



# Profundiza más

## Recurso de Profundización

### ANÁLISIS DE VIABILIDAD

A continuación, se presenta un ejemplo del análisis de viabilidad. (Desarrollar un pdf con este material).

Apliquemos la **Prueba Rápida de Viabilidad (PRV)** a una startup ecuatoriana enfocada en ofrecer **talleres y cursos virtuales personalizados** para empresas, docentes y profesionales que buscan capacitarse en habilidades digitales, liderazgo y productividad.

#### **Paso 1: Calcular el Criterio Mínimo de Éxito (CME)**

Supongamos que el equipo emprendedor desea que su idea sea su fuente principal de ingresos en los próximos 3 años, alcanzando un negocio sostenible con posibilidad de escalar regionalmente. Su CME se ubicaría en el **nivel 2**:

- **250K ARR:** Emprendimiento bootstrap / inversión inicial

Dado el objetivo de crecer de forma sostenida sin depender aún de inversión de riesgo, se establece un **CME de \$250.000 en ingresos recurrentes anuales (ARR)** para el tercer año.

#### **Paso 2: Identificar el arquetipo de cliente**

El precio promedio de suscripción mensual para empresas medianas interesadas en capacitaciones personalizadas es de **\$50/mes**, lo que equivale a **\$600 de ingresos anuales por cliente**. Esto ubica a su cliente ideal en el **arquetipo de "ciervo"** (\$2.5K ARPA sería para cuentas más grandes; \$600 está entre conejo y ciervo).



# Profundiza más

## Paso 3: Evaluar el tamaño del mercado

Para alcanzar el CME de \$250.000 con un ARPA de \$600, se requeriría:

- $250,000 \div 600 = \sim 417$  clientes activos al año.

Siguiendo la regla del 1% de conversión, el mercado total al que apuntan debería ser al menos:

- $417 \times 100 = 41.700$  empresas potenciales.

Una revisión del INEC y cámaras empresariales en Ecuador indica que existen más de **70.000 unidades económicas registradas**, entre empresas y profesionales independientes en sectores afines a servicios, educación, comercio y tecnología. Si la startup se enfoca solo en el 20% más propenso a invertir en formación virtual (unas 14.000 organizaciones), aún así tendría un mercado objetivo realista, con potencial de expansión hacia Colombia o Perú a mediano plazo.

## Conclusión

**Sí, esta idea es viable.** El modelo de negocio tiene un tamaño de mercado adecuado, un arquetipo de cliente alcanzable y un CME razonable. Lo importante será validar canales de adquisición, ajustar el pricing y asegurar la repetición del servicio mediante planes de formación continuos.