

CÁLCULO ESCENARIO B

Cálculo utilidad promedio del negocio		
Supuesto	Valor	Fuente
Evento (ventas promedio)	3,300,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
Promedio asistentes	50 Personas	Información proporcionada por la administración de la empresa
Ticket evento	66,000.00	Resultado cálculo
Estimado costos de ventas	50% de las ventas (Información proporcionada por la administración de la empresa)	
Baristas	330,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
Costo Materiales	1,650,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
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	\$ 55,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
vie	\$ 69,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
sab	\$ 69,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
dom	\$ 55,000.00	Información proporcionada por la administración de la empresa
Ticket promedio a usar	\$ 44,950.63	

Cálculo del margen estimado por la empresa	
Ticket prom	\$ 45,000.00
Transacciones por mes	1,808
Ventas por mes	81,360,000
Utilidad	32,544,000
% margen	40%

Cálculo de escenario e influenciador		
% Inversión mensual en Mktg digital	5.5%	% 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. https://www.businessofapps.com/data/cpc/research/cpc-rates/
Clicks Casuales	1,000.00	
Conversión a seguidores	13.4%	Average Conversion Rate for Influencer Marketing in All Industries (2025) (2025, 17 octubre). Total Product Marketing. https://totalproductmarketing.com/marketing-insights/conversion-rate-influencer-marketing-all-industries/
Nuevos seguidores/mes	134.00	
Conversión seguidores a transacciones	5.00%	Umbrex. (2025, 20 marzo). <i>Conversions from Influencer Content Analysis</i> Umbrex. Independent Management Consultants. https://umbrex.com/resources/ultimate-guide-to-company-analysis/ultimate-guide-to-marketing-analysis/conversions-from-influencer-content-analysis/
Nuevas transacciones mensuales	6.70	
Incremento en ventas base trans/mes	301,500	
costo adquisición cliente	\$ 134,328.36	
Costo por seguidor	\$ 6,716.42	inversión sobre nuevos seguidores

INFLUENCERS 1		Promedio reels promocionales (en miles)
@efitocuenta		46.5
Seguidores cuenta influencer	224,000.00	43
Visualizaciones prom generadas por campañas	57,700.00	56
Factor de conversión	0.70%	Average Conversion Rate for Influencer Marketing in All Industries (2025) (2025, 17 octu
Seguidores generados por campaña	403.90	83
Conversión a clientes 5%	20	Umbrex. (2025, 20 marzo). <i>Conversions from Influencer Content Analysis</i> Umbrex. Inde
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	\$ 908,775	57.7
Presupuesto para influencer	\$ 300,000	
Costo adquisición cliente	\$ 14,855	

INFLUENCERS 2		Promedio reels promocionales (en miles)
@natasciabente		21.4
Seguidores cuenta influencer	116,000.00	23.9
Visualizaciones prom generadas por campañas	25,000.00	34.1
Factor de conversión	0.70%	Average Conversion Rate for Influencer Marketing in All Industries (2025) (2025, 17 octu
Seguidores generados por campaña	175.00	11.9
Conversión a clientes 5%	9	33.8
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	\$ 393,750	25.02
Presupuesto para influencer	\$ 300,000	
Costo adquisición cliente	\$ 34,286	

INFLUENCERS 3		Promedio reels promocionales (en miles)
@german_catore		16.5
Seguidores cuenta influencer	31,900.00	22.1
Visualizaciones prom generadas por campañas	23,940.00	17.1
Factor de conversión	1.10%	Average Conversion Rate for Influencer Marketing in All Industries (2025) (2025, 17 octu
Seguidores generados por campaña	263.34	34.2
Conversión a clientes 5%	13	29.8
Incremento en ventas (ticket * nuevos clientes)	\$ 592,515	23.94
Presupuesto para influencer	\$ 300,000	
Costo adquisición cliente	\$ 22,784	

TOTAL NUEVAS VENTAS AL MES INFLUENC \$ 1,895,040

RECOMPRA DE SEGUIDORES FACTOR 30%

RECOMPRA INFLUENCERS 20% 20%

Cálculo de visualizaciones mín necesarias/influencer	
Incremento en ventas objetivo	\$ 400,000.00
Conversión a clientes	8.89
Seguidores necesarios	177.78
Visualizaciones mínimas	16,161.62

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)	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00	\$ 81,360,000.00
Ingresos por nuevas transacciones	\$ 301,500.00	\$ 391,950.00	\$ 509,535.00	\$ 662,995.50	\$ 861,114.15	\$ 1,119,448.40	\$ 1,455,282.91	\$ 1,891,867.79	\$ 2,459,428.12	\$ 3,197,256.56	\$ 4,156,433.53	\$ 5,403,363.59
Ingresos por INFLUENCERS	\$ 1,855,040.00	\$ 2,463,552.00	\$ 3,202,617.60	\$ 4,163,602.88	\$ 5,412,423.74	\$ 7,036,150.87	\$ 9,146,996.13	\$ 11,891,094.97	\$ 15,458,423.46	\$ 20,095,950.49	\$ 26,124,735.64	\$ 32,962,156.33
Ingresos totales	\$ 83,556,540.00	\$ 84,215,502.00	\$ 85,072,152.60	\$ 86,185,798.38	\$ 87,633,537.89	\$ 89,515,599.26	\$ 91,962,279.84	\$ 95,142,962.75	\$ 99,277,851.58	\$ 104,633,287.05	\$ 111,641,169.17	\$ 120,725,519.92
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 INVERSION		ESCENARIO SIN INVERSION	
VENTAS TOTALES \$		Ventas solo con ticket promedio	
\$ 1,139,662,119.65		\$ 976,320,000.00	
Aumento en ventas anual \$		\$ 390,626,000.00	
Utilidad después de estrategia Mkt Digital \$		40%	
\$ 141,662,119.65			
Costos totales(ventas menos margen mas estrategia de mkt)	\$ 705,349,271.79	11% aumento de utilidad	
Rentabilidad ventas - costos	\$ 434,232,847.86	3.16% % costo	
	38%		
Punto de equilibrio	1,306.20	Transacciones/mes	

Notas

- 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 involucrarla en los costos de ventas del periodo, sino del inmediatamente siguiente.
- 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.
- 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/data/cpc/research/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/>