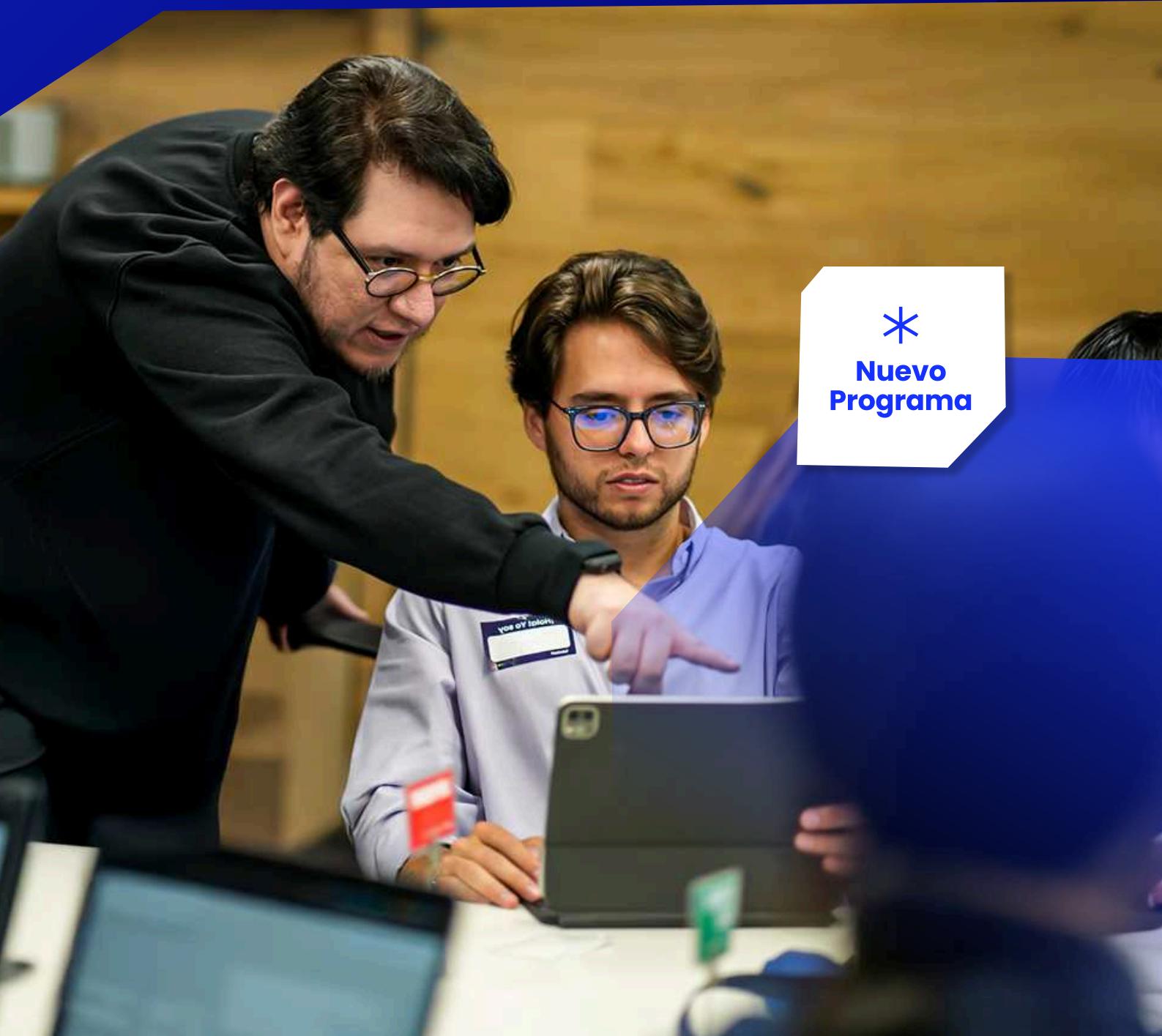


↗ Lanzamiento

# Growth Intelligence



Nuevo  
Programa

# Índice

1.

**Por qué el Growth Intelligence es esencial para crecer en tu carrera**

2.

**¿Qué es Growth Intelligence?**  
¿Qué habilidades vas a sumar?

3.

**Temario**  
Conoce los contenidos y el proyecto del programa.

6.

**Proyecto del programa**  
Te mostramos el proyecto donde pondrás en práctica lo aprendido.

7.

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

8.

**Sobre nosotros**  
Conoce más de Colectivo23

9.

**Información clave del programa**  
Requisitos para graduarse.

11.

**Inversión**  
Modalidades de pago.

# Entrena para crecer con inteligencia.



**El 39% de las habilidades laborales cambiará para 2030, impulsando una nueva generación de líderes con mentalidad analítica y enfoque de crecimiento.**

Fuente: World Economic Forum 2025



**La automatización puede aumentar la productividad hasta en un 66%, conectando marketing, ventas y operaciones en tiempo real.**

Fuente: McKinsey 2023



**La IA está redefiniendo cómo crecen las empresas. Más del 79% de las organizaciones en LatAm ya integran IA para acelerar decisiones y estrategias.**

Fuente: McKinsey State of AI 2023k

# ¿Qué es Growth Intelligence?

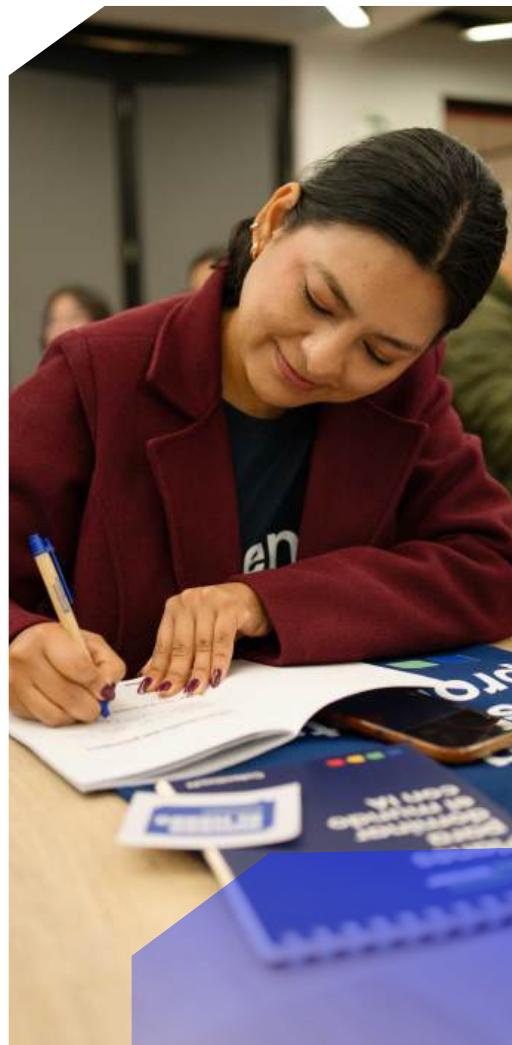


Busca aplicar conocimientos avanzados de **growth** para integrar la visión de **marketing, ventas, operaciones y analítica** generando un impacto real en el negocio.



Desarrolla **habilidades aplicables y estratégicas**, con pensamiento analítico para **diseñar sistemas de crecimiento medibles** y lograr resultados organizacionales tangibles.

## ¿Qué habilidades vas a sumar?



Un mindset de crecimiento y experimentación para dirigir el crecimiento sostenido de la organización.

Liderazgo en proyectos que impacten en el funnel con la exploración de herramientas de inteligencia artificial.

Diseño de sistemas de crecimiento para vincular KPIs tácticos con KPIs estratégicos de negocio (Hero KPIs).

Aplicarás growth intelligence para identificar oportunidades de reasignación de recursos a lo largo del funnel.

Implementar automatización de procesos de marketing y ventas con herramientas tecnológicas.

# Conoce el viaje de aprendizaje

¿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.	
1. <b>Growth Intelligence Mindset &amp; Strategy</b>	Introducción al concepto de Growth Intelligence como sistema estratégico que conecta estrategia, creatividad, datos y automatización para impulsar un crecimiento centrado en el cliente, diferenciándolo de un curso de IA aplicada al marketing	2. Qué es growth intelligence? La estrategia detrás del growth moderno.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definición y fundamentos de growth intelligence</li><li>- Diferencias con growth tradicional, data-driven growth</li><li>- La necesidad de integrar creatividad, datos y automatización</li><li>- Crecimiento sostenible conectado con la era IA</li></ul>
		3. El costo de la desconexión - rompamos los silos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar puntos de silo entre marketing, ventas, producto y datos</li><li>- Consecuencias de la desconexión organizacional</li><li>- Diagnóstico de madurez empresarial y silos en el flujo de growth en un caso real</li><li>- Ejemplos aplicados de funnels y loops</li><li>- Lectura e interpretación de funnels y loops</li></ul> <div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 2px; border-radius: 10px; text-align: center;">Elaborar mapa de silos organizacionales</div>
		4. El impacto digital a partir de creatividad, datos y automatización	<ul style="list-style-type: none"><li>- La evolución del growth: del hacking a la inteligencia sistemática</li><li>- Casos de éxito de empresas que integran creatividad, datos y automatización</li><li>- Medición de impacto en empresa, marca y cliente</li><li>- Mapeo de sistemas integrados (casos reales)</li></ul>
		5. Crecimiento centrado en el consumidor	<ul style="list-style-type: none"><li>- Consumer data that matters: de investigación superficial a analítica conductual</li><li>- Diferencias entre consumer data y behavioral data</li><li>- Cómo combinar consumer y behavioral data</li><li>- Customer data platforms para personalización y experiencia integral del cliente</li></ul>
		6. Integración cross areas	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar insights clave para unificar creatividad, producto y tecnología</li><li>- Mapeo de sistemas</li><li>- Identificar interdependencias entre áreas</li></ul>
2 <b>Growth Systems &amp; Business Architecture</b>	Diseñar arquitecturas de crecimiento que integren marketing, ventas, growth, etc. en un sistema unificado, eliminando silos operativos. Aplicar principios de experimentación y feedback continuo para optimizar recursos y mejorar la eficiencia operativa	7. Flujos de trabajo unificados	<ul style="list-style-type: none"><li>- De colaboración a co-creación</li><li>- Uso de herramientas colaborativas</li><li>- Diseño de un flujo de trabajo integral</li></ul>
		8. Feedback loops en tiempo real	<ul style="list-style-type: none"><li>- Principios de A/B testing, multivariable testing y rapid iterations (desarrollar la importancia del aprendizaje continuo con distintos tipos de herramientas lo cual se profundizará en el módulo 4)</li><li>- Cómo integrar feedback loops en sistemas de crecimiento</li><li>- Análisis de casos reales de integración</li></ul>
		9. Arquitectura de sistemas integrales	<ul style="list-style-type: none"><li>- Elementos clave de una arquitectura de crecimiento escalable</li><li>- Integración de puntos clave en el funnel</li><li>- Blueprints de un sistema de growth unificado</li></ul> <div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 2px; border-radius: 10px; text-align: center;">Creación de la arquitectura del sistema colaborativo</div>
		10. Asignación eficiente de recursos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Priorización de recursos (tiempo, personas, presupuesto)</li><li>- Sistemas para mejora de eficiencia</li><li>- Cómo evaluar un sistema de crecimiento</li></ul>
			<div style="border: 1px solid #0072BD; padding: 2px; border-radius: 10px; text-align: center;">Blueprint visual del sistema growth</div>



<h3>3.</h3> <h4>Data-Driven Growth: From Tactical Metrics to Hero KPIs</h4>	<p>Cómo leer, interpretar y priorizar datos empresariales de manera efectiva. Se exploran frameworks para conectar los KPI tácticos con los indicadores estratégicos de revenue y ROI, evitando análisis superficiales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>11. Entendimiento de KPIs y North Star Metrics estratégicos</li> <li>12. De tácticas a impacto empresarial</li> <li>13. De datos a insights</li> <li>14. De datos a la acción</li> <li>15. Creatividad potenciada por datos analíticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diferencias entre KPIs operativos, tácticos y estratégicos</li> <li>-Identificar el North Star Metric y su rol en el crecimiento sostenido</li> <li>-Ejemplos prácticos de transformación de métricas a resultados medibles</li> </ul> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <b>Métricas clave (operativas, tácticas, estratégicas)</b> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <b>Tabla jerárquica de KPIs y NSM</b> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Conexión entre métricas tácticas y revenue estratégico</li> <li>-Frameworks para vincular marketing performance con objetivos financieros</li> <li>-Actividades prácticas (desarrollo de dashboards)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Interpretar datos del consumidor (patrones, behavioral, preferencias)</li> <li>-Pasar de insights a toma de decisiones de negocio</li> <li>-Casos reales de decisiones tomadas por datos de clientes</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Traducción de insights a estrategias y tácticas concretas</li> <li>-Cómo evitar el análisis superficial: priorización inteligente</li> <li>-Diseño de propuesta actionable basada en datos</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cómo estructurar un creative brief basado en data-driven insights</li> <li>-Colaboración entre equipos de analistas y creativos</li> <li>-Actividad práctica redacción de creative briefs</li> </ul>
---	---	--	--

### Workshop 1: Dashboard design

### Workshop 2: Prepare Mid Review

### Mid Review

<h3>4.</h3> <h4>Predictive Experimentation and Optimization</h4>	<p>Estrategias de validación y metodologías de experimentación para diseñar, probar y escalar hipótesis de crecimiento dentro de sistemas de aprendizaje continuo. Incluye principios de agile marketing, integración de datos cross-area y casos prácticos aplicados a escenarios reales de optimización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>19. Frameworks de experimentación</li> <li>20. Tácticas y estrategia de experimentación</li> <li>21. Closed loop measurement</li> <li>22. Agile marketing y sprint planning</li> <li>23. Growth experimental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño de experimentos (hipótesis, control de sesgos, interpretación)</li> <li>-Tipos de experimentos (A/B, multivariable, test de cohortes)</li> <li>-Herramientas y plataformas para experimentación de marketing</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Marcos de priorización de experimentos (ICE, PIE, RICE).</li> <li>-Cómo las herramientas de IA impactan en el proceso de experimentación</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Interpretar datos del consumidor (patrones, behavioral, preferencias)</li> <li>-Pasar de insights a toma de decisiones de negocio</li> <li>-Casos reales de decisiones tomadas por datos de clientes</li> </ul> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <b>Diseño de closed-loop measurement</b> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <b>Diagrama de flujo de medición full funnel</b> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Principios de agile marketing (backlog, stand-ups, retrospectives)</li> <li>-Cómo adaptar rituales ágiles a flujos de growth</li> <li>-Planificar un sprint de marketing iterativo</li> <li>-Colaboración entre equipos Marketing &amp; data team</li> <li>-Briefing y feedback a un equipo de analítica</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Convertir resultados experimentales en aprendizaje organizacional</li> <li>-Frameworks de crecimiento incremental y sostenido</li> <li>-Diseño de roadmap de aprendizaje continuo</li> </ul>
--	--	--	---

<h2>5.</h2> <h3>Growth Automation &amp; Decision Intelligence</h3>	<p>Automatización de procesos de marketing y ventas, incluyendo herramientas de CRM, CDP y orquestación de campañas para habilitar recorridos basados en triggers y segmentación por behavioral.</p>	<p>24. Perspectiva general de sistemas automatizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Introducción a herramientas CRM, CDP y orquestación de campañas</li> <li>-Integración entre plataformas y flujos de datos</li> <li>-Diagnosticar madurez en automatización organizacional"</li> </ul>
		<p>25. Trigger-based journeys and behavioral segmentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Construir lifecycle journeys significativos alineados con los KPI principales y estratégicos</li> <li>-Segmentación conductual, predictiva y contextual</li> <li>-Creación de journey maps automatizados</li> </ul>
		<p>26. Next-best-action model</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aplicar modelos de recomendación para personalizar experiencias</li> <li>-Toma de decisiones "next best action" según datos</li> <li>-Manejo de privacidad de datos</li> <li>-Casos prácticos y ejemplos de CRM reales</li> </ul>
		<p>27. Herramientas AI para testing creativo y personalizado</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uso de IA generativa para copywriting, imágenes y testing creativo</li> <li>-Cómo evaluar el performance creativo con IA predictiva</li> <li>-Experimentos asistidos por IA</li> </ul> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <b>Integración de IA en procesos creativos</b> </div> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <b>Implementación de prueba IA</b> </div>
		<p>28. Conversational commerce &amp; automation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El futuro del comercio conversacional (buy-in-chat)</li> <li>-Integración de chatbots y asistentes IA con sistemas de marketing</li> <li>-Prototipo de flujo conversacional automatizado</li> </ul>
		<p>29. Conversational commerce &amp; automation pt.2</p>	

### Workshop 3: Conversational chatbot design

<h2>6.</h2> <h3>Storytelling, Stakeholders &amp; Business Impact</h3>	<p>Cómo comunicar los resultados de growth intelligence entre los equipos de creatividad, producto y tech para fomentar la integración transversal. Enfoque en el storytelling con datos y en traducir los análisis en narrativas que destaque los hero KPIs y las North Star Metrics para justificar la inversión y la escalabilidad.</p>	<p>31. Narrativa estratégica basada en datos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo estructurar mensajes persuasivos para audiencias internas</li> <li>- El valor del storytelling en la toma de decisiones</li> <li>- Creación de narrativa estratégica a partir de un caso real</li> </ul>
		<p>32. Data storytelling para influir a nivel empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo integrar datos a una narrativa convincente</li> <li>- Visualización de insights clave y estructuración de argumentos</li> <li>- Actividad: transformar dashboards en mensajes de impacto</li> </ul>
		<p>33. De insights a creative briefs 2.0</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cómo transformar resultados analíticos en briefs creativos inspiradores</li> <li>- Adaptar la comunicación al lenguaje de diversos equipos</li> <li>- Traducción de KPIs a conceptos accionables</li> </ul> <div style="border: 1px solid #0070C0; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <b>Transformación de resultados en creative briefs accionables</b> </div>
		<p>34. Manejo de stakeholders</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y priorizar stakeholders clave en proyectos de growth</li> <li>- Estrategias de comunicación persuasiva y negociación</li> <li>- Gobernanza y rituales cross-team</li> <li>- Roleplay: presentación de resultados a distintos niveles de seniority</li> </ul>
		<p>35. Unificando métricas con impacto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conectar métricas clave con objetivos estratégicos empresariales</li> <li>- Justificar toma de decisiones e inversiones con evidencia de impacto</li> </ul>

### Workshop 4: Prepare Final Pitch

### Final Pitch





# Conoce el proyecto que verás en la ruta Growth Intelligence

## Sobre el Proyecto

Trabajarás sobre un caso creado que replica desafíos reales de una empresa en crecimiento, conectando marketing, ventas y producto a través de estrategia, datos y automatización.

## Sobre lo que harás

Asumirás el rol de Growth Intelligence Strategist, diseñando y presentando un sistema integral de crecimiento ante un comité ejecutivo.

## Sobre lo que construirás

Durante la ruta, cada equipo construye:

- Un diagnóstico real de silos entre áreas.
- La arquitectura del sistema de growth, cruzando creatividad + datos + automatización.
- Un dashboard real con KPIs tácticos, Hero KPIs y North Star Metric.
- Un sistema de experimentación predictiva y loops de aprendizaje continuo.
- Un journey automatizado, segmentado por comportamiento.
- Un chatbot conversacional con IA para mejorar funnel y conversiones.

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



**Fabio Martini**

Global Marketing Director en **Asics**

Líder de marketing con **15 años de experiencia** en funciones globales, regionales y nacionales.



**Ignacio Cordero**

Chief Growth Officer **Claro Pay - Telcel**

Especialista en **growth y datos, con experiencia en fintech/tecnología** (Claro Pay, Amazon Music, RappiCard) y resultados probados en crecimiento de adopción y eficiencia.

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



**Julio Lopez**

Growth Marketing & E-commerce Lead en **McCain Food**

Líder en **Marketing Digital, Growth y E-commerce** con 15+ años en Walmart, American Express, Sura, McCain Foods y Gamers.



**Fiorella Henriquez**

Director Data & Analytics LATAM Head en **The Coca Cola Company**

Líder en **Data, Analytics e IA** liderando transformación digital con IA Generativa y Agentic AI.



**Iván Quiñones**

Founder de **Althernative**

Estratega de **Marketing Digital (13+ años en Latam)**. Fundador de Althernative | Ex Digital Director TBWA. Especializado en IA, innovación y ecosistemas digitales.



**Luis Felipe Fonseca**

Gerente Canal Digital & Growth en **Inca Rail**

Líder en **transformación digital y e-commerce con 12+ años** en Telefónica, Ripley, Inca Rail, Sodimac, Rimac, Nestlé y Sony, generando crecimiento rentable de doble dígito.

**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 entres 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  
@ FEMSA

Walmart Rappi

BBVA

amazon

OXXO

# 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

Colectivo<sup>23</sup>

Felicitaciones a

**Tu nombre  
puede  
estar aquí**

  
Cristina Elias  
CEO COLECTIVO23

PROGRAMA ESPECIALIZADO

Ruta  
Growth  
Intelligence



CERTIFICADO DE ACREDITABLE

## 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



**\$ 6,400 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**

### Formas de pago

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



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



**Necesito más información**

