

**ROI**

**&**

**FLOW**

*Creatividad que rinde. Finanzas que fluyen.*

*México Sarmiento*





*Fubo un tiempo en el que el marketing era pura intuición y la contabilidad, pura rigidez.*



*Uno hablaba de emociones, storytelling, colores y audiencias.*



*El otro, de balances, márgenes, flujos y control.*

*Y durante años, esas dos voces se ignoraron..*

# HASTA QUE ALGO CAMBIO

**LAS EMPRESAS EMPEZARON  
A PEDIR MAS QUE SOLO  
IDEAS CREATIVAS: QUERIAN  
RESULTADOS.**

**Y LOS NUMEROS DEJARON  
DE SER SOLO REPORTEES; SE  
CONVIRTIERON EN  
BRUJULAS PARA LA TOMA  
DE DECISIONES  
ESTRATEGICAS.**



**ASI NACIO EL CONCEPTO  
DE**

# **ROI & FLOW**

Una filosofía donde la creatividad no es un gasto, sino una inversión.

Donde cada idea se lanza con propósito y se mide con precisión.

Donde el Return on Investment (ROI) no está peleado con el flow natural de una marca auténtica, que conecta, emociona y vende.

*Planeación fiscal*

**ROI EMOCIONAL**

**CEREBRO DUAL**

**FLOWNANZAS**

*Producción creativa*

# CREATIVIDAD CON CAUSA

En el marketing moderno, ya no basta con tener una buena idea. Necesitamos tener una buena idea que funcione. Que conecte. Que genere una acción medible. Aquí es donde la creatividad cambia de rumbo: ya no se trata solo de diseñar algo bonito, sino de crear con propósito.

Pero **COMO SE MIDE EL VALOR DE UNA IDEA?**

Se mide en alcance, en interacción, en leads, en ventas. Se mide con números. Y para eso, hay que dejar de temerle a los datos.

La creatividad no muere cuando se encuentra con la analítica. Al contrario: se fortalece. Porque cuando un diseño se basa en insights, cuando una campaña nace de un análisis claro del comportamiento del consumidor, la inspiración se vuelve estrategia.

En este nuevo modelo, **LA INSPIRACION ES SOLO EL INICIO**. El camino real **SE MIDE EN RESULTADOS**.

*ROI & Flow es el punto de encuentro  
entre el arte de crear y la ciencia de  
hacer crecer.*

**UN MODELO DONDE LA CREATIVIDAD  
ESTA AL SERVICIO DE LA RENTABILIDAD.  
Y DONDE LOS NUMEROS NO MATAN LA  
MAGIA, SINO QUE LA DIRECCIONAN.**

## Capítulo 2

# EL PODER DEL ROI

**ROI: TRES LETRAS QUE PUEDEN HACER TEMBLAR A MAS DE UN CREATIVO.  
RETURN ON INVESTMENT. EL FAMOSO RETORNO DE INVERSION. LA  
METRICA QUE DICE SI LO QUE HICISTE... VALIO LA PENA.**

Y aunque parezca intimidante, el **ROI** es un aliado. No es un juez, es una brújula. Te ayuda a decidir dónde invertir tiempo, energía, creatividad y dinero.

Cada campaña, cada acción, cada contenido... puede y debe medirse. Porque el marketing no es arte por arte. Es arte con objetivo. Y objetivo con números. Aquí es donde entra el **FLOW FINANCIERO**: flujo de caja, presupuestos, costos, márgenes, puntos de equilibrio. Lo que parece frío, en realidad te da libertad. Porque cuando entiendes los números, puedes **tomar decisiones más audaces**, pero con respaldo.

*Las mejores ideas son las que se pagan solas. Las que venden.  
Las que rinden. Las que generan impacto real.*



*ROI & Flow es el punto de encuentro entre el arte de crear y la ciencia de hacer crecer.*

# FLOW CREATIVO CON ESTRUCTURA

La idea de unir marketing y contabilidad no es limitar la creatividad: es potenciarla. Porque **una mente creativa con herramientas financieras tiene el poder de emprender, innovar y liderar.**

En este nuevo paradigma, el equipo de diseño trabaja de la mano con el área financiera. El planner entiende el margen. El community manager domina el presupuesto. Y el cliente deja de ver al marketing como un gasto... para verlo como una inversión.

**AQUI NACEN LAS MARCAS QUE PERDURAN.** Las campañas que no solo ganan premios, sino mercado.

Las ideas que no solo emocionan, sino que facturan.

*ROI & Flow es ese equilibrio perfecto. Donde las ideas fluyen. Y los resultados también.*

# GO G O I P I

No tienes que elegir entre ser creativo o analítico.

**EN UN MUNDO QUE EVOLUCIONA TAN RAPIDO, QUIENES ENTIENDAN AMBOS LENGUAJES SERAN LOS QUE LIDEREN EL FUTURO.**

Este libro no es el final, es el comienzo de una nueva forma de pensar el marketing: *una donde la inspiración tiene estructura y los números, alma.*



*México Sarmiento*