

FENIX Prospect — Plan de Negocio

Fecha: Febrero 2026

Empresa: FENIXIA SOLUTIONS S.L. (CIF: B22739668)

Producto: FENIX Prospect — Plataforma B2B SaaS de Prospección Inteligente con IA **Dominio:** fenixia360.com/prospect | fenixia.tech

ÍNDICE

1. Resumen Ejecutivo
2. Modelo de Negocio
3. Estudio de Mercado
4. Análisis de la Competencia
5. Plan Económico-Financiero
6. Estrategia de Marketing y Ventas
7. Plan Operativo y Tecnológico
8. Riesgos y Mitigación

1. RESUMEN EJECUTIVO

Problema

Las PYMEs españolas pierden oportunidades de venta cada día por dos motivos:

1. **Señales de compra invisibles:** en las comunicaciones diarias (llamadas, emails, WhatsApp) los clientes dejan pistas de compra — "estamos valorando opciones", "necesitamos algo para marzo", "acabamos de comprar un segundo local" — que el equipo comercial no detecta porque no tiene tiempo ni herramientas para analizar cientos de interacciones.
2. **Prospección ciega:** cuando buscan nuevos clientes, las PYMEs dependen de bases de datos desactualizadas, llamadas en frío o intuición. No tienen acceso automatizado a datos públicos como nuevas constituciones de empresas (BORME), licitaciones públicas (PLACSP) o subvenciones (BOE).

Solución

FENIX Prospect es una plataforma de prospección inteligente con dos motores complementarios:

Motor 1 — Señales de compra en comunicaciones (IA)

- Analiza las comunicaciones existentes de la empresa (llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta)
- Detecta automáticamente señales de compra, intención de cambio de proveedor, nuevas necesidades y reactivación de leads
- Genera un pipeline predictivo con lead scoring basado en datos reales de interacción

Motor 2 — Inteligencia de registros públicos (Data)

- Ingesta diaria automatizada del BORME (nuevas empresas, cambios societarios, nombramientos)
- Monitorización de licitaciones públicas (PLACSP) y subvenciones (BOE)
- Scoring de solvencia basado en actos mercantiles y avisos judiciales
- Enriquecimiento de datos (CIF, contacto web, sector CNAE)

Propuesta de valor única

La única herramienta en España que combina prospección basada en IA sobre comunicaciones existentes + inteligencia de registros públicos, para que las PYMEs encuentren oportunidades de venta tanto en sus clientes actuales como en nuevas empresas del mercado.

Métricas objetivo (Año 1-3)

| MÉTRICA | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------|----------|----------|------------|
| Clientes activos | 200 | 600 | 1.500 |
| MRR | €16.000 | €54.000 | €142.000 |
| ARR | €192.000 | €648.000 | €1.704.000 |
| Churn mensual | <5% | <3,5% | <2,5% |

2. MODELO DE NEGOCIO

2.1 Tipo de negocio

B2B SaaS con modelo freemium + suscripción recurrente. Dirigido a equipos comerciales de PYMEs (2-50 empleados) en España, con potencial de expansión a LATAM.

2.2 Productos y planes

Prospect Starter — €59/mes

Para autónomos y equipos pequeños que empiezan con prospección inteligente:

- 1 usuario
- Detección de señales de compra en comunicaciones
- Lead scoring básico
- Alertas por email
- 3 canales (llamadas, email, WhatsApp)
- Panel de oportunidades
- 50 búsquedas/mes en registros públicos
- 5 exportaciones/mes
- 10 empresas en lista de seguimiento

Prospect Pro — €99/mes ★ RECOMENDADO

Para equipos comerciales que quieren el máximo de oportunidades:

- Hasta 3 usuarios
- Comunicaciones ilimitadas
- 5 canales completos (llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta)
- Lead scoring avanzado con IA
- Pipeline predictivo
- Integración CRM nativa (Salesforce, HubSpot, Pipedrive, Holded, Zoho)
- Alertas en tiempo real
- Búsquedas ilimitadas en registros públicos
- 50 exportaciones/mes
- 100 empresas en lista de seguimiento
- Scoring de solvencia
- Enriquecimiento CIF y web

Prospect + 360 — €149/mes

Para empresas que quieren prospección + gestión completa de comunicaciones:

- Hasta 5 usuarios
- Todo de Prospect Pro
- FENIX 360 incluido (Hub unificado + Analítica completa)
- Reactivación automática de leads
- Upsell y venta cruzada con IA
- Exportaciones ilimitadas
- Empresas ilimitadas en lista de seguimiento
- Onboarding personalizado

- Soporte prioritario

2.3 Flujos de ingresos

| FUENTE | TIPO | % ESTIMADO |
|--------------------------------------|------------|------------|
| Suscripciones mensuales/anuales | Recurrente | 80% |
| Upselling (Starter→Pro, Pro→360) | Recurrente | 10% |
| API para integradores / marca blanca | Recurrente | 5% |
| Onboarding personalizado (plan 360) | Único | 5% |

2.4 Modelo freemium como motor de adquisición

| TIER FREE (NO PÚBLICO, PARA ACTIVAR DEMOS) | LÍMITE |
|--|-------------|
| Búsquedas en registros | 50/mes |
| Exportaciones | 5/mes |
| Lista de seguimiento | 10 empresas |
| Sin scoring ni enriquecimiento | — |
| Sin análisis de comunicaciones | — |

El tier gratuito permite que el prospect pruebe la base de datos de registros públicos, vea el valor de los datos y convierta a plan de pago para desbloquear IA, scoring y comunicaciones.

2.5 Unit Economics objetivo

| MÉTRICA | VALOR |
|----------------|--|
| ARPU | €95/mes (media ponderada entre planes) |
| CAC | €300-500 |
| LTV | €2.850 (30 meses × €95) |
| LTV:CAC | 5,7:1 - 9,5:1 |
| Payback period | 3-5 meses |
| Gross margin | 70-80% |

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Tamaño del mercado

Mercado de Sales Intelligence

| SEGMENTO | TAMAÑO GLOBAL 2025 | CAGR | PROYECCIÓN 2030 |
|-------------------------------|--------------------|--------|-----------------|
| Sales Intelligence | ~\$4.000M | 12-15% | ~\$7.500M |
| Lead Generation Software | ~\$2.500M | 17-20% | ~\$5.500M |
| Conversation Intelligence | ~\$1.600M | 20-23% | ~\$4.200M |
| Intersección relevante | ~\$1.200M | ~18% | ~\$2.700M |

TAM / SAM / SOM para España

| NIVEL | DEFINICIÓN | TAMAÑO |
|------------|--|---------------|
| TAM | Todas las empresas españolas con equipo comercial activo | €900M/año |
| SAM | PYMEs de 2-50 empleados en sectores target con ventas B2B/B2C intensivas | €120M/año |
| SOM | Cuota realista capturable en 3 años | €1,5-2,5M/año |

3.2 Mercado objetivo

Segmento primario: PYMEs con equipo comercial activo

| SECTOR | Nº EMPRESAS ESTIMADO | NECESIDAD DE PROSPECCIÓN | PRIORIDAD |
|---------------------------------------|----------------------|---|-----------|
| Inmobiliarias | ~35.000 | Muy alta (contactos de portales, seguimiento) | ★★★ |
| Seguros (mediadores) | ~30.000 | Muy alta (renovaciones, venta cruzada) | ★★★ |
| Asesorías / despachos | ~70.000 | Alta (ampliación de servicios, referidos) | ★★★ |
| E-commerce B2B | ~40.000 | Alta (recompra, upsell, leads entrantes) | ★★☆ |
| Consultoras / servicios profesionales | ~50.000 | Alta (licitaciones, nuevos clientes) | ★★★ |
| Tecnología / SaaS | ~15.000 | Muy alta (pipeline, lead scoring) | ★★★ |
| Construcción / reformas | ~45.000 | Media-Alta (licitaciones, subcontratas) | ★★☆ |
| TOTAL mercado primario | ~285.000 | | |

Segmento secundario: empresas que buscan datos de registros públicos

- Despachos de abogados que monitorizan BORME
- Consultoras que buscan licitaciones
- Empresas de crédito que evalúan solvencia
- Fondos de inversión que buscan empresas nuevas

3.3 Tendencias que favorecen a FENIX Prospect

1. **De prospección manual a inteligente:** Los SDR (Sales Development Representatives) cuestan €2.000-3.000/mes y generan resultados variables. Las herramientas de IA están reemplazando las tareas repetitivas de prospección.
2. **Datos públicos como ventaja competitiva:** El BORME publica ~2.200 nuevas empresas/día. Las licitaciones públicas mueven ~200.000M€/año en España. La mayoría de PYMEs no tienen acceso estructurado a estos datos.
3. **De outbound frío a señales calientes:** El mercado se mueve de llamadas en frío (2% conversión) a prospección basada en señales (15-25% conversión). Las empresas quieren contactar a quien ya muestra interés.
4. **Consolidación de herramientas de venta:** Los equipos comerciales pasan de 5-7 herramientas separadas a plataformas todo-en-uno que cubren prospección, comunicación y CRM.

3.4 Perfil del buyer persona

Persona 1: "Director Comercial de PYME"

- **Cargo:** Director Comercial, Jefe de Ventas
- **Empresa:** 5-30 empleados, B2B o B2C con venta consultiva
- **Dolor:** "Mis comerciales pierden tiempo buscando contactos y no hacen seguimiento de los que ya tenemos. No sé cuántas oportunidades se nos escapan"
- **Motivación:** Más pipeline con menos esfuerzo, métricas de rendimiento
- **Presupuesto:** €100-300/mes para herramientas de ventas

Persona 2: "CEO/Propietario de PYME"

- **Cargo:** CEO, Director General, Fundador
- **Empresa:** 2-15 empleados, vende servicios profesionales
- **Dolor:** "Hago todo: vendo, gestiona, atiendo. No tengo tiempo para prospectar. Las oportunidades llegan por boca a boca pero necesito algo más sistemático"
- **Motivación:** Automatizar la captación sin contratar un comercial
- **Presupuesto:** Decide directamente, sensible al ROI

Persona 3: "Business Developer / SDR"

- **Cargo:** SDR, BDR, Account Executive
- **Empresa:** 10-50 empleados

- **Dolor:** "Paso horas buscando empresas en Google, LinkedIn y bases de datos para hacer llamadas en frío. La mayoría no responden. Necesito leads más calientes"
- **Motivación:** Leads cualificados que conviertan, menos trabajo manual
- **Presupuesto:** Lo decide su jefe, pero influye en la decisión

4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

4.1 Mapa competitivo

Competidores en prospección IA (señales en comunicaciones)

| COMPETIDOR | PRECIO/USER/MES | COBERTURA | TARGET | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|-------------------|-----------------|-----------------|------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Gong | ~275€ | Llamadas, Email | Enterprise | IA líder, revenue intelligence | Precio prohibitivo, sin WhatsApp |
| Salesloft | ~125€ | Llamadas, Email | Mid-market | Secuencias + analytics | No cubre messaging, no español |
| Chorus (ZoomInfo) | ~150€ | Llamadas, Video | Enterprise | IA conversacional | Ecosistema ZoomInfo caro |
| HubSpot CI | ~90€ add-on | Llamadas | Mid-market | Ecosistema HubSpot | Solo dentro de HubSpot |

Competidores en inteligencia de registros públicos (España)

| COMPETIDOR | PRECIO | DATOS | TARGET | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|----------------------|---------------------------|--------------------------------------|--|---|---|
| LibreBOR | Freemium + planes de pago | BORME (6M+ registros), actos, cargos | Periodistas, abogados, investigadores, PYMEs | Open source, 10 años de historial, API, BD enorme | Sin IA, sin comunicaciones, sin licitaciones, sin scoring comercial |
| Axesor (Informa D&B) | Desde €200/mes | BORME, financieros, scoring | Empresas medianas | Datos exhaustivos, marca conocida | Caro, interfaz antigua, sin IA |
| eInforma | Desde €100/mes | BORME, crédito | PYMEs | Informes de crédito | Sin prospección activa, sin comunicaciones |
| Infocif | Freemium | CIF, datos básicos | Todos | Gratis para datos básicos | Datos limitados, sin scoring avanzado |
| Empresia | Freemium | BORME básico | Pequeños | Sencillo | Datos muy básicos, sin enriquecimiento |
| Licitia / TenderTool | Desde €50/mes | Licitaciones | PYMEs | Licitaciones bien cubiertas | Solo licitaciones, sin BORME |

| COMPETIDOR | PRECIO | DATOS | TARGET | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---------------------|--------|---------------|--------|------------|---|
| LinkedIn Sales Nav. | ~80€ | Profesionales | Todos | Red enorme | No tiene datos mercantiles, no comunicaciones |

Posicionamiento de FENIX Prospect

| COMPETIDOR | SEÑALES IA EN COMUNICACIONES | REGISTROS PÚBLICOS (BORME) | LICITACIONES | | | LEAD SCORING | MULTICANAL (5CH) | SCORING SOLVENCIA | PRECIO PYME |
|-----------------------|------------------------------|----------------------------|--------------|--------------|------------------|--------------|------------------|-------------------|-------------|
| | | | LICITACIONES | LEAD SCORING | MULTICANAL (5CH) | | | | |
| Gong | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| LibreBOR | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Axesor | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✗ |
| LinkedIn Sales Nav | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Licitia | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| FENIX Prospect | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

FENIX Prospect es la única plataforma que combina ambos mundos.

4.2 Análisis detallado: LibreBOR como competidor directo

LibreBOR (librebora.me) es el competidor más relevante en el segmento de datos BORME en España. Creado en 2014 por Pablo Castellano como proyecto open source (LibreBORME), desde 2025 opera bajo modelo freemium. Es la referencia de mercado para la consulta de datos mercantiles.

Perfil de LibreBOR

| ASPECTO | LIBREBOR |
|---------------------------|--|
| Fundación | 2014 (10+ años de historial de datos) |
| Modelo | Freemium (búsquedas gratuitas limitadas/día, planes de pago) |
| Base de datos | 6+ millones de registros mercantiles |
| Fuentes | BORME (Registro Mercantil) |
| Código | Open source (Afferro GPL v3), código en GitHub |
| API | Sí — API REST para integración, con planes de pago |
| Conector Microsoft | Sí — Power Automate connector disponible |
| Usuarios tipo | Periodistas, abogados, funcionarios, ONGs, investigadores |
| Equipo | Fundador individual + comunidad open source |

| ASPECTO | LIBREBOR |
|------------|------------------------------|
| Tecnología | Python (bormeparser), Django |

Comparativa directa: LibreBOR vs FENIX Prospect

| FUNCIONALIDAD | LIBREBOR | FENIX PROSPECT |
|--------------------------------|---|---|
| Datos BORME | ✓ 6M+ registros, 10+ años de historial | ✓ Ingesta diaria (~2.200 empresas/día), historial creciente |
| Búsqueda de empresas | ✓ Por nombre, CIF, persona, provincia | ✓ Por nombre, CIF, provincia, forma jurídica, CNAE, capital, fecha, scoring |
| Actos mercantiles | ✓ Constituciones, nombramientos, ceses | ✓ Constituciones, nombramientos, ceses, ampliaciones, disoluciones |
| Relaciones persona-empresa | ✓ Grafo de relaciones entre personas y sociedades | ✗ Solo listado de cargos por empresa |
| Licitaciones públicas (PLACSP) | ✗ | ✓ Ingesta diaria automatizada |
| Subvenciones (BOE) | ✗ | ✓ Ingesta diaria automatizada |
| Avisos judiciales | ✗ | ✓ Concursos de acreedores, embargos |
| Scoring de solvencia | ✗ | ✓ Algoritmo propio (0-100) basado en actos + judiciales |
| Enriquecimiento de datos | ✗ | ✓ CIF automático (APIEmpresas), web scraping (email, teléfono) |
| Exportación CSV/Excel | Limitado (según plan) | ✓ Con 12+ campos, según plan |
| Lista de seguimiento + alertas | ✗ | ✓ Watchlist con alertas de actividad en tiempo real |
| Análisis IA de comunicaciones | ✗ | ✓ 5 canales: llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta |
| Detección de señales de compra | ✗ | ✓ IA extrae intenciones de compra de comunicaciones |
| Lead scoring | ✗ | ✓ Basado en actividad real + datos mercantiles |
| Pipeline predictivo | ✗ | ✓ Embudo con predicción de cierre |
| Integración CRM | ✗ (solo API genérica) | ✓ Nativa: Salesforce, HubSpot, Pipedrive, Holded, Zoho |
| API | ✓ REST con planes de pago | ✓ REST con documentación completa |
| Open source | ✓ AGPL v3 | ✗ SaaS propietario |
| Precio | Freemium + planes de pago | Desde 59€/mes |

Fortalezas de LibreBOR que FENIX debe considerar

- 1. 10+ años de datos históricos:** LibreBOR tiene registros desde 2009. FENIX Prospect empieza con historial limitado. Para usuarios que necesitan datos antiguos (abogados, investigadores), LibreBOR es superior.
- 2. 6 millones de registros:** Base de datos masiva ya construida. FENIX necesita tiempo para acumular este volumen.
- 3. Open source y comunidad:** La transparencia del código genera confianza en ciertos segmentos (periodistas, ONGs). Además, la comunidad contribuye con mejoras.
- 4. Grafo de relaciones:** LibreBOR permite ver las conexiones entre personas y empresas — funcionalidad valiosa para investigación y due diligence que FENIX no ofrece actualmente.
- 5. Marca reconocida:** 10 años de presencia, citado en medios de comunicación y portales de datos abiertos (datos.gob.es).

Debilidades de LibreBOR que FENIX explota

- 1. Solo datos BORME:** LibreBOR es un buscador de datos mercantiles. No analiza comunicaciones, no detecta señales de compra, no tiene IA. Es una herramienta de consulta, no de prospección activa.
- 2. Sin licitaciones ni subvenciones:** No cubre PLACSP ni BOE Sección V.B. Las oportunidades del sector público quedan fuera.
- 3. Sin scoring comercial ni solvencia:** No evalúa el riesgo ni la oportunidad comercial. Solo muestra datos crudos.
- 4. Sin enriquecimiento de contacto:** No proporciona email, teléfono ni web de las empresas. El usuario tiene que buscar manualmente.
- 5. Sin alertas proactivas:** No permite monitorizar empresas ni recibir notificaciones cuando hay actividad relevante.
- 6. Sin integración CRM:** No se conecta nativamente con herramientas de ventas. Los datos se consultan pero no fluyen al pipeline comercial.
- 7. Equipo mínimo:** Proyecto de un solo fundador. El desarrollo de nuevas funcionalidades depende de una persona + voluntarios.
- 8. Target no comercial:** Diseñado para investigadores, no para equipos de ventas. La UX no está orientada a la prospección comercial.

Estrategia de FENIX Prospect frente a LibreBOR

| ESTRATEGIA | ACCIÓN |
|---|--|
| Coexistencia, no confrontación | LibreBOR sirve a investigadores y periodistas; FENIX sirve a equipos comerciales. Los targets apenas se solapan |
| Diferenciación por valor añadido | FENIX no compite en datos crudos BORME (LibreBOR tiene más historial). FENIX compite en lo que hace con esos datos: scoring, enriquecimiento, alertas, IA, CRM |
| Complementariedad posible | Evaluar integrar la API de LibreBOR como fuente de datos históricos, enriqueciendo la base propia con los 6M+ registros de LibreBOR |

| ESTRATEGIA | ACCIÓN |
|---------------------------------|---|
| SEO diferenciado | LibreBOR domina "consultar BORME", "empresas registro mercantil". FENIX debe posicionarse en "prospección comercial", "encontrar clientes", "lead scoring empresas" |
| Motor de IA como barrera | LibreBOR no puede añadir IA de comunicaciones ni análisis multicanal fácilmente. Es la mayor barrera competitiva de FENIX |

4.2 Ventajas competitivas

| VENTAJA | DETALLE |
|------------------------------------|--|
| Doble motor de prospección | Señales IA + registros públicos — nadie más lo ofrece combinado |
| Precio accesible | Desde 59€/mes vs 200-275€ de alternativas parciales |
| 5 canales de comunicación | Llamadas, email, WhatsApp, Telegram, Meta |
| Datos BORME automatizados | ~2.200 nuevas empresas/día ingestadas automáticamente |
| Licitaciones + subvenciones | Oportunidades del sector público incluidas |
| Scoring de solvencia | Evaluación de riesgo basada en actos mercantiles y avisos judiciales |
| 100% en español | Producto, datos, soporte y onboarding en español |
| RGPD nativo | Datos alojados en la UE, AES-256 |

4.3 Matriz DAFO

| | | POSITIVO | NEGATIVO |
|---------|--|--|----------|
| Interno | FORTALEZAS | DEBILIDADES | |
| | Doble motor único (IA + registros) | Marca nueva sin reconocimiento | |
| | Datos BORME automatizados (2.200 empresas/día) | Equipo pequeño | |
| | Precio competitivo para PYMEs | Dependencia de APIs públicas (BOE, BORME) | |
| | Producto en español, RGPD nativo | Calidad de datos de registros variable | |
| | Stack tecnológico moderno (FastAPI, async) | Sin historial de datos largo (recién lanzado) | |
| Externo | OPORTUNIDADES | AMENAZAS | |
| | 285.000+ PYMEs target en España | Axesor/Informa bajan precios o añaden IA | |
| | ~200.000M€/año en licitaciones públicas | Gong lanza plan PYME con datos españoles | |
| | Baja adopción de herramientas de prospección en PYMEs | Cambios en formato/acceso a BORME/BOE | |
| | Kit Digital como acelerador | LibreBOR añade funcionalidades comerciales o IA | |
| | LibreBOR cubre investigación, no ventas (mercados distintos) | LinkedIn Sales Navigator añade datos mercantiles | |
| | Expansión a LATAM (mismo idioma, registros similares) | Guerra de precios en el segmento | |

5. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1 Estructura de costes

Costes fijos mensuales (Año 1)

| CONCEPTO | MENSUAL | ANUAL |
|---|---------------|----------------|
| Infraestructura cloud (servidor, BD, storage) | €1.200 | €14.400 |
| APIs de IA (transcripción, NLP, scoring) | €1.800 | €21.600 |
| APIs de canales (WhatsApp Business, etc.) | €600 | €7.200 |
| APIs de enriquecimiento (APIEmpresas, etc.) | €300 | €3.600 |
| Herramientas internas (Stripe, email, monitoring) | €400 | €4.800 |
| Total infraestructura | €4.300 | €51.600 |

Costes de personal (Año 1)

| ROL | PERSONAS | COSTE/MES | TOTAL/MES |
|-------------------------------|------------|-------------------|----------------|
| CTO / Backend lead | 1 | €4.500 | €4.500 |
| Desarrollador fullstack | 1 | €3.500 | €3.500 |
| Ventas / Business Development | 1 | €2.500 + variable | €3.500 |
| Customer Success | 1 | €2.200 | €2.200 |
| Marketing (parcial) | 0,5 | €1.500 | €1.500 |
| Total personal | 4,5 | | €15.200 |

Costes de marketing (Año 1)

| CANAL | MENSUAL | ANUAL |
|------------------------|---------------|----------------|
| Google Ads (SEM) | €1.800 | €21.600 |
| LinkedIn Ads | €1.000 | €12.000 |
| Contenido / SEO | €600 | €7.200 |
| Eventos sectoriales | €300 | €3.600 |
| Herramientas marketing | €200 | €2.400 |
| Total marketing | €3.900 | €46.800 |

Resumen de costes operativos

| CATEGORÍA | AÑO 1 (MES) | AÑO 2 (MES) | AÑO 3 (MES) |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Infraestructura | €4.300 | €8.000 | €15.000 |
| Personal | €15.200 | €28.000 | €48.000 |
| Marketing | €3.900 | €7.000 | €12.000 |
| Otros | €1.000 | €1.500 | €2.500 |
| Total | €24.400 | €44.500 | €77.500 |

5.2 Proyección de ingresos

Escenario base

| MÉTRICA | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| Nuevos clientes/mes (media) | 15 | 35 | 70 |
| Churn mensual | 5% | 3,5% | 2,5% |
| Clientes activos fin de año | 200 | 600 | 1.500 |
| ARPU mensual | €95 | €100 | €105 |
| MRR fin de año | €19.000 | €60.000 | €157.500 |
| ARR fin de año | €228.000 | €720.000 | €1.890.000 |

Distribución esperada por plan

| PLAN | % CLIENTES | ARPU |
|------------------------|------------|----------|
| Prospect Starter (59€) | 30% | €59/mes |
| Prospect Pro (99€) | 50% | €99/mes |
| Prospect + 360 (149€) | 20% | €149/mes |

5.3 Cuenta de resultados proyectada

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| Ingresos totales | €228.000 | €720.000 | €1.890.000 |
| Costes infraestructura | -€51.600 | -€96.000 | -€180.000 |
| Costes personal | -€182.400 | -€336.000 | -€576.000 |
| Costes marketing | -€46.800 | -€84.000 | -€144.000 |
| Otros gastos | -€12.000 | -€18.000 | -€30.000 |

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|
| Total gastos | -€292.800 | -€534.000 | -€930.000 |
| EBITDA | -€64.800 | €186.000 | €960.000 |
| Margen EBITDA | -28% | 26% | 51% |

5.4 Punto de equilibrio

| VARIABLE | VALOR |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| Costes fijos mensuales (Año 1) | ~€24.400 |
| Margen bruto por cliente | ~€75/mes (79% gross margin) |
| Clientes para break-even | ~325 |
| Mes estimado de break-even | Mes 16-20 |

5.5 Financiación

| FASE | IMPORTE | DESTINO |
|---------------------------|------------------|---|
| Bootstrap / Pre-seed | €100.000-150.000 | MVP, primeros 200 clientes |
| Seed (si se busca) | €400.000-700.000 | Escalar ventas, ampliar datos, equipo de 12 |
| Serie A (opcional, Año 3) | €1,5M-3M | Expansión LATAM, IA propietaria, 25+ personas |

6. ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS

6.1 Estrategia de go-to-market

Fase 1: Validación (Meses 1-4) — "Los datos venden solos"

- **Objetivo:** 50 clientes activos
- **Estrategia:** Ofrecer acceso gratuito a la base de datos BORME para captar leads, convertir con la capa de IA
- **Acciones:**
 - Lanzar versión freemium con datos BORME para atraer tráfico orgánico
 - SEO agresivo: "consultar BORME", "nuevas empresas España", "licitaciones públicas"
 - Demo gratuita de 30 min con datos reales del prospect
 - Contenido semanal: "X nuevas empresas constituidas esta semana en [provincia]"

Fase 2: Tracción (Meses 5-8) — "De datos a pipeline"

- **Objetivo:** 120 clientes activos

- **Estrategia:** Conectar señales de comunicaciones + registros públicos como propuesta diferencial
- **Acciones:**

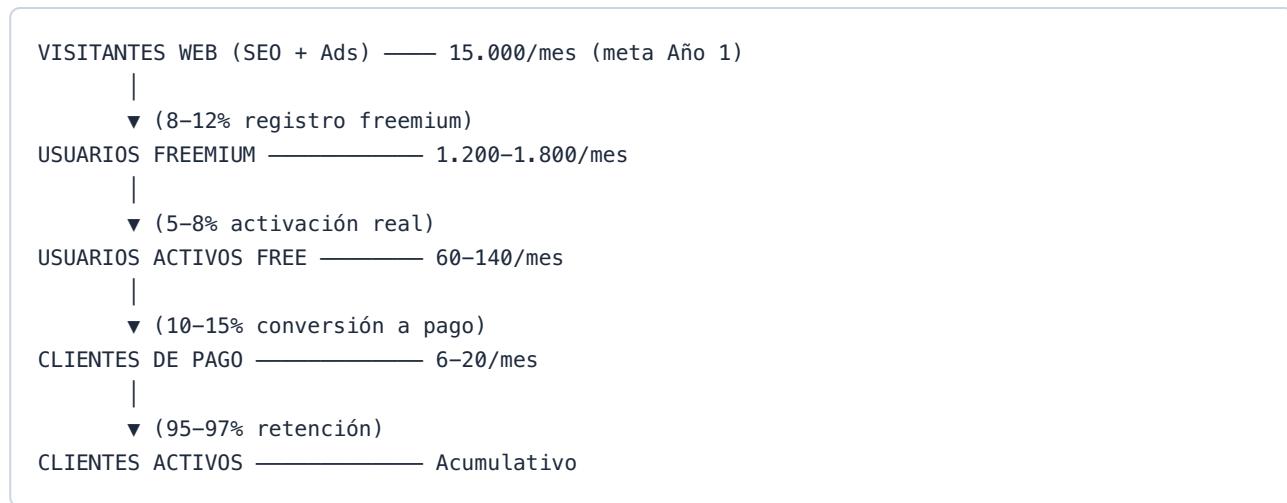
- Google Ads en keywords de alta intención ("prospección comercial", "lead scoring")
- LinkedIn Ads segmentados a directores comerciales
- Casos de éxito por sector con métricas reales
- Programa de referidos (€50 crédito por cliente referido)

Fase 3: Aceleración (Meses 9-12) — "Escala"

- **Objetivo:** 200 clientes activos
- **Estrategia:** Multi-canal + partnerships
- **Acciones:**

- Equipo de 2 comerciales dedicados
- Partnerships con CRMs (aparición en marketplaces de HubSpot, Pipedrive)
- Webinars mensuales por sector: "Cómo encontrar clientes con datos públicos"
- Ferias: eShow, Expo Franquicia, encuentros sectoriales

6.2 Embudo de ventas



El modelo freemium con datos BORME es un imán de captación: el usuario llega buscando datos de empresas, ve el valor y convierte para desbloquear IA, scoring y comunicaciones.

6.3 Canales de adquisición

| CANAL | % PRESUPUESTO | CAC ESPERADO | VOLUMEN |
|--------------------------------|---------------|--------------|--|
| SEO / contenido BORME | 25% | €100-200 | Alto — tráfico orgánico por datos públicos |
| Google Ads | 30% | €300-500 | Alto — keywords de intención directa |
| LinkedIn Ads + Outbound | 20% | €500-700 | Medio — segmentación precisa |
| Freemium → conversión | 15% | €50-150 | Muy alto — producto como canal |

| CANAL | % PRESUPUESTO | CAC ESPERADO | VOLUMEN |
|--------------------------|---------------|--------------|------------------------------|
| Partnerships / referidos | 10% | €200-400 | Medio — escala con el tiempo |

6.4 Estrategia de contenido como motor SEO

FENIX Prospect tiene una ventaja SEO natural: los datos del BORME generan contenido fresco diario.

| TIPO DE CONTENIDO | FRECUENCIA | KEYWORDS OBJETIVO |
|--|-------------------------|-------------------------------------|
| "Nuevas empresas en [provincia] esta semana" | Semanal (52 provincias) | "nuevas empresas Madrid", etc. |
| "Licitaciones públicas abiertas en [sector]" | Semanal | "licitaciones construcción", etc. |
| "Subvenciones activas para PYMEs" | Quincenal | "subvenciones PYMEs 2026" |
| Guías de prospección por sector | Mensual | "cómo captar clientes inmobiliaria" |
| Análisis de mercado con datos BORME | Mensual | "empresas constituidas España 2026" |

Proyección SEO: 50.000+ visitas/mes en Año 2 con este contenido automatizable.

6.5 Comparativa de precios como argumento de venta

| MÉTODO DE PROSPECCIÓN | COSTE MENSUAL | OPORTUNIDADES/MES | COSTE POR OPORTUNIDAD |
|----------------------------------|---------------|-------------------|-----------------------|
| SDR dedicado | ~2.500€ | 15-25 | €100-167 |
| Llamadas en frío (externalizado) | ~800€ | 5-10 | €80-160 |
| Bases de datos compradas | ~300€ | 3-8 | €37-100 |
| LinkedIn Sales Navigator | ~80€ | 5-15 | €5-16 |
| FENIX Prospect Pro | 99€ | 20-50 | €2-5 |

6.6 Métricas clave de marketing

| KPI | META AÑO 1 | META AÑO 2 |
|------------------------|------------|------------|
| Visitantes web/mes | 15.000 | 50.000 |
| Registros freemium/mes | 1.500 | 5.000 |
| Conversión free → pago | 10% | 12% |
| CAC blended | <€400 | <€300 |
| LTV:CAC | >5:1 | >8:1 |
| NPS | >40 | >50 |

7. PLAN OPERATIVO Y TECNOLÓGICO

7.1 Arquitectura técnica

| CAPA | TECNOLOGÍA |
|--------------------------|---|
| Backend | FastAPI (Python async) |
| Base de datos | SQLite → PostgreSQL (migración en escala) |
| Búsqueda | FTS5 full-text search sobre nombres y descripciones |
| ORM | SQLAlchemy 2.0 async |
| Frontend web app | Jinja2 + HTMX + Tailwind CSS (sin build tools) |
| Landing pages | HTML5 + CSS3 + Vanilla JS |
| PDF Processing | pdfminer.six + regex para parsing de BORME |
| Pagos | Stripe + RevenueCat |
| IA / NLP | Whisper (transcripción), modelos propios de sentimiento y señales |
| Infraestructura | Cloud EU, AES-256, RGPD compliant |
| Integraciones CRM | Salesforce, HubSpot, Pipedrive, Holded, Zoho + API REST |

7.2 Fuentes de datos automatizadas

| FUENTE | FRECUENCIA | DATOS | VOLUMEN TÍPICO |
|---------------------------------------|-------------------|---|--|
| BORME (Registro Mercantil) | Diaria (10:00 AM) | Nuevas empresas, actos societarios, nombramientos | ~2.200 empresas/día, ~3.800 actos, ~1.400 cargos |
| BOE Sección V.B (Subvenciones) | Diaria | Subvenciones, ayudas, convocatorias | Variable |
| PLACSP (Licitaciones públicas) | Diaria | Licitaciones, contratos públicos | Variable |
| BOE Judicial | Diaria | Concursos de acreedores, embargos | Variable |
| APIEmpresas.es | Bajo demanda | Validación CIF, datos fiscales | Por consulta |
| Web scraping | Bajo demanda | Emails, teléfonos, webs de contacto | Por empresa |

7.3 Roadmap de producto

| TRIMESTRE | HITOS |
|----------------|--|
| Q1 2026 | MVP con BORME + búsqueda + exportación + freemium. Primeros 50 usuarios |
| Q2 2026 | Motor de señales IA en comunicaciones (3 canales). Integraciones CRM. Scoring de solvencia |

| TRIMESTRE | HITOS |
|----------------|---|
| Q3 2026 | 5 canales completos. Pipeline predictivo. Licitaciones + subvenciones. 120 clientes |
| Q4 2026 | API pública v1. Alertas de seguimiento avanzadas. Exportaciones Excel. 200 clientes |
| 2027 H1 | Mobile app. Automatización de secuencias comerciales. Expansión Portugal |
| 2027 H2 | LATAM launch (registros mercantiles México, Colombia). IA propietaria entrenada |

| | |
|----------------|---|
| Q3 2026 | 5 canales completos. Pipeline predictivo. Licitaciones + subvenciones. 120 clientes |
| Q4 2026 | API pública v1. Alertas de seguimiento avanzadas. Exportaciones Excel. 200 clientes |
| 2027 H1 | Mobile app. Automatización de secuencias comerciales. Expansión Portugal |
| 2027 H2 | LATAM launch (registros mercantiles México, Colombia). IA propietaria entrenada |

7.4 Modelos de datos principales

Empresas y registros:

- Company (nombre, CIF, forma jurídica, dirección, provincia, capital, CNAE, scoring solvencia)
- Act (actos mercantiles: constitución, cambios, disolución)
- Officer (administradores, nombramientos, ceses)

Oportunidades públicas:

- Subsidy (subvenciones: título, organismo, importe, sector, beneficiarios)
- Tender (licitaciones: expediente, organismo, tipo contrato, plazos, CPV)
- JudicialNotice (concursos de acreedores, embargos)

Usuarios y negocio:

- User (autenticación, plan, límites mensuales)
- Watchlist (empresas monitorizadas, notas, alertas)
- Alert (notificaciones de actividad)
- ExportLog (auditoría de exportaciones)

7.5 Equipo por fase

| FASE | EQUIPO | HEADCOUNT |
|---------------------|--|-----------|
| Lanzamiento (Año 1) | CTO, 1 dev, 1 ventas, 1 CS | 4-5 |
| Aceleración (Año 2) | +2 devs, +2 ventas, +1 CS, +1 data, +1 marketing | 12-14 |
| Escala (Año 3) | +3 devs, +3 ventas, +2 CS, +1 producto, +1 ops | 22-28 |

8. RIESGOS Y MITIGACIÓN

8.1 Riesgos principales

| RIESGO | PROBABILIDAD | IMPACTO | MITIGACIÓN |
|--|--------------|---------|---|
| Cambio en formato/acceso del BORME — el BOE modifica la estructura de PDFs o restringe scraping | Media | Alto | Mantener parser flexible, monitorizar cambios, contribuir a iniciativas de datos abiertos |
| Competidor enterprise baja al segmento — Axesor lanza plan PYME a 50€ | Media | Alto | Diferenciación por IA + comunicaciones (Axesor no tiene), velocidad de iteración |
| Coste variable de APIs de IA — transcripción y NLP se encarecen con volumen | Media | Medio | Migrar a modelos open source (Whisper local, modelos propios), negociar volumen |
| Churn alto — clientes que no encuentran valor rápido | Alta | Alto | Onboarding personalizado, datos BORME como "gancho rápido", health score proactivo |
| Calidad de datos de registros — datos incompletos, CIF no encontrados | Alta | Medio | Pipeline de enriquecimiento multi-fuente, validación manual de muestras, feedback de usuarios |
| Baja adopción del motor de comunicaciones — usuarios solo usan datos BORME, no IA | Media | Medio | Upselling gradual, mostrar oportunidades perdidas sin IA, demo comparativa |
| Regulación más restrictiva en scraping — restricciones en acceso a datos públicos | Baja | Alto | Los datos BORME son públicos por ley; mantener cumplimiento legal, contribuir a open data |
| Cash flow negativo prolongado | Media | Alto | Control estricto de burn, modelo freemium reduce CAC, bootstrapping first |

8.2 Plan de contingencia

| ESCENARIO | ACCIÓN |
|--|---|
| BORME cambia formato | Adaptar parser en <48h (equipo alerta), cache de últimos datos válidos |
| Churn supera 7% mensual | Pausar adquisición, entrevistas con churned users, iterar producto |
| No se alcanzan 100 clientes en 6 meses | Pivotar a un solo sector vertical (inmobiliarias + BORME) |
| Competidor copia la combinación IA + registros | Velocidad de ejecución, lock-in por datos históricos, comunidad de usuarios |
| Sin financiación externa | Crecer orgánicamente con freemium como motor, priorizar rentabilidad |

ANEXO: DATOS BORME COMO VENTAJA COMPETITIVA

Volumen de datos disponible

| DATO | VOLUMEN DIARIO | VOLUMEN ANUAL |
|---------------------|---------------------|---------------|
| Empresas procesadas | ~2.200 | ~550.000 |
| Actos mercantiles | ~3.800 | ~950.000 |
| Cambios en cargos | ~1.400 | ~350.000 |
| PDFs procesados | ~29 (por día hábil) | ~7.250 |

Señales comerciales extraíbles del BORME

| SEÑAL | USO COMERCIAL |
|----------------------------------|---|
| Nueva constitución | Empresa recién creada → necesita servicios (asesoría, seguros, banca, software) |
| Ampliación de capital | Empresa en crecimiento → puede invertir en herramientas |
| Cambio de administradores | Nuevo decisor → oportunidad de contacto |
| Cambio de objeto social | Nuevo sector → nuevas necesidades |
| Apertura de sucursal | Expansión → necesita proveedores locales |
| Concurso de acreedores | Empresa en dificultades → oportunidad para competidores de sus clientes |
| Disolución | Sus clientes necesitan nuevo proveedor |

ANEXO: COMPARATIVA COSTE DE PROSPECCIÓN

Escenario: Equipo de 3 comerciales

| MÉTODO | COSTE MENSUAL | OPORTUNIDADES | CONVERSIÓN | VENTAS/MES | COSTE/VENTA |
|---------------------------|---------------|---------------|------------|------------|-------------|
| SDR dedicado | €2.500 | 25 | 15% | 3,8 | €658 |
| Llamadas en frío | €800 | 10 | 5% | 0,5 | €1.600 |
| Base datos + manual | €300 | 8 | 8% | 0,6 | €500 |
| FENIX Prospect Pro | €99 | 35 | 20% | 7 | €14 |

El coste por venta con FENIX Prospect es 35-100x menor que con métodos tradicionales.

Documento generado el 17 de febrero de 2026. Datos basados en información del producto, registros públicos y estimaciones de mercado. Las proyecciones financieras son estimaciones sujetas a variaciones según condiciones de mercado.