

CÁLCULO ESCENARIO A

Cálculo utilidad promedio del negocio		
Supuesto	Valor	Fuente
Evento (ventas promedio)	3,300,000.00	Información personal proporcionada por la administración de la empresa Le Tiende (2025).
Promedio asistentes	50	Personas (Información proporcionada por la administración de la empresa) Le Tiende (2025).
Ticket evento	66,000.00	Resultado cálculo
Estimado costos de ventas	50%	de las ventas (Información proporcionada por la administración de la empresa) Le Tiende (2025).
Barritas	\$ 230,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa Le Tiende (2025).
Costo Materiales	\$ 1,650,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa Le Tiende (2025).
Costo total diario	\$ 1,980,000.00	Resultado cálculo
Utilidad día \$	1,320,000.00	
utilidad día%	40.00%	

Cálculo ticket promedio		
Día de la semana	Ticket Promedio	Fuente
lunes	\$ 22,218.14	Información proporcionada por la administración de la empresa
mar	\$ 22,218.14	Información proporcionada por la administración de la empresa
mier	\$ 22,218.14	Información proporcionada por la administración de la empresa
jue	\$ 22,218.14	Información proporcionada por la administración de la empresa
vie	\$ 47,500.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
sab	\$ 65,600.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
dom	\$ 43,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
Ticket promedio a usar	\$ 34,996.08	

Cálculo del margen estimado por la empresa		
Ticket prom	\$ 35,000.00	
Transacciones por mes	1,808	
Ventas por mes	63,280,000	
Utilidad	25,312,000	
% margen	40%	

Cálculo de escenario e influenciador		
% Inversión mensual en Mktg digital	7.1%	% utilidades de inversión por propuesta
% Inversión mensual en Mktg digital	\$ 1,800,000.00	
Inversión en Pauta digital	\$ 900,000.00	50%
Inversión en Influencers	\$ 900,000.00	50%
CPC Inicial	\$ 900.00	Cost per click (CPC) rates (2025) - (2025, 21 enero). (Business of Apps, 2025)
Clicks Cautivos	1,000.00	
Conversión a seguidores	13.4%	Average Conversion Rate for Influencer Marketing in All Industries (2025) - (Total Product Marketing, 2025)
Nuevos seguidores/mes	134.00	
Conversión seguidores a transacciones	5.00%	Conversions from Influencer Content Analysis (Umbrex, 2025)
Nuevas transacciones mensuales	6.70	
Incremento en ventas base trans/mes	234,500	
costo adquisición cliente	\$ 134,328.36	
Costo por seguidor	\$ 6,716.42	inversión sobre nuevos seguidores

INFLUENCERS 1	Promedio reels promocionales (en miles)
@elfisicocuenta	46.5
Seguidores cuenta influencer	43
Visualizaciones prom generadas por campañas	56
Factor de conversión	60
Seguidores generados por campaña	83
Conversión a clientes 5%	57.7
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	
Presupuesto para influencer	
Costo adquisición cliente	

INFLUENCERS 2	Promedio reels promocionales (en miles)
@cruzescubiente	21.4
Seguidores cuenta influencer	23.9
Visualizaciones prom generadas por campañas	34.1
Factor de conversión	11.9
Seguidores generados por campaña	33.8
Conversión a clientes 5%	25.02
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	
Presupuesto para influencer	
Costo adquisición cliente	

INFLUENCERS 3	Promedio reels promocionales (en miles)
@german_cafore	16.5
Seguidores cuenta influencer	22.1
Visualizaciones prom generadas por campañas	17.1
Factor de conversión	34.2
Seguidores generados por campaña	29.8
Conversión a clientes 5%	23.94
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	
Presupuesto para influencer	
Costo adquisición cliente	

TOTAL NUEVAS VENTAS AL MES INFLUENC \$ 1,473,920

RECOMPRA DE SEGUIDORES FACTOR 30%
RECOMPRA INFLUENCERS 20% 20%

Cálculo de visualizaciones mínimas necesarias/influencer	
Incremento en ventas objetivo	\$ 400,000.00
Conversión a clientes	11.43
Seguidores generados	228.57
Visualizaciones mínimas	20,719.22

Flujo de Caja Proyectado Ingresos												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por transacciones (prom)	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00	\$ 63,280,000.00
Ingresos por nuevas transacciones	\$ 234,500.00	\$ 304,850.00	\$ 396,305.00	\$ 515,196.50	\$ 669,755.45	\$ 870,682.09	\$ 1,131,886.71	\$ 1,471,452.72	\$ 1,912,888.54	\$ 2,486,755.10	\$ 3,232,781.63	\$ 4,202,616.12
Ingresos por INFLUENCERS	\$ 1,473,920	\$ 1,916,096.00	\$ 2,490,924.80	\$ 3,238,202.24	\$ 4,209,662.91	\$ 5,472,561.79	\$ 7,114,330.32	\$ 9,248,629.42	\$ 12,023,218.24	\$ 15,630,183.72	\$ 20,319,238.83	\$ 26,415,010.48
Ingresos totales	\$ 64,988,420.00	\$ 65,500,946.00	\$ 66,167,229.80	\$ 67,033,398.74	\$ 68,159,418.36	\$ 69,623,243.87	\$ 71,526,217.03	\$ 74,000,082.14	\$ 77,216,106.78	\$ 81,396,938.82	\$ 86,832,020.46	\$ 93,897,626.60
Incremento %	2.70%	3.51%	4.56%	5.93%	7.71%	10.02%	13.03%	16.94%	22.02%	28.63%	37.22%	48.38%
Aumento anual	16.72%											
Inversión anual EN MKT	\$ 21,600,000.00											

ESCENARIO CON INVERSIÓN		ESCENARIO SIN INVERSIÓN	
VENTAS TOTALES	\$ 886,341,648.62	\$ 759,360,000.00	Ventas solo con ticket promedio
Aumento en ventas anual	\$ 126,981,648.62	\$ 303,744,000.00	
Utilidad después de estrategia Mkt Digital	\$ 105,381,648.62	40%	
as menos margen mas estrategia de mkt	\$ 553,404,989.17	10% aumento de utilidad	
Rentabilidad ventas - costos	\$ 332,936,659.45	38%	4.06% % costo
Punto de equilibrio	1,317.63	Transacciones/mes	

Notas

1. El porcentaje destinado a la inversión en marketing digital se calcula sobre la utilidad del negocio y no sobre las ventas, con el fin de reinvertir dicha proporción en la estrategia y no invocaría en los costos de ventas del periodo, sino del inmediatamente siguiente.
2. El aumento proyectado de las ventas corresponde al año en curso, por lo que no se aplican factores de crecimiento anual. Los mismos pueden ser aplicados para proyecciones posteriores, basados en el promedio de crecimiento anual del negocio y la inflación del ejercicio anterior.
3. Para el presente análisis se está tomando como referencia la información proporcionada por el establecimiento, en un escenario conservador de temporada baja. Esto permite mantener expectativas moderadas ante los socios, con potencial de superación de metas en rentabilidades.

REFERENCIAS COMPLETAS

Business of Apps. (2025, 21 de enero). *Cost per click (CPC) rates (2025)*. [Artículo web].
<https://www.businessofapps.com/ads/cpcresearch/cpc-rates/>

Total Product Marketing. (2025, 17 de octubre). *Average conversion rate for influencer marketing in all industries (2025)*. [Artículo web].
<https://totalproductmarketing.com/marketing-insights/conversion-rate-influencer-marketing-all-industries/>

Umbrex. (2025, 20 de marzo). *Conversions from influencer content analysis | Umbrex - Independent Management Consultants*.
<https://umbrex.com/resources/ultimate-guide-to-company-analysis/ultimate-guide-to-marketing-analysis/conversions-from-influencer-content-analysis/>