



INFORME DE MIC BUSINESS CONSULTING:

Gerente de *growth*, el rol nacido en startups que gana terreno en las empresas

RUBÉN GARCÍA

Esta figura es común en las startups porque su perfil encaja con su urgencia, agilidad y mentalidad guiada por los datos, pero, a medida que la transformación digital y la competencia disruptiva se intensifican, las firmas más tradicionales están reconociendo el valor de pensar como ellas en materia de crecimiento. **SOFÍA MALUENDA**

trategias de *growth hacking* ya no sería exclusivo de *startups tech*, sino una ventaja competitiva para cualquier organización.

EMPUJE DE LOS DIRECTORIOS

Patricio Cortés cree que las empresas va a ver los resultados y seguirán demandando estos perfiles por varios motivos, ya sea buscar el éxito del negocio y también ver cómo a otros les resulta.

Un tercer motivo se vincula con la mirada de los directorios. "Empiezan a hablar de estos temas y se empiezan a preguntar: 'Oye, ¿nosotros tenemos a alguien en esto? ¿Por qué no hemos hecho nada?'. Y los gerentes tienen que tener una muy buena respuesta para explicar por qué la compañía del lado, la competencia, tiene y tú no", señala. En ese sentido, dice, el directorio va a empezar a empujar para tenerlo, porque detrás de eso están las metas del año.

"Esto no es una moda, es un cargo que es capaz de crear valor. Esto es como cuando en los noventa, en Chile, no había gerentes de desarrollo de negocios, lo que entendemos ahora como la expansión de los negocios de una compañía. No había. Y todos pensaban que esto era una cosa rara y que las compañías gringas que los tenían eran unos locos, para eso estaba el gerente que planificaba y sabía que había que hacer negocios. Hoy ya no hay compañía grande en Chile que no tenga gerente de desarrollo. Esto es lo mismo. Si estás en el mundo tecnológico, que te da la posibilidad de crecimiento acelerado y sin fronteras, no tener un gerente de *growth* es renunciar a un pedazo el crecimiento de la compañía", sostiene Cortés.

"Esto no es una moda, es un cargo que es capaz de crear valor".

PATRICIO CORTÉS
 CEO de MIC Business Consulting.

Patricio Cortés, CEO de MIC Business Consulting, comenta que este cargo existe en firmas como Solarity, Ki Technology, Xepelin, Btrust, AutoExpertos, Examedi, PedidosYa, Garage Labs y Compraquí, entre otras.

"Esto no es una moda, es un cargo que es capaz de crear valor". Así de claro tiene el panorama el CEO y socio principal de MIC Business Consulting, Patricio Cortés, acerca del incipiente cargo del gerente de *growth* (crecimiento), uno que nació en startups tecnológicas de rápida expansión, pero que hoy empieza a verse incluso en empresas más grandes e industrias tradicionales (a veces bajo el nombre de *head of growth* o *chief growth officer*), según revela un informe de MIC Business Consulting, que explica que el concepto fue acuñado por Sean Ellis en 2010 en Silicon Valley como *growth hacking* al buscar alguien que continuara impulsando el crecimiento explosivo que él logró en Dropbox.

Desde entonces, muchas startups adoptaron la filosofía de "experimentar continuamente" para encontrar estrategias escalables de crecimiento. Un *growth manager*, dice el reporte de MIC Business Consulting, combina marketing, análisis de datos, desarrollo de producto y tecnología para idear estas estrategias. Su meta no es solo conseguir nuevos clientes, sino lograr que descubran el valor del producto rápidamente y a su vez retenerlos.

En resumen, es un perfil multidisciplinario orientado 100% a impulsar métricas de crecimiento del ne-

gocio por medio de experimentación rápida, análisis rigurosos y acciones creativas. Es una suerte de híbrido entre gerente comercial, analista, *product manager* y gestor de proyectos. Por eso mismo, dicen, el rol exige una combinación "poco común" de habilidades analíticas, técnicas y creativas.

EN CHILE Y LO QUE VIENE

En el ecosistema *startup* chileno, aunque el rol de gerente de *growth* es relativamente reciente, ya existen varias empresas que lo han incorporado para impulsar su expansión. En general, las *startups* digitales chilenas que apuntan a escalar regional o globalmente son las que más demandan estos profesionales.

En empresas tradicionales ha tardado más en aparecer por inercias organizacionales y menor necesidad percibida. Sin embargo, a medida que la transformación digital y la competencia se intensifican, las organizaciones establecidas están reconociendo el valor de pensar como *startup* en materia de crecimiento, dice MIC Business Consulting.

Los principales desafíos son culturales y estructurales, indica el reporte, pero "las empresas que logren superarlos posiblemente cosecharán crecimientos acelerados similares a los que presenciamos en las *startups* de mayor éxito". En el contexto actual, aprender de las es-