

MALA FAMA

Propuesta de Licenciamiento Comercial & Proyección Financiera

1. El Concepto de la Alianza

MALA FAMA es una marca gastronómica impulsada 100% por marketing digital masivo y creación de contenido. Buscamos cocinas anfitrionas con capacidad instalada para ensamblar y despachar nuestro producto.

¿Qué aportamos nosotros (MALA FAMA)?

- **La guía operativa completa:** receta, tiempos de armado y estandarización del producto.
- **El sistema:** procesos, control de calidad y soporte, para que la ejecución sea siempre la misma en cualquier local.
- **El tráfico:** inyección directa de clientes (físico y delivery) mediante campañas de redes sociales de alto impacto, sin que el local invierta un solo centavo en marketing, publicidad o creadores de contenido.

¿Qué aporta el restaurante anfitrión?

- La manufactura del producto bajo nuestra receta y estándares, utilizando su infraestructura actual en sus horarios operativos.
- **El despacho de todos los pedidos:** tanto los que llegan por delivery a través de la plataforma de MALA FAMA, como los que se atienden de forma presencial en el local.
- El cobro final al cliente.

2. El Modelo de Venta y el "Upsell"

Para maximizar las ganancias del restaurante anfitrión, el producto MALA FAMA se comercializa de forma individual (solo la hamburguesa). El precio de entrada agresivo actúa como el gancho perfecto para atraer volumen de clientes.

Las papas fritas y las bebidas que acompañan la hamburguesa son también parte del catálogo MALA FAMA — no son el upsell del local.

El verdadero negocio para el restaurante anfitrión radica en el Upsell: venderle a ese tráfico inyectado cualquier otro producto de su propio menú — un plato, un postre, una bebida de la casa, un combo propio — reteniendo el 100% de esa ganancia adicional.

3. Productos Estrella del Local (Vitrina en la App/Web)

Más allá del upsell tradicional en el mostrador, MALA FAMA puede incorporar el producto insignia del restaurante anfitrión directamente al catálogo digital de la app y la web — con pedido, pago, rastreo y despacho gestionados por el mismo sistema que ya opera para las hamburguesas MALA FAMA.

¿Cómo funciona?

- **De forma permanente,** como un producto fijo más del catálogo del local, o
- **Por tiempo limitado,** como una Edición Especial — ideal para lanzamientos, promociones estacionales o para probar el producto en el canal digital antes de hacerlo permanente.

¿Qué cobra MALA FAMA por esto?

Todo producto que se vende a través de la app o web de MALA FAMA — sea de nuestro catálogo base o del producto estrella del local — paga un fee. Este fee es dinámico: se calcula sobre el precio real cobrado en cada venta, así que si el producto se vende con descuento (por ejemplo, dentro de una promoción activa), el fee se ajusta proporcionalmente sobre ese mismo descuento — nunca se cobra fee sobre un precio que el cliente no pagó.

MONTO DEL FEE — A DEFINIR EN CONTRATO

El fee específico para productos estrella/Edición Especial del local es negociable caso por caso, según el producto y el margen del local. Se fija por escrito en el acuerdo con cada restaurante.

¿Quién pone el precio?

A diferencia de las hamburguesas MALA FAMA (donde existe un precio base protegido), el restaurante tiene libertad total para fijar el precio de venta de su propio producto dentro de la app/web.

Entonces, ¿qué es exactamente el “upsell” del punto 2?

El upsell descrito en la sección anterior aplica únicamente a productos que no están en el catálogo digital de MALA FAMA en absoluto — un postre de la casa, una bebida especial, un plato que el local nunca sube a la app. Las papas fritas y las gaseosas ya forman parte del catálogo base de MALA FAMA, así que no cuentan como upsell: son producto MALA FAMA, con su propio fee ya establecido.

4. Estructura de Costos y Rentabilidad Real (Por Unidad)

El modelo está diseñado para dejar un margen de ganancia líquida muy superior al promedio de la industria. El costo operativo estimado incluye insumos y el costo físico del empaque oficial.

Producto	PVP	Costo Producción	Utilidad Bruta	Regalía Mala Fama (REFERENCIAL)	Utilidad Neta Local (Físico)
Indecente (sencilla)	\$5.50	\$2.10	\$3.40	\$1.00	\$2.40
Clandestina (doble)	\$6.75	\$2.73	\$4.02	\$1.25	\$2.77

** Para ventas por delivery, el costo de producción sube \$0.07 por el envoltorio de seguridad adicional, por lo que la Utilidad Neta del Local se ajusta a \$2.33 y \$2.70 respectivamente.*

- **Flexibilidad de Precio:** MALA FAMA también ofrece la posibilidad de vender nuestros productos a un precio mayor al precio base (PVP), según el ticket promedio de cada local. Un precio más alto sí está permitido; un precio más bajo, no.

5. Proyecciones Financieras Mensuales para el Local

Para ilustrar el impacto financiero de inyectar demanda directamente a su cocina, hemos simulado diferentes escenarios de volumen. La proyección se calcula sobre 26 días operativos al mes.

Parámetros del Cálculo:

- Mix de Ventas: 60% Indecente y 40% Clandestina.
- Tasa de Upsell: Estimamos que solo el 70% del tráfico generado comprará algún otro producto propio del restaurante (bebida de la casa, postre, plato adicional, etc.), generando un margen neto conservador de \$1.20 extra para el local.

Volumen Diario Inyectado	Ventas Mensuales (Unidades)	Utilidad Neta Hamburguesas	Utilidad Extra (Upsell)*	UTILIDAD TOTAL LOCAL
5 hamburguesas/día	130	\$331.24	\$109.20	\$440.44
20 hamburguesas/día	520	\$1,324.96	\$436.80	\$1,761.76

30 hamburguesas/día	780	\$1,987.44	\$655.20	\$2,642.64
50 hamburguesas/día	1,300	\$3,312.40	\$1,092.00	\$4,404.40
100 hamburguesas/día	2,600	\$6,624.80	\$2,184.00	\$8,808.80

6. Sistema Operativo: Empaques y Liquidación

- **Compra de Inventario:** El restaurante adquiere los empaques oficiales al costo. El uso del empaque oficial es obligatorio para cada venta tanto para consumo en el local como delivery.

EMPAQUE AL ALCANCE DEL LOCAL

MALA FAMA puede proveer directamente el empaque oficial en cantidad mínima y a precio de mayorista, para que el local no tenga que hacer una inversión grande de inventario para empezar.

- **Liquidación Semanal:** No cobramos regalías por adelantado. Cada semana se realiza un corte de ventas realizadas; sobre ese número, el restaurante transfiere el Fee (referencial) por unidad: \$1.00 para Indecente y \$1.25 para Clandestina.
- **Auditoría:** Se audita de forma sencilla cruzando el inventario de empaques solicitados vs. las ventas reportadas semanalmente.

7. Hoja de Ruta de Implementación

Así se ve, en el tiempo, el arranque de la alianza con cada local nuevo.

Semana 1 — Prueba y Estandarización	El local arma el producto, se abastece de insumos y empaques, y se realizan junto con MALA FAMA las pruebas de estandarización de receta, tiempos y armado. Todavía no se activa la inyección de tráfico ni la venta al público bajo el modelo MALA FAMA.
Semana 2 en adelante — Inicio de Ventas	Si las pruebas de estandarización salen bien, se activa la inyección de tráfico (campañas de redes sociales) y el local empieza a vender bajo el modelo MALA FAMA, tanto por delivery a través de nuestra plataforma como de forma presencial.
Semanas 3–4 — Ajuste	Se revisan los primeros datos reales de venta y de upsell junto al restaurante, y se ajusta lo que haga falta en el proceso operativo del local.
Mes 2 en adelante — Operación Regular	El local opera de forma estable bajo el sistema de liquidación semanal, con evaluación continua de volumen para considerar ajustes al acuerdo o expansión.

8. Marco Legal, Confidencialidad y Condiciones Operativas

IMPORTANTE — MONTOS PENDIENTES DE DEFINIR

Las multas e indemnizaciones de esta sección todavía no tienen un monto definido (aparecían como \$0,000 / \$0.00 / 00% en la versión original). Antes de usar este documento como contrato, hay que fijar cifras reales y — al ser cláusulas legales con consecuencias económicas — revisarlas con un abogado.

Para garantizar la transparencia, proteger el modelo de negocio y asegurar la rentabilidad de ambas partes, esta propuesta se sustenta bajo el siguiente marco legal y operativo:

- **Confidencialidad:** Cualquier filtración de la estructura de costos, sistema de auditoría o estrategias de marketing a terceros será sancionada con una multa compensatoria irrevocable de [MONTO A DEFINIR] USD, sin perjuicio de las acciones legales adicionales por daños y perjuicios.

- **Cláusula de No Competencia:** Durante la vigencia de esta alianza y por los doce (12) meses posteriores a su terminación, el restaurante no podrá copiar, replicar o participar en ningún modelo de negocio, receta o marca de "MALA FAMA" sustancialmente similar a MALA FAMA. Penalidad: El incumplimiento facultará a MALA FAMA a exigir una indemnización punitiva de [MONTO A DEFINIR] USD por concepto de daño emergente y lucro cesante.
- **Obligatoriedad del Empaque Oficial:** El restaurante se obliga a despachar el 100% de las ventas en empaques oficiales. Penalidad: Por cada unidad detectada fuera de empaque oficial, se aplicará una multa de [MONTO A DEFINIR] USD por unidad, y la rescisión automática e inmediata de la licencia.
- **Auditoría y Liquidación Financiera:** El retraso en la liquidación de regalías mayor a 24 horas después del corte semanal generará un recargo punitivo del [% A DEFINIR] sobre el monto total adeudado, acumulable por cada semana de retraso.
- **Violación de Estándares:** La alteración de los procesos de cocción o el uso de ingredientes no autorizados, tras una primera advertencia, será sancionada con una multa de [MONTO A DEFINIR] USD por evento.

9. Cláusulas de Protección y No Competencia

1. Exclusividad de Modelo y Producto: El restaurante anfitrión reconoce que el Know-How (receta, tiempos de cocción, armado, estructura de costos y estrategia de marketing) suministrado por "MALA FAMA" es un activo estratégico. En consecuencia, durante la vigencia de esta alianza y por un periodo de doce (12) meses posteriores a la terminación de esta, el restaurante se compromete a:

- No desarrollar, comercializar, ni promover productos de "MALA FAMA" o similares que utilicen una receta, estilo de armado, empaque o estrategia de marca que pueda confundirse o considerarse una réplica del modelo de "MALA FAMA".
- No implementar en su menú productos que compitan directamente con la oferta de "MALA FAMA" utilizando el conocimiento técnico adquirido durante la vigencia de este acuerdo.

2. Penalidad por Competencia Desleal: Cualquier intento de crear un producto "similar" o un clon de "MALA FAMA" utilizando la experiencia técnica adquirida durante esta alianza, será considerado una violación directa a la propiedad intelectual y a la buena fe comercial. Dicha falta facultará a "MALA FAMA" para exigir una indemnización punitiva de [MONTO A DEFINIR] USD por concepto de daños y perjuicios, así como la eliminación inmediata de dicho producto del menú del restaurante, sin perjuicio de otras acciones legales.