

# FENIX IA 360 — Plan de Negocio Completo

Fecha: Febrero 2026

Empresa: FENIX IA SOLUTIONS

Producto: FENIX IA 360 — Plataforma B2B SaaS de Analítica de Comunicaciones con IA

Dominio: fenixia360.com | fenixia.tech

## ÍNDICE

- Resumen Ejecutivo
- Modelo de Negocio
- Estudio de Mercado
- Análisis de la Competencia
- Plan Económico-Financiero
- Estrategia de Marketing y Ventas
- Plan Operativo
- Riesgos y Mitigación

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

### Problema

Las PYMEs españolas gestionan comunicaciones con clientes a través de 3-5 canales diferentes (llamadas, email, WhatsApp, Telegram, redes sociales) usando herramientas desconectadas. Esto genera:

- Pérdida de oportunidades de venta:** contactos que no se responden a tiempo, seguimientos que se olvidan
- Falta de visibilidad:** los directivos no saben qué pasa en las comunicaciones de su equipo
- Clientes insatisfechos invisibles:** sin análisis de sentimiento, las quejas se pierden hasta que el cliente se va
- Información fragmentada:** el mismo cliente habla por 3 canales y nadie tiene la foto completa

## Solución

FENIX IA 360 unifica los 5 canales de comunicación en una sola plataforma y aplica IA para:

- Transcribir automáticamente llamadas
- Analizar sentimiento en todas las interacciones
- Detectar oportunidades de venta y riesgos de fuga
- Generar alertas y resúmenes accionables
- Proporcionar un hub unificado para responder desde un solo lugar

## Propuesta de valor única

**La única plataforma en España que cubre los 5 canales (llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta) con analítica IA, a una fracción del coste de alternativas que solo cubren 1-2 canales.**

## Métricas clave objetivo (Año 1-3)

MÉTRICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Clientes activos	120	350	800
MRR (Monthly Recurring Revenue)	€15.000	€45.000	€104.000
ARR (Annual Recurring Revenue)	€180.000	€540.000	€1.248.000
Churn mensual	<5%	<4%	<3%

## 2. MODELO DE NEGOCIO

### 2.1 Tipo de negocio

**B2B SaaS** (Software as a Service) con modelo de suscripción recurrente mensual/anual, dirigido a PYMEs de 1-50 empleados en España.

### 2.2 Productos y precios

#### FENIX Pulse — Analítica IA (€79/mes por usuario)

Inteligencia sobre las comunicaciones existentes:

- Transcripción automática de llamadas
- Análisis de sentimiento multicanal
- Detección de palabras clave y oportunidades
- Panel de calidad de atención
- Alertas de riesgo de baja y contactos sin seguimiento

- Resúmenes con recomendaciones concretas

### FENIX Connect — Hub de Comunicaciones (€49/mes por usuario)

Centralización de canales:

- Bandeja unificada 5 canales (llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta)
- Asignación automática por reglas
- Historial completo por cliente
- Integración con CRMs (Salesforce, HubSpot, Pipedrive, Zoho)
- Plantillas y respuestas rápidas
- Métricas de tiempo de respuesta

### FENIX 360 — Bundle Completo (€99/mes por usuario) ★ PRODUCTO ESTRELLA

Todo de Pulse + Connect con:

- Comunicaciones ilimitadas
- Puesta en marcha personalizada
- Soporte prioritario
- 20% de ahorro vs contratar los módulos por separado

## 2.3 Tabla completa de precios por tramo

USUARIOS	PULSE	CONNECT	360 BUNDLE	ONBOARDING PULSE	ONBOARDING CONNECT	ONBOARDING 360
1	79€/mes	49€/mes	99€/mes	299€ (único)	199€ (único)	499€ (único)
2	119€/mes	79€/mes	159€/mes	299€	199€	499€
3-5	149€/mes	99€/mes	199€/mes	299€	199€	499€
6-10	229€/mes	149€/mes	299€/mes	399€	249€	549€
10+	Precio personalizado					

**Descuento anual:** 20% por compromiso anual.

## 2.4 Flujos de ingresos

FUENTE DE INGRESOS	TIPO	% DEL REVENUE ESTIMADO
Suscripciones mensuales/anuales	Recurrente	75%
Onboarding / puesta en marcha	Único	10%
Programa de partners (comisiones)	Variable	10%
Marca blanca / revendedores	Recurrente	5%

## 2.5 Modelo de partners (canal indirecto)

TIPO	MODELO	REQUISITO MÍNIMO
Partner de Referidos	Comisión recurrente mientras el cliente siga activo	Sin mínimo
Partner Revendedor	Descuento sobre PVP, factura al cliente	3 clientes/año
Marca Blanca	Su marca, su precio, API + panel partner	10 clientes/año

## 2.6 Unit Economics objetivo

MÉTRICA	VALOR OBJETIVO
ARPU (Average Revenue Per User)	€125/mes (media ponderada)
CAC (Customer Acquisition Cost)	€400-600
LTV (Lifetime Value)	€3.750 (30 meses × €125)
Ratio LTV:CAC	6:1 - 9:1
Payback period	3-5 meses
Gross margin	75-85%

## 3. ESTUDIO DE MERCADO

### 3.1 Tamaño del mercado

#### Mercado global de Conversation Intelligence

- **Tamaño global 2025:** ~\$2.500M USD
- **CAGR proyectado 2025-2030:** 18-22%
- **Tamaño proyectado 2030:** ~\$6.500M USD

#### Mercado europeo de Unified Communications as a Service (UCaaS)

- **Tamaño Europa 2025:** ~\$15.000M USD
- **CAGR Europa 2025-2030:** 14-17%
- **España representa:** ~8-10% del mercado europeo SaaS

#### TAM / SAM / SOM para FENIX IA en España

NIVEL	DEFINICIÓN	TAMAÑO ESTIMADO
<b>TAM</b> (Total Addressable Market)	Todas las empresas españolas con comunicaciones multicanal (>1.5M PYMEs activas)	€1.800M/año

NIVEL	DEFINICIÓN	TAMAÑO ESTIMADO
<b>SAM</b> (Serviceable Addressable Market)	PYMEs de 2-50 empleados en sectores target con comunicación intensiva con clientes	€180M/año
<b>SOM</b> (Serviceable Obtainable Market)	Cuota realista capturable en 3 años (0.5-1% del SAM)	€1-2M/año

## 3.2 Mercado objetivo en España

### Datos del tejido empresarial español

- **Total de empresas en España:** ~3.4 millones (INE, 2025)
- **PYMEs (1-249 empleados):** ~3.3 millones (99.8% del total)
- **Microempresas (1-9 empleados):** ~2.9 millones
- **Pequeñas (10-49 empleados):** ~120.000
- **Medianas (50-249 empleados):** ~25.000

### Segmento principal target

PYMEs de **2-50 empleados** en sectores con alta intensidad de comunicación con clientes:

SECTOR	Nº EMPRESAS ESTIMADAS EN ESPAÑA	INTENSIDAD COMUNICACIÓN	PRIORIDAD
Clínicas y centros médicos	~45.000	Muy alta (citas, seguimiento, urgencias)	★★★
Inmobiliarias	~35.000	Muy alta (contactos portales, seguimiento)	★★★
E-commerce	~85.000 (con atención al cliente)	Alta (postventa, devoluciones)	★★★
Asesorías y despachos	~70.000	Alta (gestión documental, plazos)	★★☆
Seguros (mediadores)	~30.000	Alta ( siniestros, renovaciones)	★★★
Talleres mecánicos	~50.000	Media-Alta (citas, postventa)	★★☆
Academias y formación	~25.000	Media (matrículas, consultas)	★☆☆
Hotelería	~40.000	Alta (reservas, reclamaciones)	★★☆
<b>TOTAL mercado primario</b>	<b>~380.000 empresas</b>		

## 3.3 Tendencias del mercado

1. **Adopción acelerada de WhatsApp Business:** España tiene una penetración de WhatsApp del 95%+. Cada vez más PYMEs gestionan comunicaciones comerciales por WhatsApp sin herramientas profesionales.

2. **IA generativa en comunicaciones:** La IA conversacional está pasando de grandes corporaciones a PYMEs. El mercado demanda herramientas accesibles, no solo enterprise.
3. **Consolidación de canales:** Las empresas pasan de 2-3 herramientas separadas a plataformas unificadas. La fatiga de herramientas es real en PYMEs.
4. **Regulación RGPD como barrera de entrada:** Los competidores no-europeos tienen dificultad para cumplir con la normativa de protección de datos. FENIX almacena datos en la UE.
5. **Migración al cloud en PYMEs españolas:** Aproximadamente el 45-50% de PYMEs españolas ya usan servicios cloud básicos (DESI Index), y la penetración de telefonía cloud está en el 25-35% (subiendo desde el 15% en 2020).
6. **Kit Digital como acelerador:** El programa Kit Digital del Gobierno de España ha asignado **€3.067 millones** en subvenciones para la transformación digital de PYMEs. La categoría "Comunicaciones seguras" es elegible, lo que permite a las PYMEs financiar parcial o totalmente la suscripción a FENIX IA:
  - Segmento I (10-49 empleados): hasta €12.000 en subvenciones
  - Segmento II (3-9 empleados): hasta €6.000
  - Segmento III (0-2 empleados): hasta €2.000
7. **Baja adopción de IA en PYMEs:** Solo el 10-13% de empresas españolas con 10+ empleados usan tecnologías de IA (Eurostat 2024). FENIX IA se posiciona como punto de entrada accesible a la IA para PYMEs con comunicación intensiva — mercado greenfield.

### 3.4 Perfil del buyer persona

#### Persona 1: "Director/a de PYME" (decisor principal)

- **Cargo:** CEO, Director General, Propietario
- **Empresa:** 5-30 empleados
- **Dolor principal:** "No sé qué pasa en las comunicaciones de mi equipo. No sé si estamos perdiendo clientes ni dónde hay oportunidades"
- **Motivación:** Control, visibilidad, no perder dinero
- **Canal de captación:** LinkedIn, Google Ads, referidos
- **Presupuesto:** Decide directamente, sin comités

#### Persona 2: "Responsable Comercial"

- **Cargo:** Director Comercial, Jefe de Ventas
- **Empresa:** 10-50 empleados
- **Dolor principal:** "Mi equipo usa llamadas, WhatsApp y email pero no tengo métricas de nada. No sé quién hace seguimiento y quién no"
- **Motivación:** Control del equipo, no perder leads, métricas de rendimiento
- **Canal de captación:** LinkedIn, contenido especializado, eventos sectoriales

#### Persona 3: "Responsable de Atención al Cliente"

- **Cargo:** Customer Success Manager, Jefe de Soporte

- **Empresa:** 10-50 empleados
- **Dolor principal:** "Los clientes nos escriben por 4 canales diferentes. Mis agentes pierden contexto y el cliente tiene que repetir todo"
- **Motivación:** Eficiencia, satisfacción del cliente, reducir tiempos
- **Canal de captación:** Comunidades profesionales, marketing de contenidos

## 4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

### 4.1 Mapa competitivo

COMPETIDOR	PAÍS	PRECIO/ USUARIO/MES	CANALES CUBIERTOS	TARGET	IA/ANALYTICS
Gong	USA	~275€	Llamadas, Email	Enterprise (+200 empleados)	Sí (avanzada)
Chorus.ai (ZoomInfo)	USA	~150-200€	Llamadas, Video	Enterprise	Sí
Salesloft	USA	~125-175€	Llamadas, Email	Mid-market/ Enterprise	Sí
Ringover	Francia	~83€	Solo llamadas	PYMEs	Básica
Aircall	Francia	~79€	Solo llamadas	PYMEs/Mid-market	Básica
HubSpot CI	USA	~90€ (add-on)	Llamadas (requiere HubSpot)	Mid-market	Sí (dentro de HubSpot)
Dialpad AI	USA	~70-100€	Llamadas, Video	PYMEs/Mid-market	Sí
Zendesk	USA	~55-115€	Email, Chat, Voz	Mid-market	Básica
Freshdesk	India	~35-79€	Email, Chat	PYMEs	Básica
FENIX IA 360	España	~30-99€	Llamadas, Email, WhatsApp, Telegram, Meta	PYMEs España	Sí (avanzada)

### 4.2 Análisis detallado por competidor

#### Gong (~275€/user/mes)

- **Fortalezas:** Líder en revenue intelligence, IA muy avanzada, integraciones enterprise
- **Debilidades:** Precio prohibitivo para PYMEs, no cubre WhatsApp/Telegram/Meta, solo en inglés, no RGPD-nativo
- **Amenaza para FENIX:** Baja — no compiten en el mismo segmento de mercado

**Ringover (~83€/user/mes)**

- **Fortalezas:** Presencia en España, telefonía VoIP integrada, interfaz sencilla
- **Debilidades:** Solo cubre llamadas, analítica IA limitada, no unifica otros canales
- **Amenaza para FENIX:** Media — comparten target pero FENIX cubre más canales

**Aircall (~79€/user/mes)**

- **Fortalezas:** Buena experiencia de usuario, integraciones con CRMs, marca conocida
- **Debilidades:** Solo llamadas, analítica básica, pricing por volumen puede ser caro
- **Amenaza para FENIX:** Media — producto más maduro pero alcance limitado a voz

**HubSpot Conversation Intelligence (~90€ add-on)**

- **Fortalezas:** Ecosistema completo HubSpot, IA de análisis de llamadas
- **Debilidades:** Requiere suscripción a HubSpot (coste total muy alto), solo analiza llamadas grabadas dentro de HubSpot
- **Amenaza para FENIX:** Baja-Media — lock-in a ecosistema HubSpot

**4.3 Ventajas competitivas de FENIX IA**

VENTAJA	DETALLE
<b>Cobertura de 5 canales</b>	Única plataforma que cubre llamadas + email + WhatsApp + Telegram + Meta en un solo lugar
<b>Precio accesible para PYMEs</b>	Desde 49€/mes vs 79-275€ de competidores que solo cubren 1-2 canales
<b>Datos en la UE / RGPD nativo</b>	Servidores en la UE, encriptación AES-256, DPA disponible — ventaja frente a competidores US
<b>Producto en español</b>	UI, soporte y onboarding 100% en español para el mercado local
<b>Comunicaciones ilimitadas</b>	Sin límite por volumen — los competidores suelen cobrar por minuto o por interacción
<b>Activación en &lt;24h</b>	Frente a semanas de implementación de soluciones enterprise
<b>Sin cambiar infraestructura</b>	Se conecta sobre la telefonía y canales existentes del cliente

**4.4 Matriz DAFO**

	POSITIVO	NEGATIVO
<b>Interno</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Cobertura 5 canales única	Marca nueva sin reconocimiento
	Precio competitivo para PYMEs	Equipo pequeño, capacidad limitada
	RGPD nativo, datos en UE	Dependencia de APIs de terceros (WhatsApp Business API, etc.)
	Producto 100% en español	Sin track record / casos de éxito verificables (inicio)



	POSITIVO	NEGATIVO
	Onboarding rápido (<24h)	Tecnología IA propia vs APIs externas (coste variable)
<b>Externo</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	380.000+ PYMEs target en España	Entrada de Gong/Aircall al segmento PYME
	Baja penetración de IA en PYMEs españolas	Cambios en APIs de Meta/WhatsApp Business
	Tendencia a consolidar herramientas	Competidores con más capital y brand
	Programa de partners para escalar	Guerra de precios en el segmento
	Expansión a LATAM (mismo idioma)	Regulación cambiante en IA/datos

## 5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

### 5.1 Estructura de costes

#### Costes fijos mensuales (estimación Año 1)

CONCEPTO	COSTE MENSUAL	COSTE ANUAL
Infraestructura cloud (AWS/GCP)	€1.500	€18.000
APIs de IA (transcripción, NLP, sentimiento)	€2.000	€24.000
APIs de canales (WhatsApp Business, Telegram, etc.)	€800	€9.600
Herramientas SaaS internas (CRM, analytics, soporte)	€500	€6.000
Dominio, hosting, certificados	€50	€600
<b>Total infraestructura</b>	<b>€4.850</b>	<b>€58.200</b>

#### Costes de personal (estimación Año 1)

ROL	Nº PERSONAS	COSTE BRUTO/MES	TOTAL/MES
CTO / Desarrollo principal	1	€4.500	€4.500
Desarrollador fullstack	1	€3.500	€3.500
Ventas / Business Development	1	€2.500 + comisión	€3.500
Customer Success / Soporte	1	€2.200	€2.200
Marketing (tiempo parcial o freelance)	0.5	€1.500	€1.500
<b>Total personal</b>	<b>4.5</b>		<b>€15.200</b>

## Costes de marketing (estimación Año 1)

CANAL	COSTE MENSUAL	COSTE ANUAL
Google Ads (SEM)	€1.500	€18.000
LinkedIn Ads	€800	€9.600
Contenido / SEO	€500	€6.000
Eventos / ferias sectoriales	€400	€4.800
Herramientas de marketing (email, automatización)	€200	€2.400
<b>Total marketing</b>	<b>€3.400</b>	<b>€40.800</b>

## Resumen de costes operativos mensuales

CATEGORÍA	AÑO 1 (MES)	AÑO 2 (MES)	AÑO 3 (MES)
Infraestructura	€4.850	€7.500	€12.000
Personal	€15.200	€25.000	€40.000
Marketing	€3.400	€6.000	€10.000
Otros (legal, contabilidad, oficina)	€1.000	€1.500	€2.500
<b>Total</b>	<b>€24.450</b>	<b>€40.000</b>	<b>€64.500</b>

## 5.2 Proyección de ingresos

### Escenario base

MÉTRICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Nuevos clientes/mes (media)	10	20	35
Churn mensual	5%	4%	3%
Clientes activos fin de año	120	350	800
ARPU mensual	€125	€130	€135
MRR fin de año	€15.000	€45.500	€108.000
<b>ARR fin de año</b>	<b>€180.000</b>	<b>€546.000</b>	<b>€1.296.000</b>
Ingresos por onboarding	€48.000	€96.000	€168.000
<b>Ingresos totales anuales</b>	<b>€228.000</b>	<b>€642.000</b>	<b>€1.464.000</b>

## Distribución esperada por producto

PRODUCTO	% DE CLIENTES	ARPU
FENIX 360 (bundle)	55%	€140/mes (media ponderada por tramo)
FENIX Pulse	30%	€110/mes
FENIX Connect	15%	€70/mes

## 5.3 Cuenta de resultados proyectada

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Ingresos totales</b>	€228.000	€642.000	€1.464.000
Costes de infraestructura	-€58.200	-€90.000	-€144.000
Costes de personal	-€182.400	-€300.000	-€480.000
Costes de marketing	-€40.800	-€72.000	-€120.000
Otros gastos operativos	-€12.000	-€18.000	-€30.000
<b>Total gastos</b>	<b>-€293.400</b>	<b>-€480.000</b>	<b>-€774.000</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-€65.400</b>	<b>€162.000</b>	<b>€690.000</b>
<b>Margen EBITDA</b>	-29%	25%	47%

## 5.4 Punto de equilibrio (Break-even)

VARIABLE	VALOR
Costes fijos mensuales (Año 1)	~€24.450
Margen bruto por cliente	~€100/mes (80% gross margin)
<b>Clientes necesarios para break-even</b>	<b>~245 clientes</b>
<b>Mes estimado de break-even</b>	<b>Mes 18-22 (mitad de Año 2)</b>

## 5.5 Necesidades de financiación

FASE	IMPORTE	DESTINO
Pre-seed / Bootstrapping (Año 1)	€100.000 - €150.000	Desarrollo MVP, primeros 120 clientes, equipo mínimo
Seed (inicio Año 2, si se busca)	€300.000 - €500.000	Escalar equipo de ventas, marketing agresivo, expansión partners
Serie A (Año 3, opcional)	€1M - €2M	Expansión LATAM, I+D IA propia, equipo de 25+ personas

## 6. ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS

### 6.1 Estrategia de go-to-market

#### Fase 1: Tracción inicial (Meses 1-6) — "Proof of Concept"

- **Objetivo:** 50 clientes activos
- **Estrategia:** Ventas directas + referidos
- **Acciones:**
  - Prospección directa en LinkedIn (outbound) a clínicas e inmobiliarias
  - Landing pages segmentadas por sector (WEB1: emocional, WEB2: ROI, WEB3: técnica)
  - Demo gratuita de 30 min con datos reales del prospect
  - Programa de early adopter con descuento del 30% los primeros 3 meses
  - Casos de uso publicados por sector

#### Fase 2: Aceleración (Meses 7-12) — "Product-Market Fit"

- **Objetivo:** 120 clientes activos
- **Estrategia:** Inbound + Partners
- **Acciones:**
  - SEO agresivo con contenido por sector ("analítica de comunicaciones para clínicas", etc.)
  - Google Ads en keywords de alta intención
  - Lanzamiento programa de partners (referidos + revendedores)
  - Casos de éxito verificables con métricas reales
  - Webinars mensuales por sector

#### Fase 3: Escala (Año 2-3) — "Growth"

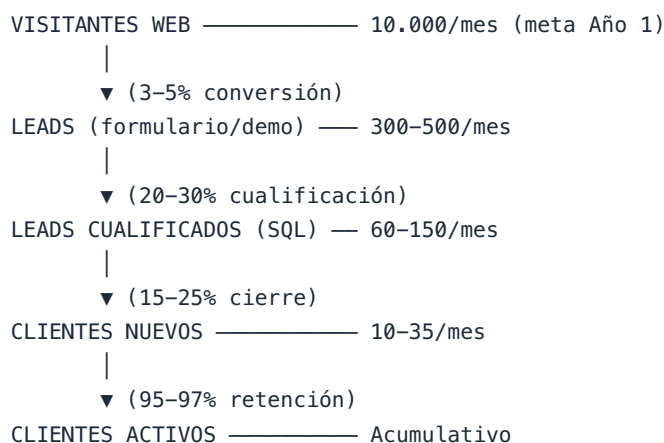
- **Objetivo:** 350-800 clientes activos
- **Estrategia:** Multi-canal + Marca blanca
- **Acciones:**
  - Equipo de ventas dedicado (3-5 comerciales)
  - Presencia en ferias sectoriales (FITUR, eShow, Salón MiEmpresa)
  - Marca blanca para consultoras e integradores
  - Expansión a Portugal y LATAM (mismo idioma, producto adaptable)
  - Automatización del onboarding para reducir coste de activación

### 6.2 Canales de adquisición y presupuesto

CANAL	% PRESUPUESTO	CAC ESPERADO	VOLUMEN ESPERADO
Google Ads (SEM)	35%	€350-500	Alto — keywords de intención directa
LinkedIn Ads + Outbound	25%	€500-700	Medio — segmentación precisa por sector/cargo

CANAL	% PRESUPUESTO	CAC ESPERADO	VOLUMEN ESPERADO
SEO / Marketing de contenidos	15%	€100-200	Medio-Alto — a medio plazo, coste decreciente
Partners / Referidos	15%	€200-400	Medio — escala con la red de partners
Eventos / Ferias sectoriales	10%	€600-800	Bajo — pero alto valor de lead

### 6.3 Embudo de ventas



### 6.4 Estrategia de landing pages (ya implementada)

FENIX IA utiliza 3 variantes de landing page optimizadas para diferentes buyer personas:

VARIANTE	URL	ENFOQUE	BUYER PERSONA
WEB1	web1.fenixia360.com	Storytelling emocional — "¿Estás escuchando?"	Directores que conectan emocionalmente
WEB2	web2.fenixia360.com	ROI y resultados — "Tus comunicaciones te cuestan dinero real"	Perfiles financieros, orientados a números
WEB3	web3.fenixia360.com	Técnico — "5 canales, 1 plataforma, API abierta"	CTOs, responsables técnicos

Esto permite hacer A/B testing a nivel de audiencia y optimizar CPA por segmento.

### 6.5 Estrategia de precios como herramienta de ventas

TÁCTICA	IMPLEMENTACIÓN
Anclaje de precio	Comparativa con Gong (275€), Ringover (83€), Aircall (79€) — FENIX 360 a 99€ con 5 canales
Ahorro calculado	"Hasta €2.940/usuario/año vs Gong" — cifra concreta en la web
Bundle como producto estrella	FENIX 360 posicionado como "MEJOR VALOR" con 20% de ahorro

TÁCTICA	IMPLEMENTACIÓN
<b>Sin permanencia</b>	Reduce la fricción de decisión
<b>Onboarding como inversión</b>	Pago único, no recurrente — percepción de "una sola vez"
<b>Descuento anual 20%</b>	Incentiva el compromiso largo

## 6.6 Métricas clave de marketing

KPI	META AÑO 1	META AÑO 2
Visitantes web/mes	10.000	30.000
Tasa de conversión web → lead	3-5%	4-6%
Leads/mes	300	1.200
SQL/mes	60	300
Tasa de cierre SQL → cliente	15-25%	20-30%
CAC blended	<€500	<€400
LTV:CAC ratio	>6:1	>8:1
Payback period	<5 meses	<4 meses
NPS	>40	>50

## 6.7 Estrategia de retención y expansión

ESTRATEGIA	DETALLE
<b>Onboarding personalizado</b>	Primeros 7 días con acompañamiento para asegurar la activación
<b>Health score automatizado</b>	Monitorizar uso semanal, alertar si baja actividad
<b>Upselling de módulos</b>	Cliente de Connect → ofrecerle Pulse a los 3 meses
<b>Expansión de seats</b>	Detectar empresas que podrían añadir más usuarios
<b>Comunidad de usuarios</b>	Grupo privado, webinars mensuales, roadmap participativo
<b>Success reviews trimestrales</b>	Revisión de métricas con el cliente: ROI obtenido, uso, oportunidades

## 7. PLAN OPERATIVO

### 7.1 Stack tecnológico

CAPA	TECNOLOGÍA
Frontend landing pages	HTML5, CSS3, Vanilla JS (sin frameworks)
Backend plataforma	(A definir — Node.js / Python)
Base de datos	PostgreSQL + Redis
IA / NLP	Whisper (transcripción), modelos propios de sentimiento, GPT para resúmenes
Infraestructura	AWS / GCP, datos en UE
Integraciones	API REST, Webhooks, conectores CRM nativos
Seguridad	AES-256, RGPD, DPA disponible

### 7.2 Roadmap de producto

TRIMESTRE	HITOS PRINCIPALES
<b>Q1 2026</b>	MVP en producción, primeros 30 clientes, 3 canales activos (llamadas, email, WhatsApp)
<b>Q2 2026</b>	Añadir Telegram + Meta, integraciones CRM, programa partners v1
<b>Q3 2026</b>	IA avanzada (resúmenes, detección oportunidades), panel de analytics mejorado
<b>Q4 2026</b>	API pública v1, marca blanca v1, 120 clientes objetivo
<b>2027 H1</b>	Mobile app, expansión Portugal, automatizaciones avanzadas
<b>2027 H2</b>	LATAM launch (México, Colombia, Argentina), IA propia entrenada

### 7.3 Equipo necesario por fase

FASE	EQUIPO	HEADCOUNT
<b>Lanzamiento (Año 1)</b>	CTO, 1 dev, 1 ventas, 1 CS	4-5
<b>Aceleración (Año 2)</b>	+2 devs, +2 ventas, +1 CS, +1 marketing	10-12
<b>Escala (Año 3)</b>	+3 devs, +3 ventas, +2 CS, +1 producto, +1 ops	20-25

### 7.4 KPIs operativos

KPI	OBJETIVO
Tiempo de activación (onboarding)	<24 horas

KPI	OBJETIVO
Uptime de plataforma	>99.5%
Tiempo medio de respuesta soporte	<4 horas (L-V)
CSAT (satisfacción de soporte)	>4.5/5
Tickets de soporte por cliente/mes	<2

## 8. RIESGOS Y MITIGACIÓN

### 8.1 Riesgos principales

RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	MITIGACIÓN
<b>Dependencia de APIs de terceros</b> (WhatsApp Business API, Meta) — cambios de precio o restricciones	Alta	Alto	Diversificar proveedores, mantener abstracción en la arquitectura, negociar acuerdos directos
<b>Competidores enterprise bajan al segmento PYME</b> (Gong lanza plan PYME)	Media	Alto	Velocidad de ejecución, foco en mercado español, relación cercana con cliente, precio imbatible
<b>Coste de IA variable</b> — APIs de transcripción/ NLP pueden encarecer con volumen	Media	Medio	Migrar progresivamente a modelos propios, negociar volumen, optimizar llamadas a API
<b>Adopción lenta en PYMEs españolas</b> — resistencia al cambio, presupuestos limitados	Media	Alto	Demo gratuita con datos reales, ROI demostrable en 30 días, sin permanencia, onboarding guiado
<b>Regulación IA / RGPD más restrictiva</b> — nuevas obligaciones de transparencia o consentimiento	Media	Medio	Compliance by design, asesoría legal continua, DPA actualizado
<b>Churn alto en los primeros meses</b> — clientes que no activan bien el producto	Alta	Alto	Onboarding personalizado, health score, check-ins proactivos en los primeros 30 días
<b>Problemas de calidad de transcripción</b> en español con acentos regionales	Media	Medio	Fine-tuning de modelos, feedback loop con clientes, QA continuo
<b>Cash flow negativo prolongado</b>	Media	Alto	Control estricto de burn rate, bootstrapping, revenue-based financing antes de equity

### 8.2 Plan de contingencia

ESCENARIO	ACCIÓN
WhatsApp Business API sube precios >50%	Pivotar a modelo donde WhatsApp es add-on de precio separado



ESCENARIO	ACCIÓN
Churn supera el 8% mensual	Parar adquisición, invertir 100% en producto y CS hasta estabilizar
No se alcanzan 50 clientes en 6 meses	Pivotar a un solo sector vertical (clínicas) y dominar ese nicho
Competidor lanza producto equivalente a <50€	Diferenciación por servicio, onboarding y conocimiento del mercado español
Financiación no disponible	Modelo bootstrapped con crecimiento orgánico, priorizar rentabilidad sobre crecimiento

## ANEXO: CALENDARIO COMERCIAL AÑO 1

MES	ACCIÓN PRINCIPAL	META CLIENTES ACUMULADOS
M1-M2	Lanzamiento MVP, primeros early adopters (red personal)	10
M3-M4	Activar Google Ads + LinkedIn, primeras demos outbound	25
M5-M6	Primeros casos de éxito, lanzar programa referidos	50
M7-M8	SEO empieza a generar tráfico, primeros partners	70
M9-M10	Feria sectorial, webinars, contenido por vertical	90
M11-M12	Cierre agresivo fin de año, descuento anual	120

## ANEXO: COMPARATIVA DE AHORRO PARA EL CLIENTE

### Escenario: Empresa de 6-10 usuarios

ALTERNATIVA	COSTE/USUARIO/MES	COSTE MENSUAL TOTAL (8 USERS)	CANALES CUBIERTOS
Gong	~275€	€2.200	2 (llamadas, email)
HubSpot CI	~90€	€720	1 (llamadas en HubSpot)
Ringover	~83€	€664	1 (llamadas)
Aircall	~79€	€632	1 (llamadas)
<b>FENIX 360</b>	<b>~37€ (299€/8)</b>	<b>€299</b>	<b>5 (todos)</b>

**Ahorro anual vs Gong:** €22.812/año **Ahorro anual vs Aircall:** €3.996/año

*Documento generado el 16 de febrero de 2026. Datos basados en información pública de competidores y estimaciones de mercado. Las proyecciones financieras son estimaciones sujetas a variaciones según condiciones de mercado.*