

Contexto del Caso: FoodieMatch

Historia de la Empresa

FoodieMatch es una startup fundada en 2022 en Ciudad de Panamá que conecta a personas a través de sus gustos gastronómicos. La aplicación utiliza un algoritmo de matching basado en preferencias culinarias, reseñas de restaurantes y hábitos alimenticios para crear conexiones sociales significativas.

Después de 18 meses de operación, la empresa ha alcanzado 1,000 usuarios activos pero enfrenta desafíos críticos:

- Solo el 24.7% de los usuarios han convertido a la versión premium (\$10/mes)
- Los inversionistas esperan alcanzar 10,000 usuarios activos con 40% de conversión para la siguiente ronda de financiamiento
- El burn rate actual es de \$45,000/mes y tienen runway para 8 meses más
- La competencia de apps como Bumble BFF y Meetup está intensificándose

Tu equipo consultor ha sido contratado para analizar los datos y proponer una estrategia de growth hacking que permita a FoodieMatch alcanzar sus objetivos antes de quedarse sin capital.

Preguntas de Análisis Crítico

1. Evaluación del Modelo de Negocio

Basándote en la tasa de conversión actual del 24.7% y el comportamiento observable en los datos, ¿consideras que el modelo freemium es el más adecuado para FoodieMatch? Propón y justifica un modelo alternativo considerando el LTV potencial y CAC implícito.

2. Análisis de Variables Predictivas

El modelo muestra que `dias_desde_registro` tiene el coeficiente más alto (0.013) para predecir conversión. ¿Qué implicaciones tiene esto para la estrategia de onboarding? ¿Cómo interpretarías la paradoja de que usuarios más antiguos conviertan más, pero la empresa necesite crecimiento inmediato?

3. Segmentación Estratégica

Observa la distribución de usuarios por segmento (Bajo/Moderado/Alto Potencial). Si tuvieras un presupuesto de marketing de \$20,000 para el próximo mes, ¿cómo lo distribuirías entre estos segmentos y qué métricas específicas usarías para medir el ROI de cada inversión?

4. Interpretación de Correlaciones

La matriz de correlación muestra relaciones débiles entre la mayoría de variables. ¿Qué sugiere esto sobre el producto actual? ¿Deberíamos preocuparnos por la baja correlación entre `amigos_invitados` y `conversion_premium`?

5. Análisis de Features Premium

Los datos muestran diferencias significativas entre usuarios gratuitos y premium en `matches_realizados` y `notificaciones_abiertas`. ¿Estos datos sugieren causalidad o correlación? Diseña un experimento A/B para validar si limitar matches gratuitos aumentaría la conversión.

6. Estrategia de Retención vs Adquisición

Con un runway de 8 meses y necesidad de crecer 10x, ¿recomendarías enfocarse en mejorar la conversión del 24.7% al 40% con los usuarios actuales, o en adquisición masiva manteniendo la tasa actual? Modela ambos escenarios financieramente.

7. Análisis del Random Forest

El modelo Random Forest muestra AUC-ROC de 0.634, indicando capacidad predictiva moderada. ¿Qué variables críticas podrían estar faltando en el análisis? Propón 5 nuevas métricas que deberían trackear y justifica su potencial impacto.

8. Growth Hacking Ético

Las estrategias propuestas incluyen "Eventos presenciales de speed-dining" con presupuesto de \$3,000. Considerando el contexto post-pandemia y el burn rate actual, ¿es esta una inversión justificable? Propón 3 alternativas de growth hacking digital con mejor ROI potencial.

9. Análisis Competitivo Implícito

Aunque no se mencionan competidores directos en los datos, la conversión del 24.7% sugiere cierto posicionamiento de mercado. ¿Qué hipótesis puedes formular sobre la propuesta de valor única de FoodieMatch basándote únicamente en los patrones de uso? ¿Cómo validarías estas hipótesis?

10. Decisión Estratégica Final

Como consultor principal, el CEO te pregunta: "¿Deberíamos pivotar el producto, buscar una adquisición, o continuar con optimizaciones incrementales?" Basándote en TODOS los datos presentados, estructura tu recomendación considerando:

- Probabilidad de alcanzar los objetivos de los inversionistas
- Riesgos y oportunidades de cada opción
- Timeline crítico de 8 meses
- Una métrica norte clara para los próximos 3 meses

Notas: Recuerden que como consultores, sus recomendaciones deben estar respaldadas por los datos proporcionados, ser financieramente viables, y considerar las restricciones de tiempo y recursos de la startup. No hay respuestas "correctas" únicas, pero sí hay respuestas mejor fundamentadas que otras.

Preguntas de Análisis para Negocios Digitales

1. Dark Patterns y Conversión

Los datos muestran que usuarios con más **notificaciones_abiertas** tienen mayor conversión a premium. El equipo de producto sugiere implementar notificaciones push más agresivas y crear "falsa escasez" mostrando matches que desaparecen en 24 horas. ¿Implementarías esta estrategia? Analiza el trade-off entre métricas de negocio y experiencia de usuario.

2. Privacidad de Datos vs. Monetización

FoodieMatch tiene datos valiosos sobre preferencias gastronómicas de 1,000 usuarios. Un restaurante chain ofrece \$50,000 (más de un mes de runway) por acceso a estos datos para targeting publicitario. Los términos de servicio actuales son ambiguos sobre uso de datos. ¿Qué recomendarías y cómo manejarías la comunicación con usuarios?

3. Segmentación Discriminatoria

El análisis muestra que usuarios con **fotos_subidas** > 5 y **edad** < 35 tienen 3x más probabilidad de convertir. Marketing propone enfocar todo el presupuesto en este segmento y "desincentivar sutilmente" a usuarios fuera de este perfil. Evalúa las implicaciones éticas y legales de esta estrategia.

4. Métricas de Vanidad vs. Realidad

Para la próxima ronda de inversión, el CEO sugiere inflar las métricas mostrando los 1,000 usuarios como "activos mensuales" cuando realmente solo 247 son premium activos. También propone contar cada "match" como dos usuarios (uno por cada lado). ¿Cómo presentarías los datos a inversionistas manteniendo integridad?

5. Gamificación y Comportamiento Adictivo

Los datos muestran que **sesiones_semana** correlaciona con conversión premium. El equipo propone implementar mecánicas de casino (loot boxes con "super matches") y streaks diarios con penalizaciones por romperlos. Analiza si estas tácticas son éticamente justificables en una app social.

6. A/B Testing Sin Consentimiento

Para mejorar el modelo predictivo (actualmente AUC 0.634), necesitas experimentar con diferentes algoritmos de matching. Esto implica dar deliberadamente malas recomendaciones al 20% de usuarios durante 30 días. ¿Cómo balanceas la necesidad de datos con la responsabilidad hacia los usuarios actuales?

7. Estrategia de Precios Dinámica

El análisis muestra que usuarios con más **amigos_invitados** tienen menor sensibilidad al precio. ¿Implementarías precios personalizados cobrando más a estos usuarios? ¿Cómo afecta esto la equidad y confianza en la plataforma?

8. Retention Hacks Cuestionables

Con solo 8 meses de runway, el growth team propone:

- Hacer muy difícil cancelar la suscripción premium
- Renovación automática sin notificación clara
- "Accidentally" reactivar cuentas inactivas con cargos Evalúa el impacto a corto vs. largo plazo de estas tácticas.

9. Competencia Desleal

Descubres que puedes scrapers datos públicos de grupos de Facebook de comida local para contactar usuarios potenciales. También podrías crear reseñas falsas negativas de competidores. ¿Dónde trazas la línea entre growth hacking agresivo y prácticas antiéticas?

10. El Dilema del Pivot

Los datos sugieren que el 75.3% de usuarios gratuitos nunca convertirán. Tienes tres opciones:

- **Opción A:** Eliminar el plan gratuito completamente (perderás 753 usuarios pero reducirás costos)
- **Opción B:** Vender la empresa a un competidor que planea cerrarla y quedarse solo con la base de datos
- **Opción C:** Pivotar a un modelo B2B vendiendo el algoritmo a restaurantes, abandonando a usuarios actuales

¿Qué responsabilidad tienes hacia los usuarios actuales, especialmente los 247 que pagan? Estructura tu decisión considerando:

- Stakeholders afectados (usuarios, empleados, inversionistas)
 - Principios éticos en juego
 - Consecuencias a corto y largo plazo
 - Alternativas creativas que no has considerado
-