"> - Retención vs churn - Cómo tangibilizar el impacto de mejorar churn - Síntesis de aprendizajes del módulo - Retención como clave del growth
5. Revenue y Growth Loops: Crecimiento rentable y sostenible	Aplicarás estrategias de monetización y revenue para incrementar el valor del cliente de manera sostenible, comprendiendo unit economics, métricas de performance y diseñando loops de revenue que refuerzan el crecimiento.	26. Fundamentos de Revenue y Unit Economics	<ul style="list-style-type: none"> - Unit economics (ingresos, CAC, LTV) - Relación entre LTV y CAC - Métricas clave: ticket promedio, frecuencia, ARPU - Introducción a loops de revenue
		27. Estrategias de Monetización y Upselling	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos de monetización (suscripciones, freemium, premium) - Upselling y aumento de basket size - Testing de bundles y elasticidad de precios - Promociones y su incrementalidad
		28. Growth Loops aplicados a Revenue	<ul style="list-style-type: none"> - Qué es un Growth Loop y por qué importa - Tipos de loops: adquisición, retención, revenue - Coeficiente de viralidad y revenue loops
		29. CRO y Estrategia Integrada de Revenue	<ul style="list-style-type: none"> - CRO como enfoque en activación y revenue - Frameworks centrados en el usuario - Data: cohortes de ingresos y análisis incremental - Síntesis de revenue loops + monetización
6. Escalamiento y liderazgo desde la cancha. Análisis y decisiones	Serás capaz de realizar un análisis situacional de growth , sistematizar aprendizajes, interpretar métricas clave y liderar la toma de decisiones basadas en datos.	30. Análisis situacional en Growth	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es un análisis situacional en Growth? - Diagnóstico de con métricas: CAC, LTV, ARPU - Frameworks de análisis: FODA, 5C - Identificación de oportunidades y riesgos
		31. Toma de decisiones basadas en datos	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretación de datos para decisiones - Trade-offs comunes: velocidad vs precisión - Modelos de priorización (RAPID, ICE, RICE) - Documentación y madurez en la experimentación
		32. Liderazgo y storytelling en espacios de decisión	<ul style="list-style-type: none"> - Cómo liderar con data y comunicar hallazgos - Storytelling con resultados de experimentos - Ejemplos inspiradores de empresas que escalan con growth - Errores comunes al escalar growth
		33. Estrategia final y Pre Final Pitch	<ul style="list-style-type: none"> - Growth model como herramienta de trabajo - Proyecciones y escenarios - Sistematización de experimentos exitosos - Síntesis de aprendizajes del programa

Workshop 3: Análisis y Data storytelling

Final Pitch	35. Final Pitch	Presentación final grupal a un jurado de líderes en growth con feedback en vivo.
Graduación	35. Ceremonia de Graduación	Ceremonia virtual y reconocimiento a primeros puestos.

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



Anne Bonneville

E-Key Account Manager en [L'Oréal Perú](#)

+10 años de experiencia digitalizando la belleza en L'Oréal.

Actualmente desarrolla el canal e-commerce de las marcas de consumo masivo en Perú. Anteriormente asumió posiciones de digital project manager.



Thalia Dorronsoro

Design LEAD en [Victoria Lab](#)

+10 años de experiencia en Service Design.

Ha participado en proyectos de innovación y diseño enfocados al usuario para el desarrollo de servicios, marcas y productos.



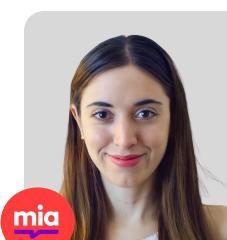
Octavio Buzo

International Growth Manager Latin America en [Google](#)

MBA con +10 años trabajando en Google.

Especialista en estrategias digitales para nuevos negocios.

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



Melisa Lucero

Engagement Marketing Manager en [Tiendamia](#)

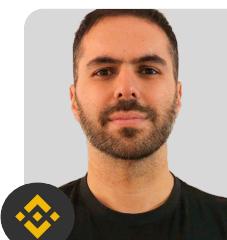
+10 años en marketing digital, eCommerce y comunicación, con experiencia en Nestlé, Despegar, BGH y L'Oréal. Especialista en SEO, CRM y DATA con enfoque en resultados y equipos.



Dafne Cisneros

Sr. Marketing Manager [Visa](#)

Ex-Growth Marketing Manager Nubank. Ex-Head of Marketing Mercado Crédito en Mercado Libre.



Federico Teyssandier

Campaign Manager en [Binance](#)

Ingeniero industrial +15 años de experiencia en diversas áreas para importantes empresas multinacionales. Ex Digital Account Marketing en Adidas

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.



Esta es la **escuela ejecutiva** que acelera tu carrera profesional.



Líderes de las mejores empresas confían en nosotros:



“Es una experiencia alucinante muy centrada en nosotros, los que estamos aprendiendo se preocupan en que sea una **clase dinámica, que no solo sea teórica**”.

Cristina Bonilla
Product Owner en [Sanna](#)



“Hubo un cambio muy importante en mi carrera. Pasé de una empresa importante en México a una **empresa con presencia en 18 países de Latinoamérica**”.

Abraham Nava
Analista en [FEMSA México](#)



“Nunca había realizado la **parte experimental** de estos temas de esta manera, me llevo **muchísima información valiosa**. Los practitioners lo hicieron mucho más fácil de digerir”.

Stefania Gendarilla
Marketing Manager en [Kigo](#)

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

Aprende, aplica y crece como profesional

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

Colectivo23

Felicitaciones a

**Tu nombre
puede
estar aquí**



Cristina Elias
CEO COLECTIVO23

PROGRAMA ESPECIALIZADO

**Ruta
Growth
Marketing**



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.

Acelera tu carrera profesional

Inversión



\$ 6,400 MXN

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o
\$ 25,600 al contado



S/ 1,300 PEN

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o
s/5,200 al contado



\$1,575,000 COP

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o
\$6,300,000 al contado



\$ 358 USD

Monto mensual en un plan de 4 cuotas, o
\$ 1,430 al contado

¿Quieres desafiar tu futuro profesional?

[Quiero
inscribirme](#)

[Necesito más
información](#)



Colectivo²³