

# FENIX IA 360 — Plan de Negocio

## 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)	€1.800M/año

NIVEL	DEFINICIÓN	TAMAÑO ESTIMADO
	Todas las empresas españolas con comunicaciones multicanal (>1.5M PYMEs activas)	
<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.)



	POSITIVO	NEGATIVO
	Producto 100% en español	Sin track record / casos de éxito verificables (inicio)
	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"

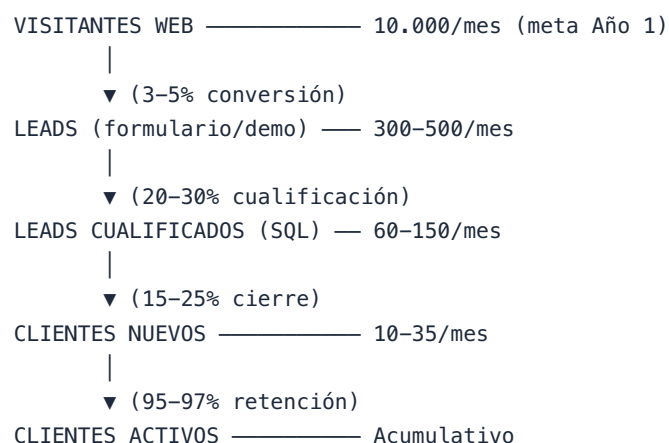
- **Objetivo:** 350-800 clientes activos
- **Estrategia:** Multi-canal + Marca blanca
- **Acciones:**
  - Equipo de ventas dedicado (3-5 comerciales)
  - Presencia en ferias sectoriales (FITUR, eShow, Salón MiEmpresa)
  - Marca blanca para consultoras e integradores
  - Expansión a Portugal y LATAM (mismo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

CANAL	% PRESUPUESTO	CAC ESPERADO	VOLUMEN ESPERADO
LinkedIn Ads + Outbound	25%	€500-700	Medio — segmentación precisa por sector/cargo
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

TÁCTICA	IMPLEMENTACIÓN
<b>Bundle como producto estrella</b>	FENIX 360 posicionado como "MEJOR VALOR" con 20% de ahorro
<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.*