



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Dominique Paola Racines Pozo
Dayris Estefania Vega Bosmediano
Erick Daiel Cardenas Tito
Meivi Esperanza Palma Troya
Omar Bidaul Pastor Brito
Stephanny Franchesca Brito Segura
Yasmani Cruz Palma Troya

TUTOR:

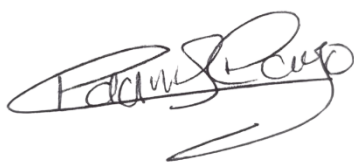
Msc. Sandra Elizabeth López Vásquez

Plan de Negocios de Pre-entrenamiento Natural Impuls, para el Año 2026.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Dominique Paola Racines Pozo, Dayris Estefania Vega Bosmediano, Erick Daiel Cardenas Tito, Meivi Esperanza Palma Troya, Omar Bidaul Pastor Brito, Stephanny Franchesca Brito Segura, Yasmani Cruz Palma Troya, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



Dominique Paola Racines Pozo

1725506420



Erick Daiel Cardenas Tito

1727055897



Dayris Estefania Vega Bosmediano

1727313601



Omar Bidaul Pastor Brito

0940595465



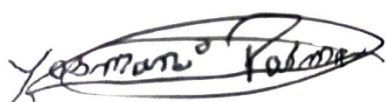
Stephanny Franchesca Brito Segura

0931195738



Meivi Esperanza Palma Troya

1207079201



Yasmani Cruz Palma Troya

1206354068

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Sandra Elizabeth López Vásquez, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Sandra Elizabeth López Vásquez

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios propone el desarrollo de Impuls, una bebida funcional pre-entrenamiento natural en polvo, elaborada con maca amarilla gelatinizada, cacao y canela. El producto está dirigido a personas físicamente activas de la ciudad de Quito que buscan mejorar su energía antes de entrenar, pero que presentan sensibilidad a estimulantes como la cafeína, presentes en la mayoría de suplementos tradicionales.

A partir del análisis del mercado se identificó que muchos consumidores experimentan efectos secundarios como ansiedad, insomnio o malestar digestivo al utilizar pre-entrenos convencionales, lo que limita su uso. Frente a esta necesidad, Impuls ofrece una alternativa natural que proporciona energía moderada y sostenida, priorizando el bienestar y la tolerancia del organismo.

La investigación de mercado evidenció una alta aceptación del producto, preferencia por la presentación en polvo y disposición de pago dentro de un rango competitivo, lo que respalda su viabilidad comercial. El modelo de negocio se enfoca principalmente en la venta B2B a gimnasios, centros deportivos y tiendas naturistas, complementado con canales digitales para llegar al consumidor final.

En conjunto, Impuls se posiciona como una propuesta innovadora dentro del sector fitness y wellness, al cubrir una necesidad poco atendida con un producto natural, funcional y alineado con las tendencias actuales de consumo saludable, demostrando ser técnica, comercial y financieramente factible.

Palabras clave: Pre-entrenamiento natural, bebida funcional, energía sostenible, ingredientes naturales, suplementos deportivos, bienestar, Quito

Abstract

This business plan presents the development of Impuls, a natural powdered pre-workout functional drink made with gelatinized yellow maca, cocoa, and cinnamon. The product is designed for physically active individuals in Quito who seek to improve their energy levels before exercising but are sensitive to stimulants such as caffeine, which are commonly found in traditional pre-workout supplements.

Market analysis revealed that many consumers experience side effects such as anxiety, insomnia, and digestive discomfort when using conventional products, which limits their continuous use. In response, Impuls offers a natural alternative that provides moderate and sustained energy while prioritizing overall well-being and better tolerance.

The market research showed a high level of acceptance, preference for the powdered format, and a willingness to pay within a competitive price range, supporting the product's commercial viability. The business model focuses mainly on B2B sales through partnerships with gyms, sports centers, and health stores, complemented by digital channels to reach end consumers.

Overall, Impuls is positioned as an innovative and feasible proposal within the fitness and wellness sector, addressing an unmet need with a natural, functional, and health-oriented product.

Keywords: Natural pre-workout, functional beverage, sustained energy, natural ingredients, sports supplements, wellness, Quito

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a cada uno de nosotros, como equipo, por el esfuerzo, la constancia y la dedicación que pusimos a lo largo de este proceso. Este proyecto representa no solo un requisito académico, sino también las horas de aprendizaje, los retos superados y el compromiso compartido por alcanzar una meta en común.

Lo dedicamos también a nuestras familias, quienes han sido nuestro apoyo incondicional, nuestra motivación diaria y la razón principal para seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Su confianza y sus palabras de aliento nos impulsaron a no rendirnos.

Finalmente, dedicamos este logro a Dios, por darnos la oportunidad de seguir esta carrera, pero sobre todo guiarnos, darnos fortaleza y acompañarnos en cada paso del camino.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecemos a Dios, por bendecir cada paso de este camino, por darnos salud, sabiduría y la oportunidad de culminar esta etapa tan importante de nuestras vidas. Su guía y su fuerza fueron nuestro apoyo constante en los momentos de dificultad.

A nuestras familias, gracias infinitas. Gracias por su paciencia, por comprender nuestras largas horas de trabajo, por acompañarnos en los días de estrés y por motivarnos a seguir cuando sentíamos que no podíamos más. Su amor, sacrificio y confianza han sido la base de cada uno de nuestros logros. Sin ustedes, nada de esto habría sido posible.

A nuestra tutora y docentes, les agradecemos por su orientación, sus enseñanzas y el tiempo dedicado a guiarnos. Sus consejos y acompañamiento fueron fundamentales para mejorar nuestro trabajo y crecer profesionalmente.

Finalmente, agradecemos a cada integrante del equipo, por la responsabilidad, el respeto y el apoyo mutuo. Este proyecto nos enseñó que el trabajo en conjunto, la empatía y la colaboración hacen que los retos sean más llevaderos y los logros mucho más significativos.

Hoy celebramos no solo una tesis terminada, sino todo el camino recorrido juntos.

Índice de Contenidos

INTRODUCCIÓN	11
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO	14
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	18
IDEA DE NEGOCIO.....	19
VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD	23
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL	31
PLAN DE MARKETING	37
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	41
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
BIBLIOGRAFÍA	56

Índice de Tablas

Tabla 1 Instrumento de recolección de información.....	24
Tabla 2 Presentación de resultados	26
Tabla 3 Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0	28
Tabla 4 Matriz de sistematización de información, entrevistas.....	28
Tabla 5 Detalle mapa de procesos	32
Tabla 6 Plan de marketing	38
Tabla 7 Inversión Total.....	41
Tabla 8 Financiamiento.....	43
Tabla 9 Tabla de amortización.....	43
Tabla 10 Estado de costos de Pre-entreno de 300gr	45
Tabla 11 Estado de P&G.....	46
Tabla 12 Estado Flujo de Caja	46
Tabla 13 Presupuesto Anual de Ventas	47
Tabla 14 Punto de Equilibrio	48
Tabla 15 WACC	49
Tabla 16 VAN, TIR y período de recuperación.....	50
Tabla 17 Escenario 1.....	50
Tabla 18 Escenario 2.....	51
Tabla 19 Escenario 3.....	52

Índice de Figuras

Figura 1 Mapa de empatía.....	16
Figura 2 Buyer Persona	17
Figura 3 Árbol de Problemas	18
Figura 4 Bussines Canvas	20
Figura 5 Opción 1 de prototipo 1.0.....	21
Figura 6 Prototipo 2.0	29
Figura 7 Captura de pantalla video promocional.....	31
Figura 8 Mapa de proceso.....	31
Figura 9 Organigrama.....	34
Figura 10 Diseño carrusel para Instagram	39
Figura 11 Diseño Brochure del producto.....	40
Figura 12 BTL de publicidad.....	40
Figura 13 Degustaciones y entrega de producto	41

Introducción

En los últimos años, la práctica de actividad física se ha convertido en un hábito cada vez más común entre personas que buscan mejorar su salud, bienestar y calidad de vida. Este contexto ha impulsado el crecimiento del mercado de productos de preentrenamiento, los cuales ofrecen soluciones orientadas a incrementar los niveles de energía antes del ejercicio. Sin embargo, muchas de estas alternativas se basan en el uso de estimulantes que no resultan adecuados para todos los consumidores.

La motivación para el desarrollo de esta idea de negocio surge a partir de la identificación de una problemática recurrente en personas físicamente activas que presentan sensibilidad a estimulantes como la cafeína. En estos casos, el consumo de pre entrenos tradicionales suele generar efectos secundarios tales como ansiedad, palpitaciones, insomnio o malestar digestivo, lo que limita su uso continuo y afecta la experiencia durante la actividad física.

Frente a esta situación, la idea de negocio propone el desarrollo de una bebida funcional preentrenamiento en polvo, elaborada a partir de ingredientes naturales como maca amarilla gelatinizada, cacao en polvo y canela. La propuesta busca ofrecer una alternativa que aporte energía previa a la actividad física de manera moderada y sostenida, evitando el uso de estimulantes agresivos y priorizando la tolerancia digestiva del consumidor.

El proyecto responde a la necesidad de contar con opciones de preentrenamiento que se adapten a personas sensibles a ciertos componentes presentes en productos convencionales. Asimismo, se enmarca en una tendencia creciente hacia el consumo de productos funcionales que priorizan la salud integral, el bienestar y la experiencia del usuario por encima de promesas de rendimiento inmediato.

Los principales clientes de esta propuesta serán personas físicamente activas que presentan sensibilidad a estimulantes presentes en productos de preentrenamiento

tradicionales. Este segmento suele experimentar efectos secundarios como ansiedad, palpitaciones, insomnio o molestias digestivas, lo que los lleva a buscar alternativas que les permitan mantener su rutina de ejercicio sin comprometer su bienestar general ni su calidad de vida.

La propuesta se diferencia por combinar una formulación natural enfocada en energía funcional, un segmento de consumidores claramente identificado y un formato de presentación diseñado para facilitar su uso previo al entrenamiento. Esta integración permite plantear una solución coherente entre el producto, las necesidades del consumidor y las tendencias actuales del mercado de productos orientados al bienestar.

Como objetivos iniciales, el proyecto busca analizar la aceptación de la propuesta en el segmento definido, evaluar la disposición de pago de los potenciales consumidores y determinar la viabilidad del producto dentro del mercado local. Estos elementos permitirán sentar una base sólida para la definición del modelo de negocio y su posterior desarrollo. A futuro, se espera que la propuesta pueda consolidarse como una alternativa natural dentro del mercado de bebidas funcionales, con potencial de adaptación a distintos canales de comercialización. La visión del proyecto se orienta a un crecimiento progresivo, manteniendo un enfoque en la salud, la experiencia del consumidor y una innovación responsable alineada con las necesidades reales del mercado.

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para Impuls, una bebida funcional preentrenamiento elaborada a base de ingredientes naturales, dirigida a personas físicamente activas del Distrito Metropolitano de Quito que presentan sensibilidad a estimulantes presentes en productos convencionales, con el fin de ofrecer una alternativa que aporte energía previa a la actividad física de forma moderada y bien tolerada.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para evaluar la aceptación, preferencias y percepción de personas físicamente activas frente a Impuls como bebida funcional preentrenamiento natural.
- Desarrollar un plan de marketing que permita definir la propuesta de valor, el posicionamiento y las estrategias de promoción de Impuls dentro del mercado objetivo.
- Examinar la viabilidad y factibilidad financiera del proyecto Impuls, mediante el análisis de costos, precios y proyecciones económicas, con el fin de determinar la sostenibilidad del plan de negocios.

Fase de Empatía incluyendo Marco Teórico

Marco Teórico (Hallazgos de la Investigación Documental)

El incremento de la práctica de actividad física y el interés por estilos de vida saludables han impulsado el crecimiento del mercado de suplementos y productos funcionales orientados al rendimiento físico. Dentro de este mercado, los suplementos de preentrenamiento se han consolidado como una categoría relevante, al ofrecer apoyo energético previo al ejercicio. De acuerdo con Straits Research (2025), el mercado global de suplementos de preentrenamiento superó los USD 19 mil millones en 2023, evidenciando una demanda sostenida de este tipo de productos.

No obstante, la literatura científica señala que la mayoría de los suplementos de preentrenamiento disponibles en el mercado se basan en formulaciones con altas concentraciones de estimulantes, principalmente cafeína. La cafeína ha demostrado ser eficaz para mejorar el rendimiento físico y reducir la percepción de fatiga; sin embargo, su consumo elevado o frecuente puede generar efectos secundarios adversos, especialmente en personas sensibles a este compuesto (Grgic et al., 2020). Entre los efectos más reportados se encuentran ansiedad, taquicardia, insomnio y molestias gastrointestinales, lo que limita su tolerancia y uso continuo.

Diversos estudios han señalado que el consumo de suplementos de preentrenamiento con múltiples ingredientes estimulantes puede aumentar el riesgo de efectos cardiovasculares y nerviosos, particularmente cuando no se controla la dosis o cuando se combinan varios estimulantes en una misma formulación (Martínez et al., 2024). Esta situación pone en evidencia una problemática no resuelta dentro del mercado: la falta de opciones de preentrenamiento que aporten energía de manera funcional y moderada, sin comprometer el bienestar del consumidor.

Esta carencia afecta principalmente a personas físicamente activas que desean complementar su entrenamiento con apoyo energético, pero que han experimentado efectos adversos con suplementos convencionales. Ante la ausencia de alternativas adecuadas, este grupo suele reducir o abandonar el consumo de preentrenos, optar únicamente por café o entrenar sin ningún tipo de complemento, lo que impacta negativamente su experiencia deportiva.

Paralelamente, el mercado de bebidas funcionales ha mostrado un crecimiento significativo impulsado por la preferencia de los consumidores por productos que aporten beneficios adicionales para la salud. Según Mordor Intelligence (2024), el mercado global de bebidas funcionales continúa expandiéndose, impulsado por la demanda de productos con ingredientes naturales, etiquetas limpias y beneficios orientados al bienestar integral. Esta tendencia respalda la viabilidad de propuestas que prioricen la salud y la tolerancia del consumidor.

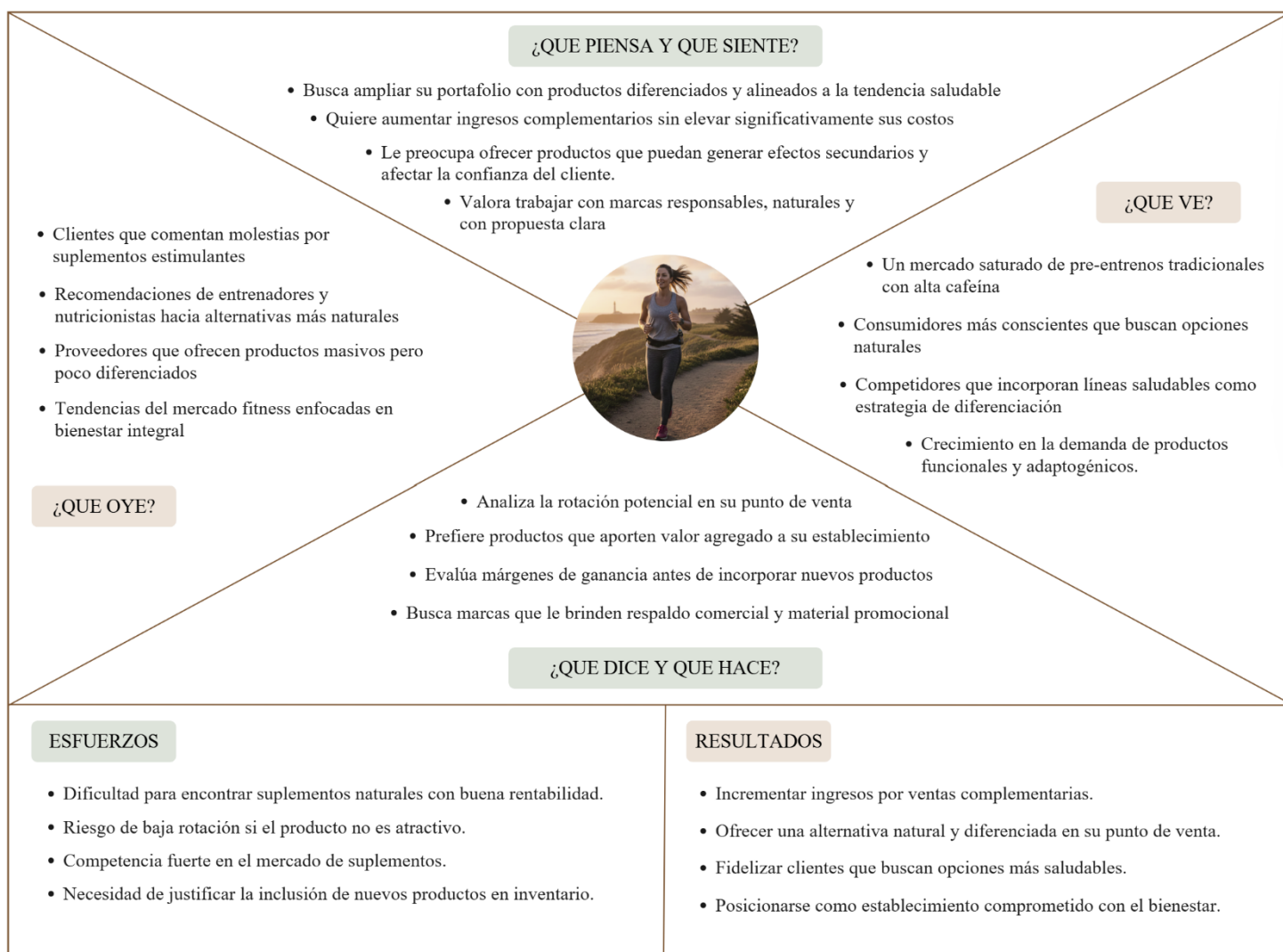
En este contexto surge Impuls, una bebida funcional preentrenamiento en polvo elaborada a base de ingredientes naturales como maca amarilla gelatinizada, cacao y canela. El producto se plantea como una alternativa que busca aportar energía funcional y sostenida antes del ejercicio, evitando el uso de estimulantes agresivos y enfocándose en la tolerancia digestiva y general del organismo.

Desde la perspectiva del plan de negocios, Impuls se diferencia de la oferta existente por su enfoque en un segmento específico de personas físicamente activas con sensibilidad a estimulantes. Mientras que las alternativas actuales priorizan la estimulación intensa, esta propuesta se alinea con tendencias de consumo responsable y bienestar integral, ofreciendo una solución coherente con las necesidades del mercado identificado.

En síntesis, la evidencia documental respalda la existencia de una brecha entre la oferta tradicional de suplementos de preentrenamiento y la demanda de productos naturales, bien tolerados y orientados a energía funcional. Esta brecha sustenta la relevancia y pertinencia del desarrollo de Impuls como una propuesta innovadora dentro de un mercado en crecimiento.

Mapa de Empatía

Figura 1 Mapa de empatía



Nota: Elaboración propia

El mapa de empatía B2B muestra que gimnasios, tiendas de suplementos y naturistas buscan ampliar su portafolio con productos diferenciados, naturales y rentables. Estos establecimientos enfrentan un mercado saturado de pre-entrenos tradicionales y reconocen una creciente demanda por alternativas más saludables. Además, priorizan la confianza del cliente y la rotación del producto antes de incorporar nuevas marcas. En este contexto, Impuls se presenta como una opción que combina diferenciación, tendencia natural y oportunidad comercial, aportando valor tanto al consumidor final como al punto de venta.

Buyer Persona: Características y necesidades del segmento

Figura 2 Buyer Persona



Nota: Elaboración propia

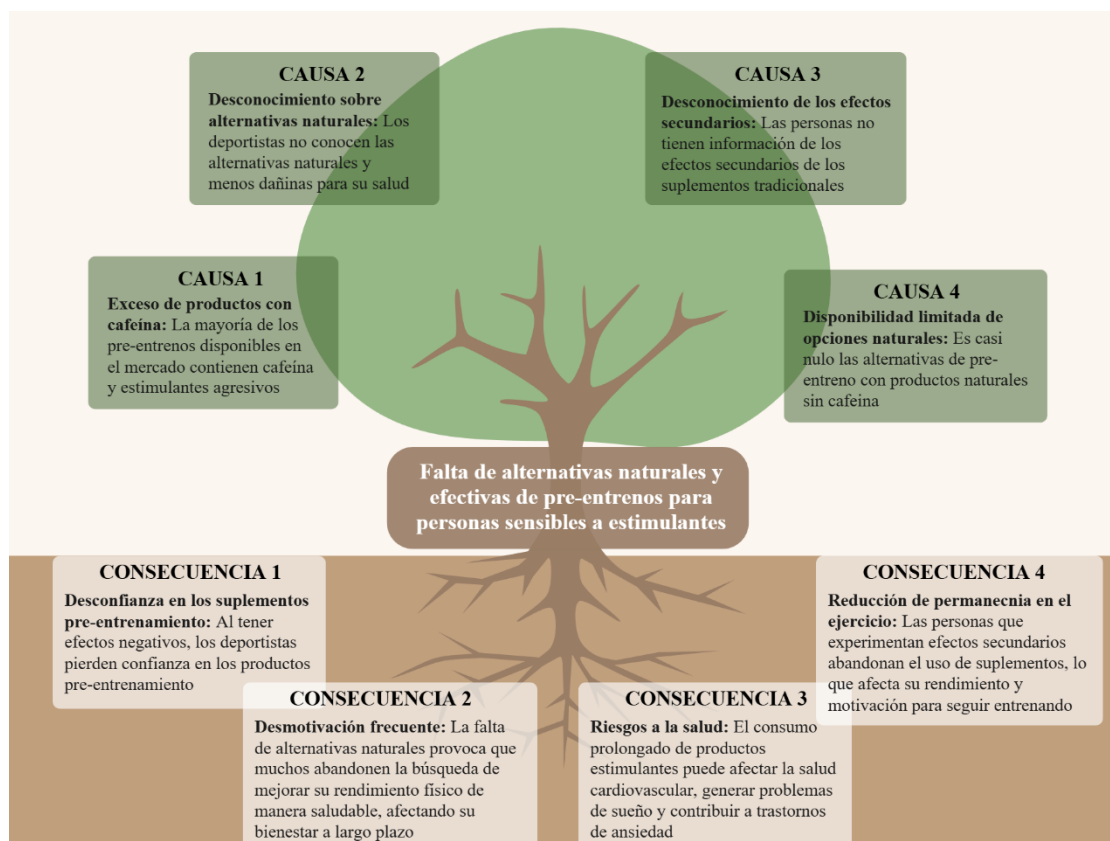
Identificación de la Problemática

Problema del segmento

Los suplementos de preentrenamiento, especialmente aquellos con cafeína, pueden generar efectos secundarios como ansiedad, palpitaciones, insomnio y malestar digestivo, sobre todo en personas sensibles. Según de Souza et al. (2022), el consumo de cafeína en dosis superiores a 6,1 mg/kg está asociado con una mayor prevalencia de estos efectos adversos. Estos problemas limitan el uso continuo de preentrenos convencionales. En respuesta, Impuls ofrece una alternativa natural que aporta energía de forma moderada y sostenida, sin los riesgos asociados a los estimulantes agresivos, satisfaciendo las necesidades de personas activas que buscan mejorar su rendimiento sin comprometer su bienestar.

Árbol de problemas

Figura 3 Árbol de Problemas



Nota: Elaboración propia

Idea de Negocio

Impuls es una bebida funcional de preentrenamiento natural, formulada con ingredientes como maca amarilla gelatinizada, cacao y canela. Su ventaja competitiva radica en ofrecer una alternativa sin estimulantes agresivos como la cafeína, proporcionando energía moderada y sostenida sin causar efectos secundarios como ansiedad o insomnio. Mientras que los productos de preentrenamiento convencionales dependen de altas dosis de cafeína, Impuls se enfoca en mejorar el rendimiento físico de manera más saludable y equilibrada, alineándose con el creciente interés por productos naturales y funcionales. Este enfoque permite atender a un segmento específico de personas activas que buscan mejorar su entrenamiento sin comprometer su bienestar general, ofreciendo una opción segura y eficaz.

Business Canvas

Figura 4 Bussines Canvas

<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de ingredientes naturales (maca gelatinizada, cacao, canela) • Proveedores de Empaques • Gimnasios y centros deportivos • Tiendas naturistas y tiendas de suplementos 	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y producción de la bebida funcional Impuls, asegurando calidad y estandarización • Marketing directo: Actividades orientadas a mostrar el valor del producto para negocios • Gestión de ventas B2B: Negociación y gestión de relaciones con socios comerciales • Logística y distribución mayorista 	<p>Propuestas de Valor</p> <p>Impuls es una bebida funcional pre-entrenamiento natural que proporciona energía moderada y sostenida sin los efectos secundarios de los estimulantes agresivos. Es ideal para personas activas que buscan una alternativa saludable y efectiva, especialmente para aquellos sensibles a la cafeína o productos pre-entrenamiento convencionales</p>	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación B2B personalizada: Gestión directa con gimnasios y tiendas para asegurar un suministro constante • Soporte y formación: Ofrecer capacitación a los gimnasios sobre cómo promocionar y vender el producto a sus clientes • Comunicación continua: Mantener contacto frecuente para asegurar la satisfacción y fidelidad de los clientes comerciales 	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas de la ciudad de Quito activas entre 18 y 49 años que buscan alternativas naturales para mejorar su rendimiento físico, sin químicos ni estimulantes artificiales, consumidores conscientes de la salud que prefieren ingredientes naturales
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción (ingredientes naturales, fabricación, empaques) • Costos de distribución y logística mayorista. • Marketing y promoción dirigida a negocios. • Costos administrativos y operacionales 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas directas a gimnasios y centros deportivos a precios mayoristas. • Distribución a tiendas naturistas y suplementos 		

Nota: Elaboración Propia

Prototipaje 1.0

Figura 5 Opción 1 de prototipo 1.0



Nota: Elaboración propia

La opción 1 del prototipo de Impuls corresponde a una presentación en polvo de 500 gramos, contenida en un envase cilíndrico blanco de estilo sobrio y minimalista. El diseño frontal destaca el logotipo de la marca con elementos gráficos asociados a naturaleza y energía controlada, reforzando su posicionamiento como pre-entreno natural. La información visible comunica de forma clara el tipo de producto, sus ingredientes principales —maca, cacao y canela— y el contenido neto, transmitiendo confianza, simplicidad y coherencia con la propuesta de bienestar y energía moderada que caracteriza al producto.

Análisis del Macroentorno

Desde el enfoque político, Ecuador presenta un entorno regulado para productos alimenticios y funcionales, donde las normativas sanitarias exigen el cumplimiento de registros y etiquetado, lo que influye directamente en el desarrollo y comercialización de

productos como bebidas pre-entrenamiento. Estas regulaciones buscan proteger al consumidor, pero también implican mayores exigencias para los emprendimientos.

En el ámbito económico, el comportamiento del consumidor se ve condicionado por el nivel de ingresos y la capacidad de gasto en productos no esenciales. Sin embargo, el crecimiento del sector fitness y wellness ha impulsado una mayor disposición a invertir en productos que aporten beneficios a la salud y al rendimiento físico, especialmente en zonas urbanas como Quito.

Desde la perspectiva social, existe una tendencia creciente hacia estilos de vida saludables, actividad física regular y consumo consciente. Los consumidores muestran mayor preocupación por los efectos a largo plazo de los productos que ingieren, lo que favorece la demanda de alternativas naturales y bien toleradas.

En el factor tecnológico, el acceso a plataformas digitales y redes sociales facilita la difusión de información, la educación del consumidor y la comercialización de productos funcionales, permitiendo una mayor cercanía con el mercado objetivo.

En el aspecto ambiental, se observa una mayor valoración por productos con ingredientes naturales y procesos responsables, lo que influye en la percepción de marca y decisión de compra. Finalmente, el entorno legal exige el cumplimiento de normativas sanitarias y de etiquetado, fundamentales para garantizar la seguridad y confianza del consumidor.

Análisis del Microentorno

La rivalidad entre competidores existentes en el mercado de productos pre-entrenamiento es alta, debido a la presencia de numerosas marcas nacionales e internacionales que ofrecen suplementos con diferentes formulaciones. Sin embargo, la

mayoría de estas alternativas se basa en productos con altos niveles de estimulantes, lo que limita su alcance hacia segmentos sensibles a estos componentes.

La amenaza de nuevos competidores es moderada, ya que, aunque el mercado resulta atractivo por su crecimiento, existen barreras de entrada relacionadas con regulaciones sanitarias, desarrollo del producto y posicionamiento de marca, especialmente en categorías asociadas a la salud y el bienestar.

La amenaza de productos sustitutos es elevada, dado que los consumidores pueden optar por alternativas como café, bebidas energéticas, alimentos naturales o entrenar sin apoyo energético. No obstante, estas opciones no siempre responden a la necesidad de energía moderada y bien tolerada.

El poder de negociación de los clientes es alto, ya que cuentan con múltiples opciones y acceso a información que les permite comparar ingredientes, precios y efectos. Esto obliga a las marcas a diferenciarse claramente y a generar confianza.

Finalmente, el poder de negociación de los proveedores es moderado, puesto que los ingredientes naturales como maca, cacao y canela son relativamente accesibles, aunque su calidad y disponibilidad pueden variar, influyendo en costos y consistencia del producto.

Validación de Viabilidad - Deseabilidad

Investigación de Mercado

Población (mercado objetivo)

La población objetivo del estudio está conformada por personas físicamente activas de entre 25 y 49 años residentes en Quito. Este segmento incluye hombres y mujeres que realizan actividad física de manera regular y que buscan alternativas para mejorar su rendimiento sin afectar su bienestar. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), este grupo etario representa aproximadamente 1.160.107 personas en la

ciudad, constituyendo un mercado relevante para el análisis del producto pre-entrenamiento natural Impuls.

Muestra

Fórmula aplicada para población infinita:

$$n = (Z^2 * p * q) / e^2$$

Sustituyendo los valores:

$$n = (1.96)^2 * 0.6 * 0.4 / (0.06)^2$$

$$n = 3.8416 * 0.24 / 0.0036$$

$$n = 0.921984 / 0.0036$$

$$n = 256.11$$

Instrumento de Recolección de Información y Análisis de Resultados

Tabla 1 Instrumento de recolección de información

Datos generales
1. Edad:
OPA 18 – 24 años
OPB 25 – 30 años
OPC 31 – 40 años
OPD 41 – 50 años
OPE Más de 50 años
2. Género:
OPA Femenino
OPB Masculino
Hábitos de consumo
3. ¿Con qué frecuencia realizas actividad física?
OPA 5 o más veces por semana
OPB 3 a 4 veces por semana
OPC 1 a 2 veces por semana
OPD Rara vez
OPE No realizo actividad física
4. ¿En qué tipo de espacios realizas actividad física con mayor frecuencia? (Puedes elegir varias opciones)

OPA Gimnasio

OPB Box de crossfit / funcional

OPC Estudio de pilates o yoga

OPD Al aire libre (running, ciclismo, etc.)

OPE Otro:

5. ¿Consumes actualmente algún producto para aumentar tu energía antes de entrenar? (Puedes elegir varias opciones)

OPA Sí, preentreno en polvo

OPB Sí, café u otra bebida con cafeína

OPC Sí, bebidas energéticas

OPD Si, alimentos o snacks energéticos

OPE No consumo, pero me gustaría

OPF No consumo ningún producto

OPG Consumía antes, pero dejé de hacerlo

OPH Otro:

6. Si consumes o consumiste preentrenos o bebidas energéticas, ¿has experimentado alguno de los siguientes efectos? (Puedes elegir varias opciones)

OPA Ansiedad o nerviosismo

OPB Taquicardia o palpitaciones

OPC Insomnio

OPD Malestar digestivo

OPE No he experimentado efectos secundarios

OPF Otro:

7. ¿Alguna vez dejaste de consumir un preentreno o bebida energética por estos efectos secundarios?

OPA Sí, definitivamente

OPB Sí, pero ocasionalmente vuelvo a consumir

OPC No, nunca

OPD Nunca he consumido este tipo de productos

8. ¿Qué tipo de energía prefieres antes de entrenar?

OPA Energía intensa y estimulante

OPB Energía moderada y sostenida

OPC Solo un impulso ligero

OPD No considero necesario consumir energía antes de entrenar

Conocimiento del producto

9. ¿En qué presentación preferirías consumir un producto pre-entrenamiento natural?

OPA En polvo (para mezclar con agua)

OPB Bebida líquida lista para consumir

OPC Me gustaría que existan ambas opciones

OPD No consumiría este tipo de producto

10. ¿Estarías dispuesto a comprar una bebida de pre-entreno natural (maca, cacao y canela) sin estimulantes agresivos?

OPA Muy dispuesto/a

OPB Dispuesto/a

OPC Poco dispuesto/a
OPD Nada dispuesto/a
Preferencias
11. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por una bebida de pre-entreno natural (maca, cacao y canela) sin estimulantes agresivos de 500g?
OPA \$25 - \$30
OPB \$31- \$35
OPC \$36 - \$40
OPD \$41 o más
12. ¿Por qué medios te gustaría recibir información sobre este tipo de producto? (Puedes elegir varias opciones)
OPA Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook)
OPB Recomendación del gimnasio o entrenador
OPC Publicidad dentro del centro deportivo
OPD Tienda de Suplementos
OPE No me interesa recibir información
OPF Otro:
13. ¿En qué lugar te sentirías más cómodo/a adquiriendo este tipo de producto? (Puedes elegir varias opciones)
OPA En el gimnasio o centro deportivo donde entreno
OPB En tiendas naturistas o de productos saludables
OPC Tiendas de suplementos deportivos
OPD A través de plataformas digitales
OPE Redes Sociales
OPF Ferias o mercados artesanales
OPG En farmacias
OPH Supermercados
OPI Otro:

Tabla 2 Presentación de resultados

Descripción Pregunta	Resultados Generales									
	OP A	OP B	OP C	OP D	OPE	OP F	OP G	OP H	OPI	
Pregunta 1	22,3%	36,2%	23,8%	10,6%	7,2%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 2	52,1%	47,9%	-%	-%	-%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 3	38,1%	41,1%	12,8%	6,4%	1,5%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 4	54,3%	42,3%	28,7%	20,4%	4,8%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 5	41,1%	32,5%	19,6%	10,2%	6%	14,7%	2,3%	1,6%	-%	
Pregunta 6	39,6%	32,5%	27,9%	17,4%	19,6%	2,8%	-%	-%	-%	
Pregunta 7	54%	21,9%	11,3%	12,8%	-%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 8	11,3%	60,8%	16,6%	11,3%	-%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 9	70,6%	10,9%	11,3%	7,2%	-%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 10	57%	30,6%	7,5%	4,9%	-%	-%	-%	-%	-%	
Pregunta 11	58,9%	33,2%	6%	1,9%	-%	-%	-%	-%	-%	

Pregunta 12	76,6%	59,6%	41,5%	28,7%	3,8%	0,8%	-%	-%	-%
Pregunta 13	72,1%	58,9%	44,2%	36,6%	12,5%	7,9%	0,4%	-%	-%

Nota: Elaboración propia

A continuación, se presenta el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a 265 personas pertenecientes al grupo objetivo. En relación con la edad y el género, los resultados muestran una participación equilibrada entre hombres y mujeres, concentrada principalmente en el rango de 25 a 40 años, lo que confirma la pertinencia del segmento definido para el proyecto Impuls. La alta frecuencia de actividad física semanal evidencia que se trata de un público activo y potencialmente interesado en productos de apoyo al rendimiento.

Respecto a los espacios donde realizan actividad física, predominan los gimnasios, centros funcionales y estudios especializados, lo que respalda el enfoque del modelo de negocio B2B, orientado a alianzas con estos establecimientos. En cuanto al consumo de productos energéticos, una parte significativa utiliza preentrenos o cafeína; sin embargo, se identifican altos niveles de efectos secundarios como ansiedad, insomnio y malestar digestivo, lo que influye directamente en el abandono de estos productos.

Este hallazgo se refuerza al observar que la mayoría de los encuestados prefiere una energía moderada y sostenida, alineada con la propuesta de valor de Impuls. La presentación en polvo resulta la más aceptada, y existe una alta disposición de compra del producto, especialmente dentro del rango de precio entre USD 25 y USD 35, validando la viabilidad comercial. Finalmente, los canales de información y compra preferidos, como redes sociales y gimnasios, orientan las estrategias de marketing y distribución del plan de negocios.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

Tabla 3 Codificación entrevistas para validar el prototipo 2.0

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista en profundidad	1	Conocer la percepción de los posibles consumidores en el testeo del producto.	Diciembre 2025
EI02	Entrevista en profundidad	1		Diciembre 2025
EI03	Entrevista en profundidad	1		Diciembre 2025

Nota: Elaboración propia

Tabla 4 Matriz de sistematización de información, entrevistas

Temáticas	Preguntas	Respuestas
Contexto de uso	¿Qué productos o estrategias utiliza actualmente para aumentar su energía antes de entrenar?	EI01, 2025: Nada EI02, 2025: Tomar Café EI03; 2025: Pre-entreno
Primera impresión	¿Qué opinó al ver el pre-entrenamiento natural elaborado a base de maca, cacao y canela, sin estimulantes agresivos?	EI01, 2025: Me da la idea que es un tipo de vitamina EI02, 2025: El packaging es apagado no llama la atención EI03, 2025: No parece un pre-entreno
Atractivo general	¿Qué aspectos del producto le resultan más atractivos (por ejemplo: ingredientes naturales, menor riesgo de efectos secundarios, facilidad de consumo, presentación en polvo)?	EI01, 2025: Me gustaron los ingredientes naturales EI02, 2025: Que sea en polvo EI03, 2025: Que es natural y que no existen muchos pre-entrenos naturales en el mercado
Valor percibido	¿Considera que este tipo de pre-entrenamiento podría ayudarle a mejorar su desempeño físico sin afectar su bienestar? (Mucho / Regular / Poco / Nada)	EI01, 2025: Mucho EI02, 2025: Regular EI03, 2025: Mucho
Barreras y objeciones	¿Qué dudas o preocupaciones tendría	EI01, 2025: El precio EI02, 2025: El lugar

	antes de decidir comprar este producto?	EI03, 2025: No me causa confianza, más por la parte visual
Mejoras	¿Qué mejoraría o qué característica adicional consideraría importante para que este producto resulte más atractivo para usted?	EI01, 2025: Que sea en paquetes por porción para que sea más práctico de consumir EI02, 2025: No en frasco ya que ocupa mucho espacio y es de plástico EI03, 2025: El packaking que sea más llamativo no llama la atención y no parece pre-entreno
Compra	Si este producto estuviera disponible, ¿lo compraría? (Sí / No) ¿Dónde preferiría adquirirlo: Gimnasio o centro deportivo / Tienda de suplementos / Tienda naturista / Plataforma digital)	Todos los entrevistados sí comprarían el producto. EI01, 2025: Gimnasios EI02, 2025: Tiendas de suplementos EI03, 2025: Gimnasios

Nota: Elaboración propia

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo) Figura 6 Prototipo 2.0



Nota: Elaboración propia

El prototipo 2.0 del pre-entrenamiento natural Impuls surge a partir de las recomendaciones obtenidas en las entrevistas realizadas a potenciales consumidores, quienes señalaron que la presentación del prototipo 1.0 no resultaba suficientemente llamativa y que el formato del envase no era práctico para el consumo diario. Los entrevistados manifestaron la necesidad de una presentación más funcional, que facilite la dosificación y el transporte del producto. En respuesta a estas sugerencias, se desarrolló un empaque en caja con sachets individuales de 10 g, lo que mejora la experiencia del usuario, promueve la recompra mensual y refuerza el posicionamiento de marca mediante un diseño visual más atractivo, profesional y alineado con el concepto de energía natural y bienestar.

Modelo de Monetización

El modelo de monetización del producto Impuls se basa principalmente en un esquema B2B, orientado a la venta por volumen a gimnasios, centros deportivos, estudios funcionales y tiendas de productos naturales y suplementos. La empresa comercializa el producto en presentaciones de 300 gramos a precios preferenciales para clientes corporativos, permitiendo márgenes atractivos y recurrencia en los pedidos. De manera complementaria, se considera la venta directa al consumidor final a través de canales digitales, lo que diversifica los ingresos y fortalece el posicionamiento de la marca sin depender exclusivamente de un solo canal.

Presentación Comercial del Prototipo

Figura 7 Captura de pantalla video promocional



Nota: Elaboración propia.

Enlace: <https://mailinternacionaledu->

[my.sharepoint.com/:v:/g/personal/doracinespo_uide_edu_ec/IQDvR7befq1rQYiYqup543Z7Abe7j-](https://mailinternacionaledu-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/doracinespo_uide_edu_ec/IQDvR7befq1rQYiYqup543Z7Abe7j-)

[YH45REbnf2rjEK6qs?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcm12ZUZvckJlc2](https://mailinternacionaledu-YH45REbnf2rjEK6qs?nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcm12ZUZvckJlc2)

[luZxNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcn](https://mailinternacionaledu-luZxNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXciLCJyZWZlcn)

[JhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=13ZG61](https://mailinternacionaledu-JhbFZpZXciOiJNeUZpbGVzTGlua0NvcHkifX0&e=13ZG61)

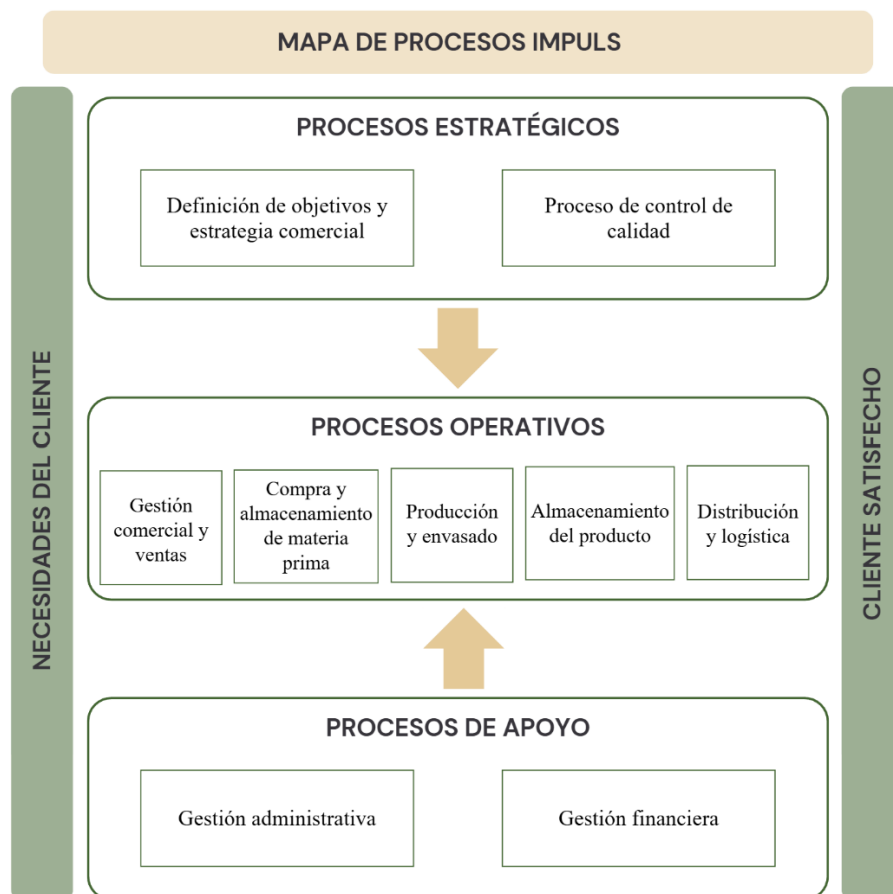
Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Localización

El centro de operaciones de Impuls estará ubicado en Quito, aprovechando la infraestructura moderna y accesible de la ciudad. La zona seleccionada contará con fácil acceso a servicios básicos como agua, electricidad y transporte, lo que facilita la logística y distribución del producto. Además, se encuentra en un área segura y con opciones de expansión a medida que el negocio crezca, permitiendo una mayor cobertura y acercamiento a clientes potenciales.

Operaciones (Mapa de procesos)

Figura 8 Mapa de proceso



Nota: Elaboración propia

A continuación, se presente el detalle de cada aspecto del mapa de procesos

Tabla 5 Detalle mapa de procesos

Proceso	Objetivo	Alcance	Actividades
Objetivos y estrategia comercial	Definir estrategias, objetivos y metas a largo plazo para el crecimiento de Impuls	Abarca la planificación a largo plazo de ventas, marketing y relaciones comerciales con socios clave	<ul style="list-style-type: none"> -Análisis FODA -Definición de metas y KPIs -Definir metas anuales de ventas B2B -Seguimiento del plan de negocios -Desarrollar estrategias de marketing dirigidas a negocios (B2B) -Evaluar el desempeño y hacer ajustes estratégicos durante el año
Proceso de control de calidad	Asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad en todas las etapas de producción	Desde la recepción de las materias primas hasta el producto final envasado	<ul style="list-style-type: none"> -Inspección de calidad en las materias primas (maca, cacao, canela) -Supervisión de las condiciones de producción, control de temperatura y procesos de mezcla -Pruebas de sabor y funcionalidad (seguridad alimentaria y calidad)

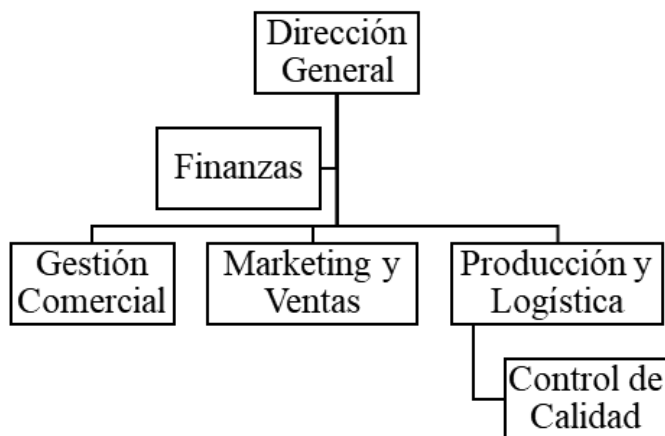
			-Análisis de lotes antes del envío a clientes mayoristas para verificar que cumplan con la normativa de calidad.
Gestión comercial y ventas	Maximizar las ventas de Impuls a través de la captación y fidelización de clientes B2B	Generación de demanda entre gimnasios, tiendas naturistas y distribuidores de suplementos	-Identificación de gimnasios, estudios de fitness y tiendas naturistas que puedan distribuir el producto -Presentación del producto y negociación de acuerdos comerciales con clientes B2B -Estrategias de fidelización: Ofrecer descuentos, promociones o material de marketing para apoyar a los distribuidores. -Seguimiento post-venta para asegurar la satisfacción del cliente y fortalecer la relación comercial
Compra de materia prima	Asegurar el suministro continuo de ingredientes naturales de alta calidad	Desde la negociación con proveedores hasta el almacenamiento adecuado de los ingredientes	-Búsqueda de proveedores confiables de todos los ingredientes -Búsqueda de proveedores de los empaques -Negociación de precios y acuerdos de compra a largo plazo -Recepción y almacenamiento adecuado de los ingredientes
Producción y envasado	Transformar las materias primas en el producto final, asegurando calidad	De la materia prima a la producción del envase listo para su distribución	-Mezcla de ingredientes según la fórmula correcta. -Control de calidad durante el proceso de producción -Envasado y etiquetado del producto final -Embalaje para envío y distribución
Almacenamiento	Almacenar el producto de manera eficiente y segura hasta su distribución	Desde la producción hasta la entrega a los clientes	-Almacenamiento adecuado de productos terminados (control de temperatura y humedad). -Inventario y seguimiento de existencias. -Gestión de rotación de inventario para evitar vencimientos
Distribución y logística	Garantizar una distribución eficiente del producto a los clientes B2B	Desde el almacén hasta el cliente final (gimnasios, tiendas naturistas y de suplementos).	-Gestión de rutas de distribución: Optimización de la logística para entregar productos a tiempo y en buen estado -Coordinación con empresas de transporte para cumplir con los plazos de entrega -Seguimiento de entregas y solución de problemas con los envíos, en caso de que los haya
Gestión administrativa	Administrar los recursos humanos, financieros y operativos de la empresa	Gestión interna para asegurar el funcionamiento eficiente del negocio	-Gestión de personal (contrataciones, capacitación y gestión de rendimiento) -Control financiero: presupuesto, ingresos y gastos.

			-Gestión de recursos internos para asegurar el cumplimiento de los procesos de producción y ventas -Cumplimiento de normativas legales y regulatorias -Gestión de documentación y reportes internos
Gestión Financiera	Asegurar el manejo eficiente de los recursos económicos, controlando los ingresos, gastos y optimizando la rentabilidad del negocio	Gestionar todo lo relacionado con los recursos financieros, presupuesto y proyecciones económicas para garantizar la viabilidad y el crecimiento del proyecto	-Elaboración de presupuestos: Definir el presupuesto anual para cada area -Controlar ingresos y egresos por ventas y los costos operativos -Control de flujo de caja para asegurar el pago a proveedores y la operación continua. -Análisis de márgenes de ganancia -Planificación de financiación en caso de expansión del negocio -Asegurar el cumplimiento fiscal y contable: para que todas las operaciones financieras cumplan con las normativas legales y fiscales locales

Nota: Elaboración propia

Diseño Organizacional y funciones

Figura 9 Organigrama



Nota: Elaboración propia

La estructura organizacional del proyecto Impuls ha sido diseñada bajo un enfoque funcional, considerando las necesidades operativas, comerciales y financieras propias de un emprendimiento en etapa inicial con modelo de negocio B2B. Esta estructura permite una

adecuada distribución de responsabilidades, facilita la toma de decisiones y optimiza el uso de los recursos, aspectos que han sido contemplados dentro del plan financiero del proyecto.

En el nivel jerárquico superior se encuentra la Dirección General, responsable de la planificación estratégica, la toma de decisiones clave y la supervisión integral de las áreas funcionales. Este cargo asume la representación del negocio ante aliados estratégicos, proveedores y entidades regulatorias, además de garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados en el plan de negocios.

El área de Finanzas se encarga de la gestión económica del proyecto, incluyendo el control de costos, la elaboración de presupuestos, el registro contable y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Esta área resulta fundamental para la sostenibilidad del emprendimiento, ya que su gestión impacta directamente en la rentabilidad y en la viabilidad financiera proyectada.

La Gestión Comercial tiene como función principal el mantenimiento de relaciones con los clientes B2B, el seguimiento de pedidos, la atención postventa y la fidelización de aliados comerciales, como gimnasios y centros deportivos. Su rol es clave para asegurar ingresos recurrentes y estabilidad comercial.

El área de Marketing y Ventas es responsable del posicionamiento de la marca Impuls, la comunicación de su propuesta de valor y la generación de demanda. Incluye la gestión de redes sociales, campañas digitales y apoyo al proceso de ventas, contribuyendo al crecimiento del negocio.

Finalmente, el área de Producción y Logística, junto con Control de Calidad, se encarga del abastecimiento de materias primas, el proceso productivo, el envasado, el almacenamiento y la distribución del producto. El control de calidad asegura el cumplimiento de estándares sanitarios y de consistencia del producto, aspecto clave para la confianza del cliente y el cumplimiento normativo.

Esta estructura organizacional es flexible y escalable, y ha sido considerada en el plan financiero, permitiendo proyectar costos de personal acordes a la realidad del emprendimiento y a su crecimiento futuro.

Conformación Legal

El proyecto Impuls se constituirá legalmente bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a su flexibilidad administrativa y facilidad de constitución, características adecuadas para un emprendimiento orientado al modelo de negocio B2B. Esta forma societaria permite una gestión ágil y la posibilidad de adaptarse al crecimiento futuro de la empresa.

La constitución se realizará ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, seguida de la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) ante el Servicio de Rentas Internas (SRI) para el cumplimiento de las obligaciones tributarias correspondientes.

El proyecto operará desde un local destinado exclusivamente a la producción, almacenamiento y despacho del producto, sin atención directa al público. Por esta razón, será indispensable obtener el Registro Sanitario otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA), así como cumplir con las normativas de buenas prácticas de manufactura y etiquetado.

Adicionalmente, se gestionarán los permisos municipales requeridos, como la patente municipal y el permiso del Cuerpo de Bomberos, necesarios para el funcionamiento legal del establecimiento productivo y logístico.

Plan de Marketing

Marketing Mix (4Ps)

Producto

El producto Impuls se plantea como un producto de nicho, dirigido a personas físicamente activas que buscan una alternativa natural de preentrenamiento sin estimulantes agresivos. Su formulación a base de maca, cacao y canela responde a una necesidad específica del mercado: obtener energía moderada y sostenida sin efectos secundarios como ansiedad o insomnio.

Adicionalmente, se posiciona como un producto funcional y diferenciado, enfocado en bienestar y tolerancia digestiva, lo que lo distingue de los pre-entrenos tradicionales con alta carga de cafeína y compuestos sintéticos.

Precio

La estrategia de precio se basa en un precio competitivo dentro del segmento medio, alineado a la percepción de valor del consumidor validada en la investigación de mercado. El rango de precio definido permite competir con productos similares sin entrar en una guerra de precios bajos.

Asimismo, se aplica una estrategia de precio psicológico, estableciendo valores que resulten accesibles y coherentes con un producto natural y especializado, favoreciendo la aceptación tanto del consumidor final como de los clientes B2B.

Plaza

La estrategia de distribución se enfoca principalmente en un modelo B2B, priorizando la comercialización a través de gimnasios, centros deportivos, estudios funcionales, tiendas naturales y de suplementos, lo que permite mayor volumen de ventas y recurrencia.

De manera complementaria, se considera el uso de canales digitales para facilitar pedidos, información del producto y contacto con clientes estratégicos, optimizando la logística y el alcance del mercado objetivo.

Promoción

Las estrategias de marketing planteadas para Impuls se enfocan en el posicionamiento del producto dentro del sector fitness y wellness, resaltando su propuesta de valor como preentrenamiento natural y bien tolerado. A través de contenido educativo y material promocional dirigido a gimnasios y centros deportivos, se busca generar reconocimiento y confianza en la marca. De manera complementaria, el establecimiento de alianzas estratégicas con estos centros permite impulsar la prueba del producto mediante presentaciones y degustaciones, favoreciendo la adopción del producto y el desarrollo de relaciones comerciales sostenibles bajo un modelo B2B.

Plan de Marketing

Objetivo general del plan de marketing

Desarrollar un plan de marketing estratégico que posicione el producto Impuls dentro del mercado de personas físicamente activas y clientes B2B en la ciudad de Quito, incrementando el reconocimiento de marca y logrando un crecimiento progresivo en ventas y presencia en gimnasios, centros deportivos y tiendas de productos naturales y de suplementos, durante el primer año de lanzamiento.

Definición de Estrategias, Acciones y presupuesto

Tabla 6 Plan de marketing

Estrategia	Acción	Tiempo ejecución	Presupuesto
Estrategia 1: Posicionamiento de marca en el sector fitness y wellness	Acción 1: Desarrollo de contenido educativo en redes sociales (Instagram y TikTok) enfocado en energía natural, bienestar y diferenciación frente a preentrenos tradicionales.	12 meses	\$3000

	Acción 2: Diseño de material promocional digital (brochure y ficha técnica) para presentar el producto a gimnasios y centros deportivos.	1 mes	\$800
Estrategia 2: Alianzas estratégicas con gimnasios y centros deportivos (B2B)	Acción 3: BTL de publicidad en punto de venta para gimnasios y tiendas de suplementos	6 meses	\$2500
	Acción 4: Implementación de degustaciones controladas y entrega de muestras del producto en centros aliados.	2 meses	\$1500
Total, Presupuesto: \$7500			

Nota: Elaboración propia

Presentación de las estrategias de marketing

Figura 10 Diseño carrusel para Instagram



Nota: Elaboración propia

Figura 11 Diseño Brochure del producto



Nota: Elaboración propia

Figura 12 BTL de publicidad



Nota: Elaboración propia

Figura 13 Degustaciones y entrega de producto



Nota: Elaboración propia

Evaluación Financiera

Inversión Inicial

Tabla 7 Inversión Total

INVERSIÓN EN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
DESCRIPCION	CATEGORIA	
Maquinaria	Maquinaria	\$8.000,00
Muebles y enseres	Muebles y enseres	\$2.000,00
Equipos de oficina	Equipos de oficina	\$1.500,00
Equipos de computación	Equipos de computación	\$1.200,00
Total Inversión		\$12.700,00
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO		
Costos de producción		\$43.598,45

Gastos operación	\$35.393,80
Días del año	365
Costos y gastos diarios	\$216,42
Días de desfase	60
Total Inversión	\$12.985,03

INVERSIÓN TOTAL

Propiedad planta y equipo	\$12.700,00
Capital de trabajo	\$12.985,03
Total Inversión	\$25.685,03

Nota: Elaboración propia

La inversión inicial de Impuls constituye el capital necesario para poner en marcha todas las actividades relacionadas con la producción y comercialización del preentrenamiento natural en polvo. Esta inversión no solo contempla la adquisición de recursos físicos y tecnológicos básicos, sino que responde a una planificación integral orientada a garantizar que el negocio inicie operaciones de manera organizada, eficiente y sostenible. Dentro de esta partida se incluye la compra de maquinaria para el proceso de mezcla y envasado del producto, así como muebles, enseres y equipos de oficina que faciliten la gestión administrativa y operativa. De igual forma, se consideran equipos de computación destinados al control de inventarios, registro de ventas, coordinación logística y manejo de estrategias comerciales y de marketing.

Adicionalmente, la inversión incorpora el capital de trabajo requerido para cubrir los primeros meses de operación, incluyendo costos de producción, adquisición de materia prima, empaques, gastos administrativos, distribución y actividades promocionales necesarias para el posicionamiento de la marca en gimnasios y tiendas especializadas. Esto permite asegurar la continuidad del negocio mientras se generan los primeros ingresos. En conjunto, la inversión total de \$25.685,03 proporciona a Impuls una base financiera sólida para iniciar sus operaciones con la capacidad suficiente para atender la demanda del mercado y competir de manera efectiva dentro del sector fitness y wellness.

Financiamiento

El financiamiento del proyecto Impuls se definió a partir de una inversión inicial de USD \$25.685,03, la cual será cubierta tanto con recursos propios como con apoyo bancario. La mayor parte del capital, equivalente a USD \$17.979,52 (70%), proviene de aportes de los socios, lo que demuestra el compromiso directo con la puesta en marcha del negocio. Por otro lado, el 30% restante, correspondiente a USD \$7.705,51, se obtendrá mediante un préstamo del Banco Pichincha.

Este crédito fue acordado a un plazo de 4 años (48 meses), con una tasa de interés anual del 11% y una cuota mensual de USD \$199,15, valores que resultan accesibles y acordes a la capacidad de pago estimada del proyecto.

Tabla 8 Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Fuente	Monto	%
Capital Propio	\$17.979,52	70%
Préstamo Bancario	\$7.705,51	30%
Total	\$25.685,03	100%
Instituto Financiera:	BANCO PICHINCHA	
Monto:	\$7.705,51	
Plazo:	4	
Tasa Interés anual:	11,00%	
Frecuencia	12	
Periodos Mensualidad	48	
Cuota Mensual	\$199,15	

Nota: Elaboración propia

Tabla 9 Tabla de amortización

Años	Cuota Mensual	Intereses	Abono a Capital	Saldo Final
0				\$7.705,51
1	\$199,15	\$70,63	\$ 128,52	\$7.576,99
2	\$199,15	\$69,46	\$ 129,70	\$7.447,29
3	\$199,15	\$68,27	\$ 130,89	\$7.316,41
4	\$199,15	\$67,07	\$ 132,09	\$7.184,32
5	\$199,15	\$65,86	\$ 133,30	\$7.051,02
6	\$199,15	\$64,63	\$ 134,52	\$6.916,51

7	\$199,15	\$63,40	\$ 135,75	\$6.780,75
8	\$199,15	\$62,16	\$ 137,00	\$6.643,76
9	\$199,15	\$60,90	\$ 138,25	\$6.505,51
10	\$199,15	\$59,63	\$ 139,52	\$6.365,99
11	\$199,15	\$58,35	\$ 140,80	\$6.225,19
12	\$199,15	\$57,06	\$ 142,09	\$6.083,10
13	\$199,15	\$55,76	\$ 143,39	\$5.939,71
14	\$199,15	\$54,45	\$ 144,71	\$5.795,00
15	\$199,15	\$53,12	\$ 146,03	\$5.648,97
16	\$199,15	\$51,78	\$ 147,37	\$5.501,60
17	\$199,15	\$50,43	\$ 148,72	\$5.352,88
18	\$199,15	\$49,07	\$ 150,08	\$5.202,79
19	\$199,15	\$47,69	\$ 151,46	\$5.051,33
20	\$199,15	\$46,30	\$ 152,85	\$4.898,48
21	\$199,15	\$44,90	\$ 154,25	\$4.744,23
22	\$199,15	\$43,49	\$ 155,66	\$4.588,57
23	\$199,15	\$42,06	\$ 157,09	\$4.431,48
24	\$199,15	\$40,62	\$ 158,53	\$4.272,95
25	\$199,15	\$39,17	\$ 159,98	\$4.112,96
26	\$199,15	\$37,70	\$ 161,45	\$3.951,51
27	\$199,15	\$36,22	\$ 162,93	\$3.788,58
28	\$199,15	\$34,73	\$ 164,42	\$3.624,16
29	\$199,15	\$33,22	\$ 165,93	\$3.458,23
30	\$199,15	\$31,70	\$ 167,45	\$3.290,77
31	\$199,15	\$30,17	\$ 168,99	\$3.121,79
32	\$199,15	\$28,62	\$ 170,54	\$2.951,25
33	\$199,15	\$27,05	\$ 172,10	\$2.779,15
34	\$199,15	\$25,48	\$ 173,68	\$2.605,47
35	\$199,15	\$23,88	\$ 175,27	\$2.430,20
36	\$199,15	\$22,28	\$ 176,88	\$2.253,33
37	\$199,15	\$20,66	\$ 178,50	\$2.074,83
38	\$199,15	\$19,02	\$ 180,13	\$1.894,70
39	\$199,15	\$17,37	\$ 181,78	\$1.712,91
40	\$199,15	\$15,70	\$ 183,45	\$1.529,46
41	\$199,15	\$14,02	\$ 185,13	\$1.344,33
42	\$199,15	\$12,32	\$ 186,83	\$1.157,50
43	\$199,15	\$10,61	\$ 188,54	\$968,96
44	\$199,15	\$8,88	\$ 190,27	\$778,69
45	\$199,15	\$7,14	\$ 192,01	\$586,67
46	\$199,15	\$5,38	\$ 193,78	\$392,90
47	\$199,15	\$3,60	\$ 195,55	\$197,34
48	\$199,15	\$1,81	\$ 197,34	\$-0,00
49	\$199,15	\$0,00	\$ 199,15	\$-199,15

50	\$199,15	-\$1,83	\$ 200,98	\$-400,13
51	\$199,15	-\$3,67	\$ 202,82	\$-602,95
52	\$199,15	-\$5,53	\$ 204,68	\$-807,63
53	\$199,15	-\$7,40	\$ 206,56	\$-1.014,19
54	\$199,15	-\$9,30	\$ 208,45	\$-1.222,64
55	\$199,15	-\$11,21	\$ 210,36	\$-1.433,00
56	\$199,15	-\$13,14	\$ 212,29	\$-1.645,29
57	\$199,15	-\$15,08	\$ 214,23	\$-1.859,52
58	\$199,15	-\$17,05	\$ 216,20	\$-2.075,72
59	\$199,15	-\$19,03	\$ 218,18	\$-2.293,90
60	\$199,15	-\$21,03	\$ 220,18	\$-2.514,08
	\$11.949,17	\$1.729,58	\$10.219,59	

Nota: Elaboración propia

Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)

Tabla 10 Estado de costos de Pre-entrenamiento de 300gr

Modelo	Pre-entrenamiento de 300gr				
	Determinación del costo	Unidad de medida	Costo unit \$	Cant/Unit	Valor total unit
Maca		165 gr	\$2,18	1,00	\$2,18
Cacao		75 gr	\$1,07	1,00	\$1,07
Canela		24 gr	\$0,48	1,00	\$ 0,48
Sal marina fina		6 gr	\$0,04	1,00	\$0,04
Maltodextrina		24 gr	\$0,06	1,00	\$0,06
Edulcorante Natural		6 gr	\$0,30	1,00	\$0,30

Nota: Elaboración propia

El Estado de Costos del proyecto Impuls permite determinar de manera clara cuánto cuesta realmente producir cada unidad del preentrenamiento natural, tomando en cuenta tanto los ingredientes y materiales directos, como los gastos indirectos relacionados con la elaboración, empaque y operación. Este análisis facilita conocer el costo real del producto y evaluar su margen de ganancia, lo que resulta fundamental para definir precios adecuados y

competitivos dentro del mercado fitness. Además, se convierte en una herramienta clave para la toma de decisiones financieras y para asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Tabla 11 Estado de P&G

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Años	1	2	3	4	5
Ingresos ventas	\$90.658,34	\$ 97.911,01	\$105.743,89	\$114.203,40	\$123.339,68
Costo de Producción	\$43.598,45	\$47.086,33	\$50.853,24	\$54.921,49	\$ 59.315,21
Utilidad Bruta	\$47.059,89	\$50.824,68	\$54.890,66	\$59.281,91	\$64.024,46
(-) Gastos Operación	\$35.393,80	\$38.225,30	\$41.283,33	\$44.585,99	\$48.152,87
(-) Depreciación	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00
Utilidad Operación	\$10.415,09	\$11.348,38	\$12.356,33	\$13.444,92	\$14.620,59
Gastos Financieros	\$767,43	\$579,68	\$370,21	\$136,51	\$ -124,25
Utilidad Antes de Impuestos	\$9.647,67	\$10.768,70	\$11.986,11	\$13.308,41	\$14.744,83
Impuesto a la Renta 25%	\$2.411,92	\$2.692,17	\$2.996,53	\$3.327,10	\$3.686,21
Utilidad Neta	\$7.235,75	\$8.076,52	\$8.989,59	\$9.981,31	\$11.058,63

Nota: Elaboración propia

El Estado de Pérdidas y Ganancias del proyecto Impuls muestra un crecimiento progresivo de la utilidad neta durante los cinco años proyectados. Las ganancias pasan de \$7.235,75 en el primer año a \$11.058,63 en el quinto año, lo que refleja una mejora constante en el desempeño financiero del negocio. Este comportamiento evidencia un manejo adecuado de los costos de producción y gastos operativos, junto con una estrategia de ventas que permite incrementar los ingresos de manera sostenida. En conjunto, estos resultados demuestran que Impuls es un proyecto rentable, con estabilidad económica y buenas perspectivas de crecimiento a mediano y largo plazo.

Tabla 12 Estado Flujo de Caja

Años	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operación		\$10.415,09	\$11.348,38	\$12.356,33	\$13.444,92	\$14.620,59
(+) Depreciaciones		\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00
(-) Impuestos		\$2.411,92	\$2.692,17	\$2.996,53	\$3.327,10	\$3.686,21
(-) Inversiones	\$-5.685,03					
(=) Flujo Del Proyecto	\$-25.685,03	\$9.254,18	\$9.907,20	\$10.610,80	\$11.368,81	\$12.185,38
(+) Préstamo	\$7.705,51					
(-) Gastos Financieros		\$767,43	\$579,68	\$370,21	\$136,51	\$-124,25
(-) Amortización Préstamo		\$1.622,41	\$1.810,15	\$2.019,62	\$2.253,33	\$2.514,08
(=) Flujo Del Proyecto Ajustado	\$-17.979,52	\$6.864,34	\$7.517,37	\$8.220,97	\$8.978,98	\$9.795,55
Flujo Acumulado	\$-17.979,52	\$-11.115,18	\$-3.597,81	\$4.623,16	\$13.602,14	\$23.397,68

Nota: Elaboración propia

El Estado de Flujo de Caja acumulado del proyecto Impuls muestra una evolución favorable en la liquidez a lo largo del periodo analizado. En el año 0 se registra un flujo negativo de -\$17.979,52, correspondiente a la inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio. No obstante, en los años siguientes se observa una recuperación progresiva, pasando a -\$11.115,18 en el año 1 y -\$3.597,81 en el año 2, lo que refleja una reducción constante del déficit inicial. A partir del año 3, el flujo acumulado se vuelve positivo con \$4.623,16, marcando el punto de equilibrio del proyecto. Desde ese momento, la generación de caja continúa creciendo hasta alcanzar \$23.397,68 en el año 5, demostrando que Impuls no solo recupera la inversión realizada, sino que empieza a generar excedentes, confirmando su viabilidad financiera y su capacidad de crecimiento a futuro.

Presupuesto de Ventas

Tabla 13 Presupuesto Anual de Ventas

	Pre-entreno
Mercado Meta	464043
3% de Penetración Mercado	13921,29
25% de Conversión (Venta Año)	3480,32
Cantidad	3480
Precio de Venta	\$22,55
Ventas Año 1	\$78.477,22

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	\$78.477,22	\$84.755,39	\$91.535,82	\$98.858,69	\$106.767,39
Ingresos por Envíos	\$12.181,13	\$13.155,62	\$14.208,07	\$15.344,71	\$16.572,29
	\$90.658,34	\$97.911,01	\$105.743,89	\$114.203,40	\$123.339,68

Nota: Elaboración propia

La proyección de ventas de Impuls parte de un mercado meta estimado de 46.403 personas, considerando una penetración inicial del 3% y una conversión de compra del 25%, lo que permite alcanzar una venta aproximada de 3.480 unidades durante el primer año, con un precio de \$22,55 por producto. Esto genera ingresos por ventas de \$78.477,22, a los que se suman ingresos adicionales por envíos, alcanzando un total de \$90.658,34 en el año 1.

A partir de este punto, se proyecta un crecimiento sostenido anual en las ventas, incrementándose progresivamente hasta llegar a \$123.339,68 en el año 5. Estos resultados reflejan una demanda constante del producto y una evolución positiva en la comercialización, lo que fortalece la estabilidad financiera y el potencial de expansión de Impuls en el mercado fitness.

Punto de Equilibrio

Tabla 14 Punto de Equilibrio

Producto	Pre-entreno
Cantidad	3480
Participación	100%
Precio Venta	\$22,55
Costo Variable	\$12,53
Margen Contribución	\$10,02
Margen Contribución Porcentual	\$10,02
Costos Fijos	\$36.644,80
Punto De Equilibrio Global	\$3.656,54
Punto De Equilibrio Especifico	\$3.656,54

Cantidades	Ingresos	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Total	Utilidad / Perdida
100	\$2.254,88	\$1.252,71	\$36.644,80	\$37.897,51	\$-35.642,63
1600	\$36.078,14	\$20.043,41	\$36.644,80	\$ 56.688,21	\$-20.610,07
3657	\$82.450,80	\$45.806,00	\$36.644,80	\$82.450,80	Punto de Equilibrio
2000	\$45.097,67	\$25.054,26	\$36.644,80	\$61.699,06	\$-16.601,39
2200	\$49.607,44	\$27.559,69	\$36.644,80	\$64.204,49	\$-14.597,05

Nota: Elaboración propia

El análisis del punto de equilibrio para Impuls muestra que la empresa necesita vender aproximadamente 3.657 unidades para cubrir sus costos fijos de \$36.644,80, sin generar pérdidas ni utilidades. Este resultado se obtiene a partir de un precio de venta de \$22,55 por unidad, un costo variable de \$12,53 y un margen de contribución de \$10,02, valor que representa el aporte de cada producto para cubrir los costos fijos del negocio.

Considerando la proyección de ventas de 3.480 unidades para el primer año, el volumen estimado se encuentra muy cercano al punto de equilibrio, lo que indica que pequeñas variaciones en las ventas pueden marcar la diferencia entre pérdida y ganancia. Esto evidencia la importancia de fortalecer las estrategias comerciales y de distribución para aumentar el volumen de ventas y superar el umbral mínimo requerido.

En este contexto, incrementar la rotación del producto y optimizar los costos permitirá alcanzar el equilibrio con mayor rapidez y mejorar la rentabilidad general del proyecto.

Indicadores Financieros (WACC-VAN - TIR - Período de recuperación)

Tabla 15 WACC

Componentes		
Kd =	Costo de la deuda	11,00%
Ke =	Costo patrimonio	15%
t =	Impuesto a la Renta	25%
E=	Capital propio	\$17.979,52
D=	Deuda	\$7.705,51
A=	Activos	\$25.685,03
Total WACC 12,98%		

Nota: Elaboración propia

El costo promedio ponderado de capital (WACC) del proyecto Impuls es de 12,98%, valor que representa la rentabilidad mínima que la empresa debe generar para cubrir el costo tanto del capital propio como del financiamiento externo. Este porcentaje se obtiene al combinar el costo de la deuda del 11%, ajustado por el beneficio fiscal del 25%, y el costo del patrimonio del 15%, considerando una estructura financiera compuesta por 70% capital propio y 30% deuda. En este sentido, el proyecto deberá alcanzar una rentabilidad superior a este indicador para ser financieramente viable y generar valor para los socios.

Tabla 16 VAN, TIR y período de recuperación

	Proyecto	Proyecto Ajustado
Valor Actual Neto	\$11.227,19	\$10.521,96
TIR	29%	33%
Índice De Rentabilidad	1,44	1,59
Período De Recuperación	2,48 años	

El análisis financiero del proyecto Impuls presenta resultados favorables en términos de rentabilidad y generación de valor. El Valor Actual Neto (VAN) alcanza \$11.227,19 en el escenario base y \$10.521,96 en el proyecto ajustado, lo que indica que, una vez descontados los flujos de caja, el negocio generará beneficios adicionales sobre la inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en 29% y 33%, respectivamente, superando ampliamente el costo de capital del proyecto, lo que confirma su atractivo financiero. Asimismo, el Índice de Rentabilidad de 1,44 y 1,59 refleja que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia adicional, evidenciando eficiencia en el uso de los recursos. Finalmente, el período de recuperación de 2,48 años muestra que la inversión se recupera en un tiempo relativamente corto, reduciendo el riesgo y fortaleciendo la viabilidad económica de Impuls.

Estados Financieros (3 escenarios)

Tabla 17 Escenario 1

Flujo de caja financiero		Escenario moderado				
Años	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operación		\$10.415,09	\$11.348,38	\$12.356,33	\$13.444,92	\$14.620,59
(+) Depreciaciones		\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00
(-) Impuestos		\$2.411,92	\$2.692,17	\$2.996,53	\$3.327,10	\$3.686,21
(-) Inversiones	\$-5.685,03					
(=) Flujo Del Proyecto	\$-25.685,03	\$9.254,18	\$9.907,20	\$10.610,80	\$11.368,81	\$12.185,38
(+) Préstamo	\$7.705,51					
(-) Gastos Financieros		\$767,43	\$579,68	\$370,21	\$136,51	\$-124,25
(-) Amortización Préstamo		\$1.622,41	\$1.810,15	\$2.019,62	\$2.253,33	\$2.514,08
(=) Flujo Del Proyecto Ajustado	\$-17.979,52	\$6.864,34	\$7.517,37	\$8.220,97	\$8.978,98	\$9.795,55
Flujo Acumulado	\$-17.979,52	\$-11.115,18	\$-3.597,81	\$4.623,16	\$13.602,14	\$23.397,68

VAN	\$11.227,19
TIR	29%

Dentro del escenario 1, se mantienen estables las proyecciones de ventas y precios, lo que permite obtener un Valor Actual Neto (VAN) de \$11.227,19 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 29%. Estos resultados evidencian que, incluso bajo condiciones conservadoras, el negocio continúa siendo rentable y financieramente atractivo. Los flujos de caja ajustados muestran un crecimiento progresivo año tras año, impulsados por el aumento de la utilidad operativa y un control adecuado de los costos. Además, desde los primeros años el proyecto genera recursos suficientes para cubrir el servicio de la deuda y, a partir del tercer año, el flujo acumulado se vuelve positivo, permitiendo recuperar la inversión inicial y generar excedentes. En conjunto, este escenario refleja un equilibrio entre estabilidad y rentabilidad, demostrando que Impuls puede sostenerse y crecer sin depender de supuestos de ventas excesivamente optimistas.

Tabla 18 Escenario 2

Flujo de Caja Financiero		Escenario Optimista				
Años	0	1	2	3	4	5

Utilidad Operación		\$12.498,11	\$13.618,05	\$14.827,59	\$16.133,90	\$17.544,71
(+) Depreciaciones		\$ 1.251,00	\$ 1.251,00	\$ 1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00
(-) Impuestos		\$ 2.411,92	\$2.692,17	\$2.996,53	\$3.327,10	\$3.686,21
(-) Inversiones	\$-25.685,03					
(=) Flujo Del Proyecto	\$-25.685,03	\$11.337,19	\$12.176,88	\$13.082,07	\$14.057,80	\$15.109,50
(+) Préstamo	\$7.705,51					
(-) Gastos Financieros		\$767,43	\$579,68	\$370,21	\$136,51	\$-124,25
(-) Amortización Préstamo		\$1.622,41	\$1.810,15	\$2.019,62	\$2.253,33	\$2.514,08
(=) Flujo Del Proyecto Ajustado	\$-17.979,52	\$8.947,36	\$9.787,05	\$10.692,23	\$11.667,96	\$12.719,66
Flujo acumulado	\$-17.979,52	\$-9.032,16	\$754,89	\$11.447,12	\$23.115,08	\$35.834,74

VAN	\$19.802,61
TIR	40%

En el escenario 2 que es optimista, se proyecta un mayor crecimiento en las ventas y en la utilidad operativa, lo que se traduce en flujos de caja más elevados a lo largo del periodo analizado. Bajo estas condiciones, el proyecto alcanza un Valor Actual Neto (VAN) de \$19.802,61 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 40%, indicadores que superan ampliamente el costo de capital y evidencian una alta rentabilidad. Los flujos ajustados muestran incrementos constantes año tras año, permitiendo cubrir con holgura las obligaciones financieras y generando excedentes significativos. Además, el flujo acumulado se vuelve positivo desde el segundo año y continúa creciendo hasta \$35.834,74 en el año 5, lo que demuestra una recuperación rápida de la inversión y una sólida capacidad de generación de caja. Este escenario confirma el fuerte potencial de expansión y la atractiva rentabilidad del negocio cuando las condiciones del mercado son favorables.

Tabla 19 Escenario 3

Flujo de Caja Financiero	Escenario Pesimista					
	Años	0	1	2	3	4

Utilidad Operación		\$8.332,07	\$9.078,70	\$9.885,06	\$10.755,93	\$11.696,47
(+) Depreciaciones		\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00	\$1.251,00
(-) Impuestos		\$2.411,92	\$2.692,17	\$2.996,53	\$3.327,10	\$3.686,21
(-) Inversiones	\$-5.685,03					
(=) Flujo Del Proyecto	\$-5.685,03	\$7.171,16	\$7.637,53	\$8.139,53	\$8.679,83	\$9.261,26
(+) Préstamo	\$ 7.705,51					
(-) Gastos Financieros		\$767,43	\$579,68	\$370,21	\$136,51	\$-124,25
(-) Amortización Préstamo		\$1.622,41	\$1.810,15	\$2.019,62	\$2.253,33	\$2.514,08
(=) Flujo Del Proyecto Ajustado	\$-7.979,52	\$4.781,32	\$5.247,69	\$5.749,70	\$6.290,00	\$6.871,43
Flujo acumulado	\$-7.979,52	\$-13.198,20	\$-7.950,50	\$-2.200,80	\$4.089,19	\$10.960,62

VAN	\$2.651,76
TIR	17%

En el escenario 3 que sería pesimista, se consideran menores niveles de ventas y utilidades, lo que genera flujos de caja más conservadores durante el periodo analizado. Aun bajo estas condiciones, el proyecto mantiene resultados positivos, alcanzando un Valor Actual Neto (VAN) de \$2.651,76 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 17%, indicadores que continúan por encima del costo de capital, demostrando que el negocio sigue siendo viable. Los flujos ajustados crecen de forma gradual, aunque el flujo acumulado se mantiene negativo durante los primeros años y recién se vuelve positivo a partir del año 4, momento en el que se logra recuperar la inversión inicial. Para el año 5, el proyecto genera un excedente acumulado de \$10.960,62, lo que evidencia que, incluso en un contexto menos favorable, Impuls puede sostenerse financieramente y generar beneficios, aunque con un ritmo de recuperación más lento.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Se evidenció que existe un segmento de personas físicamente activas que presenta molestias al consumir pre-entrenamientos con cafeína, lo que confirma la necesidad de alternativas más naturales y mejor toleradas.

La investigación de mercado demostró una buena aceptación de Impuls, especialmente por su formulación con ingredientes naturales y por ofrecer energía moderada y sostenida sin efectos secundarios.

El enfoque de comercialización B2B con gimnasios y tiendas especializadas resulta adecuado, ya que facilita la distribución, aumenta la visibilidad del producto y permite ventas recurrentes.

El análisis técnico mostró que la producción es factible, debido a la disponibilidad de materias primas y a procesos operativos sencillos que pueden mantenerse con estándares de calidad.

En general, el proyecto presenta viabilidad comercial y financiera, lo que permite considerar a Impuls como una oportunidad real de emprendimiento dentro del sector fitness y wellness.

Recomendaciones

Continuar investigando las preferencias del consumidor para adaptar el producto a nuevas necesidades y tendencias del mercado.

Fortalecer la presencia digital y el contenido educativo para comunicar mejor los beneficios del producto y diferenciarlo de la competencia.

Generar alianzas estratégicas con gimnasios y entrenadores que promuevan la prueba del producto y recomienden su uso.

Evaluar el desarrollo de nuevas presentaciones o sabores que amplíen el portafolio y atraigan a más clientes.

Mantener controles de calidad constantes y recoger la opinión de los usuarios para asegurar la mejora continua y la satisfacción del consumidor.

Bibliografia

Grgic, J., Trexler, E. T., Lazinica, B., & Pedisic, Z. (2020). *Effects of caffeine intake on muscle strength and power: A systematic review and meta-analysis*. Journal of the International Society of Sports Nutrition, 17(11).

<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7777221/>

Martínez, N., Campbell, B., Franek, M., Buchanan, L., & Colquhoun, R. (2024). *Pre-workout supplements and their effects on cardiovascular health*. Nutrients, 16(3).

<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12028264/>

Mordor Intelligence. (2024). *Functional beverage market – Growth, trends and forecast*.

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/functional-beverage-market>

Straits Research. (2025). *Pre-workout supplements market size, share & trends forecast to 2032*. <https://straitsresearch.com/report/pre-workout-supplements-market>

Kings Research. (2024). *Functional food and beverages market analysis*.

<https://www.kingsresearch.com/es/functional-food-and-Beverages-market-447>

de Souza, J. G., et al. (2022). *Risk or benefit? Side effects of caffeine supplementation in athletes: A systematic review*. PubMed. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35380245/>