

## INFORME ANÁLISIS FINANCIERO

### SUPUESTOS FINANCIEROS PARA FORMULACIÓN

	Escenario A	Escenario B	Fuente
Ventas Mensuales promedio	\$ 63,280,000	\$ 81,360,000	Información proporcionada por la administración de la empresa
Transacciones/mes	1,808	1,808	Información proporcionada por la administración de la empresa
Margen promedio estimado %	40%	40%	Calculado líneas abajo
Margen promedio estimado de ventas mensuales \$	25,312,000	32,544,000	
Ticket prom	\$ 35,000.00	\$ 45,000.00	Promedio calculado con base en la información proporcionada por la administración de la empresa (Hoja Escenario A y B)
<b>Cálculo margen estimado</b>			
Nómina día	\$ 330,000.00		Información proporcionada por la administración de la empresa
Costo de ventas día	\$ 1,650,000.00		Información proporcionada por la administración de la empresa
Ventas día	\$ 3,300,000.00		Información proporcionada por la administración de la empresa
Margen	\$ 1,320,000.00		
Rentabilidad	40%		

### SENSIBILIZACIÓN DE ESCENARIOS

	Escenario A	Escenario B	
Inversión propuesta marketing/mes	\$ 1,800,000	\$ 1,800,000	A distribuirse 50% para pauta y 50% para influencers
Política propuesta inversión en Mktg	7.11%	5.53%	% sobre las ganancias promedio histórico mensual
Ticket promedio	\$ 35,000.00	\$ 45,000.00	Promedio de los tickets diarios promedio, de acuerdo al volumen de ventas de cada día de la semana
Nuevos ingresos generados por pauta	\$ 234,500	\$ 301,500	Calculados en cada hoja del escenario
Nuevos ingresos generados por influencers	\$ 1,473,920	\$ 1,895,040	Calculados en cada hoja del escenario
Índice de Recompra	30%	30%	Para efectos de simulación, se manejan porcentajes distintos para cada escenario
Inversión anual EN MKT	\$ 21,600,000.00	\$ 21,600,000.00	

### RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIZACIÓN DE ESCENARIOS

Ventas anuales totales	\$ 886,341,648.62	\$ 1,139,582,119.65	Calculados en cada hoja del escenario
Aumento en ventas Anuales	\$ 126,981,648.62	\$ 163,262,119.65	Diferencia entre ventas con y sin inversión
Utilidad después de estrategia Mkt Digital	\$ 105,381,648.62	\$ 141,662,119.65	
Costos totales( ventas menos margen mas estrategia de mkt)	\$ 553,404,989.17	\$ 705,349,271.79	Calculado de la diferencia entre las ventas y el margen de utilidad promedio
Utilidad anual	\$ 332,936,659.45	\$ 434,232,847.86	Calculados en cada hoja del escenario
Rentabilidad anual	38%	38%	Calculados en cada hoja del escenario
Punto de equilibrio (transacciones/mes)	1,317.63	1,306.20	Calculado a partir de las ventas antes de la inversión por el porcentaje de rentabilidad
CPA Costo por Adquisición	\$ 36,876	\$ 36,876	
ROA (TICKET * SEGUIDORES ANUAL)	\$ 1,708,420	\$ 2,196,540	Diferencia entre utilidades antes y después de la inversión
ROI			
<b>Utilidad sin inversión propuesta</b>	\$ 303,744,000.00	\$ 390,528,000.00	Calculado como el total de los costos/ticket promedio. El valor se divide entre 12, para arrojar el promedio mensual
Margen de rentabilidad	40%	40%	Información proporcionada por la administración de la empresa
<b>Diferencia ( lo que se deja de ganar)</b>	\$ 29,192,659.45	\$ 43,704,847.86	Rentabilidad del ejercicio al no aplicar ninguna de las propuestas de inversión planteadas
Aumento en utilidad con política de inversión \$	10%	11%	Aumento en la Rentabilidad del ejercicio al no aplicar ninguna de las propuestas de inversión planteadas

Retorno sobre la inversión	587.88%	755.84%	Rentabilidad del ejercicio sobre la inversión realizada en marketing
Ratio de Rentabilidad de Ventas	37.56%	38.10%	Rentabilidad del ejercicio sobre las ventas totales de la compañía
Costo de adquisición promedio \$	36,876.18	\$ 36,876.18	Costo calculado por seguidor cautivo
Retorno sobre inversión influencers	164%	211%	Rentabilidad sobre el monto invertido específicamente en campañas con influencers
Punto de equilibrio (transacciones/mes)	1,317.63	1,306.20	Número de transacciones que se deben lograr al mes para llegar al punto de equilibrio de la compañía sobre el ejercicio propuesto
ROI Digital	488%	656%	Rentabilidad neta digital (inversión en digital descontada de los ingresos digitales generados por la propuesta)
ROAS	587.88%	755.84%	Rentabilidad del ejercicio sobre la inversión realizada en marketing (al no proponer inversiones en otros rubros, la inversión total se hace en marketing)