**Contexto:** María y Carlos son dos emprendedores que lanzaron "FoodieMatch" en Ciudad de Panamá - una app que conecta a personas para compartir experiencias gastronómicas (como un Tinder pero para encontrar compañeros de cena en restaurantes nuevos).

Después de 6 meses, tienen 5,000 usuarios pero el crecimiento se estancó. Con solo $10,000 de presupuesto restante, necesitan descubrir qué impulsa realmente las conversiones de usuarios gratuitos a premium.

### **El Problema de Growth Hacking**

**Pregunta clave:** ¿Qué factores predicen mejor que un usuario se convierta en premium?

Recolectaron datos de 1,000 usuarios durante 3 meses:

**Variables independientes (X):**

* sesiones\_semana: Número de veces que abren la app por semana
* matches\_realizados: Cantidad de matches con otros foodies
* fotos\_subidas: Fotos de comida compartidas
* resenas\_escritas: Reseñas de restaurantes escritas
* amigos\_invitados: Amigos referidos a la app
* notificaciones\_abiertas: Tasa de apertura de push notifications (%)

**Variable dependiente (Y):**

* conversion\_premium: Si se convirtió en usuario premium (1) o no (0)