

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 |
|----------------------|----------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------------|---|
| 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 |
| 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) | PRECIO PYME |
|-----------------------|------------------------------|----------------------------|--------------|--------------|------------------|-------------|
| Gong | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Axesor | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ |
| LinkedIn Sales Nav | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✓ |
| Licitia | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ |
| FENIX Prospect | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

FENIX Prospect es la única plataforma que combina ambos mundos.

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) |

| POSITIVO | | NEGATIVO |
|----------|---|--|
| 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 | 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 |

| PLAN | % CLIENTES | ARPU |
|-----------------------|------------|----------|
| 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 |
| 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]"

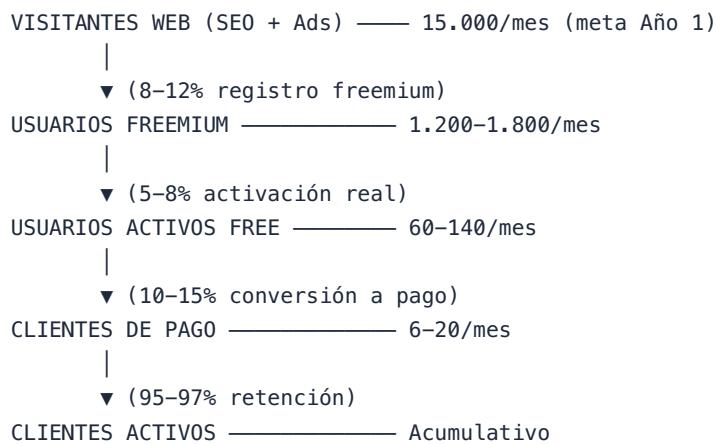
Fase 2: Tracción (Meses 5-8) — "De datos a pipeline"

- **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 |
| 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" |
| Ánalisis 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 |

| CAPA | TECNOLOGÍA |
|--------------------------|---|
| 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 |
| 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 |

| RIESGO | PROBABILIDAD | IMPACTO | MITIGACIÓN |
|--------------------------------------|--------------|---------|---|
| 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.