

Growth Hacking para readaptar los modelos de negocio de medianas y grandes empresas al ecosistema digital

Luis Díaz del Dedo, Jorge García, José Carlos Cortizo y Carlos Maribona son los fundadores de Product Hackers, la empresa líder del Growth Hacking en España: "compartir es la base de la innovación, permite que se aceleren los ciclos de adopción de nuevas tecnologías"

El crecimiento es el único objetivo del Growth Hacking: "Hacer crecer productos y negocios digitales como un superconjunto de estrategias digitales que ayudan a los negocios a generar más ingresos y beneficios".

La relación alumno-profesor ha sido clave para el nacimiento de Product Hackers, una consultora especializada en Growth Hacking y creación de producto digital cuyo objetivo es ayudar a las empresas a hacer crecer su negocio digital, optimizando todos los pasos del proceso de venta en su web y creando productos digitales innovadores.

Luis Díaz del Dedo era alumno de José Carlos Cortizo y profesor de Jorge García en la Universidad Europea. Socios en varias startups anteriores como BrainSINS, Gamisfaction, Growth Hack Spain o MiNube. En esta última conocerían a Carlos Maribona. Así, en septiembre de 2016 Luis y Jorge fundan Product Hackers, como una extensión del trabajo que ya realizaban de consultoría, pero desde el "paraguas" que suponía hacerlo como una empresa. Finalmente, y aunque empezaron como consejeros, José Carlos y Carlos se unieron al equipo.

"Estábamos realizando un proyecto para un periódico con el que se necesitaba tener cuanto antes una estructura empresarial y no trabajar a modo freelance como se había hecho hasta entonces", explica Luis. Desde ese momento, el foco ha estado en ayudar a medianas y grandes empresas a mejorar sus ingresos en los canales digitales mediante técnicas de Growth y la creación de productos digitales específicamente diseñados para ayudar a las empresas a readaptar sus modelos de negocio al ecosistema digital. "Ayudamos a empresas de cualquier sector, con foco en medios, startups de cierto tamaño y empresas de servicios (telco, seguros, fintech etc.)"

El servicio principal es el Growth (hacer crecer) productos y negocios digitales como un superconjunto de estrategias que ayudan a los negocios a generar más ingresos y beneficios. "De esta forma exploramos tanto canales alternativos de generación de demanda como optimización del proceso de compra, como mucho foco en técnicas de retención de clientes y que nos permitan sacarles más partido a los clientes actuales", explica Luis Díaz del Dedo.

Actualmente son un equipo de 14 ingenieros con años de experiencia en el negocio digital, una visión holística y metodología propia: "Nos hacemos cargo de absolutamente todo el proceso, desde la

estrategia hasta la última línea de código necesario para que todo funcione adecuadamente. Este enfoque nos permite asegurar resultados y, sobre todo, actuar como un cohete”, asegura. De esta forma ¿solucionan uno de los mayores problemas a los que se enfrentan las empresas, la comunicación entre departamentos?, “es complicado reaccionar rápido ante una necesidad de negocio cuando tu equipo técnico tiene otras prioridades”.

Product Hackers trabaja mediante un fee mensual que depende del tamaño de la empresa y de los productos digitales que haya que hacer crecer. En cada proyecto se involucran entre 1 y 3 desarrolladores, un experto en Growth y otros especialistas en otras áreas (producto, estrategia) de forma puntual y en base a necesidades. Por otro lado, en proyectos de creación de producto digital se trabaja por sprints de dos semanas y cobramos un fee por cada sprint, en estos sprints se suelen involucrar una persona de producto, 1 o 2 desarrolladores, una persona a tiempo parcial de diseño y de UX y algún otro perfil en base a necesidades.

"Growth Hacking: Supera el reto de crear productos digitales exponenciales"

El Growth Hacking se ha popularizado mucho como “hot topic” en los últimos años, fundamentalmente debido a que se ha realizado desde manos no profesionales, con cierta denostación de su significado. Por eso, Luis Díaz del Dedo, fundador de Product Hackers ha publicado ¿un libro con su salsa secreta?: “Como ¿hijos ¿del “Open Source” y la cultura del software y conocimiento libres, creemos que compartir es la base de la innovación y lo que permite que se aceleren los ciclos de adopción de nuevas tecnologías y formas de ver las cosas”.

El ¿libro, publicado por Anaya, pretende enseñar la parte del Growth Hacking que tiene bases más científicas y ofrece un enfoque metodológico, real y sostenible para el crecimiento de las empresas en el ámbito digital. Cuenta casos de éxito de aplicación del Growth Hacking en empresas de todos los tamaños, desde startups como Minube o Tutellus a grandes empresas como La Razón o WOM (una gran operadora de telecomunicaciones de Chile). Casos desarrollados por el propio equipo de Product Hackers, lo que permite plasmar con detalle los enfoques que se han seguido.

A nivel individual y de forma colectiva, todos los socios de Product Hackers han estado ¿siempre compartiendo sus experiencias y generando acciones de comunidad?, entre las que destacan la segunda edición de Product Hackers Awards, donde reparten más de 500.000€ en premios o el Product Hackers Day, antes de verano de 2020.

Datos de contacto:

Belén Fernández
91 6642378

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

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing Sociedad Emprendedores E-Commerce Recursos humanos Innovación Tecnológica](#)

<https://www.notasdeprensa.es>