

## **Growth Hacker, el nuevo perfil de moda**

### **Digital Brains, la primera escuela de postgrado especializada en estos perfiles**

El mundo del marketing y en particular el marketing digital no para de generar nuevos perfiles profesionales que poco a poco se van incorporando al diccionario particular del mundo de la empresa (SEO, Community Manager, App Builder, experto UX, Data scientist, y tantos otros). El último, y creciendo con fuerza, es el Growth Hacker.

El Growth Hacker, un término acuñado en Silicon Valley hace algunos años, es un perfil especializado en el crecimiento de un proyecto digital. Es una figura que combina conocimientos de tecnología, de marketing digital, de diseño y de psicología de cliente, y cuya característica particular es que trabaja al cien por cien enfocado en el aumento de usuarios, y obsesionado con un concepto en particular: el crecimiento exponencial.

Empresas como Hotmail (la precursora de todas) o luego Youtube, Facebook, Twitter o Dropbox fueron pioneras en la utilización de estas tácticas, que les permitieron, en pocos meses, crecer exponencialmente cuando sólo eran proyectos incipientes. Hoy son todas compañías valoradas en miles de millones de dólares, con cientos de millones de usuarios. Spotify, AirBnB, Tripadvisor, Instagram, Whatsapp..., y muchas otras han seguido este camino “a la caza del usuario”.

En España Wallapop, Cabify, Tutellus, Minube o Beroomers son algunas de las startups que tienen un growth hacker entre sus filas. Pero son una excepción. La realidad es que la mayoría de las empresas (tanto startups como consolidadas) encuentran mucha dificultad para encontrar estos perfiles.

“El perfil del Growth Hacker es difícil de encontrar porque debe ser muy polifacético, debe ser muy analítico y muy creativo al mismo tiempo; debe entender de tecnología y de marketing; debe ser muy estructurado y muy atrevido. Por otro lado la mayoría de los Growth Hackers que existen actualmente en España trabajan en sus propios proyectos”, explica Eduardo Berástegui, fundador de Digital Brains, una nueva escuela de postgrado especializada en la formación de perfiles digitales, que ha creado el primer programa presencial de formación de Expertos en Growth Hacking.

Según Eduardo Berástegui, “El Growth Hacking es una manera diferente de hacer marketing. Un growth hacker diseña experimentos de crecimiento para probar nuevas ideas y las pone en marcha. Después mide al detalle los resultados (debe ser experto en analítica) y va optimizando y automatizando las acciones, hasta que crea lo que llamamos ‘growth machines’, motores de crecimiento de un proyecto digital. Una vez optimizadas, estas máquinas de crecimiento traen usuarios a la empresa sin apenas intervención humana y en muchos casos, con un coste muy reducido. El sueño de cualquier empresario”.

Luis Diaz del Dedo, growth hacker de minube, profesor del programa y responsable de GrowthHackSpain, opina: “Un growth hacker tiene que conocer las plataformas digitales en

profundidad. Es de ese conocimiento de dónde surgen las nuevas ideas de crecimiento. La mayoría de los growth hackers son programadores, aunque también conozco a algunos muy buenos que no lo son, pero conocen muy bien lo que puede hacer la tecnología”.

En cuanto al nuevo programa de formación comenta: “existen muchos programas de marketing online, pero el de Digital Brains, es el primero verdaderamente especializado en Growth Hacking. Sinceramente, no tiene nada que ver. En él, los alumnos van a trabajar en un proyecto real, algunas de las técnicas que se utilizan en las empresas más punteras del mundo”.

El programa de Growth Hacking de Digital Brains se celebra en Madrid y comienza el 4 de Noviembre.

**Datos de contacto:**

EDUARDO BERASTEGUI

Director

667891506

Nota de prensa publicada en: [MADRID](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>