

Propuesta de colaboración — Fernando Romero × INFLUENTIA

Borrador de trabajo. Los campos [PENDIENTE Txell] se completan con los datos que pase Txell. Documento para alinear con Artur y Txell antes de formalizar el contrato.

0. En una frase

Os construyo (y os dejo montada en vuestra casa) una **máquina de generación de pipeline con predictibilidad de revenue**: un sistema que no depende de personas concretas, que sabéis cuánto va a facturar dentro de 90 días, y que escala sin convertir a nadie en cuello de botella.

1. Diagnóstico actual

INFLUENTIA tiene producto, marca y tracción. Lo que falta es la **capa de sistema** que convierte eso en algo escalable y predecible. No es una crítica: es el salto de madurez típico de una agencia que ha crecido por talento y no (todavía) por procesos.

Lo que veo hoy:

- **Demasiada dependencia del capital humano.** Si una persona se va, se da de baja o coge vacaciones, partes del negocio se paralizan. El conocimiento vive en cabezas, no en sistemas.
- **Founder + COO (Artur y Txell) están en todo.** Lideran y operan a la vez; son el cuello de botella de casi cualquier decisión. No es sostenible para llegar al siguiente nivel.
- **Cero predicción.** No hay forecast de revenue, ni de churn, ni de pipeline. Se navega a vista.
- **Crecimiento por referidos, no por sistema.** El ~90% de la facturación viene de recurrencia + referidos de creadores; solo el ~10% de prospección propia (y rota: "muchos ni contestan"). Se crece, pero no se controla ni se enciende a voluntad.
- **Concentración de riesgo crítica.** El cliente más grande (1,5 M€/año) es el ~~25%~~ ****25%** de toda la facturación**. Una sola baja se lleva por delante una cuarta parte del negocio.
- **No se mide ni lo que ya funciona.** No hay KPIs de campañas ni casos de éxito documentados → no se puede demostrar el valor ni a clientes nuevos ni internamente.
- **Procesos lentos y poco automatizados,** mucha posibilidad de mejora con apalancamiento en IA en sistemas.
- **Stack de comunicación desordenado** (mezcla de Slack y WhatsApp) y la plataforma que debería ser "fuente de la verdad" está desactualizada.
- **Faltan definiciones básicas:** qué es un cliente, qué cuenta como churn, cuándo una marca está "cerrada".

Resumen: INFLUENTIA factura, pero no *sabe* por qué factura, ni puede *predecir* cuánto facturará. Eso es justo lo que vengo a resolver.

2. Propuesta de mejora

Una **máquina de pipeline de warm outbound con capa técnica**, montada para dar predictibilidad de revenue:

Capa técnica: Clay + Zapmail + Lemlist + Claude.

El sistema, paso a paso:

1. **Definición de ICP** (cliente ideal) → vía cuestionario estructurado (tally.so/r/Pdkla0) + datos vuestros.
2. **TAM e ICP Matrix** → tamaño de mercado real y muestra acotada con cliente tipo claro.
3. **Scoring** de las cuentas de la muestra.
4. **Tracking de signals** sobre la base de datos (v1).
5. **Activación por tiers:**
 - **Tier 1:** trabajo manual (cuentas de mayor valor).
 - **Tier 2 y 3:** nurturing por mailing + trackeo, con intervención manual cuando hay señal.
6. **Playbook:** improvisar → documentar playbook → iterar.
7. **CRM de exclusión** para no impactar en campañas a clientes con los que ya se ha hablado.
8. **Medición y casos de éxito:** montar el sistema de KPIs para que empiecen a existir casos de éxito reales ("ayudamos a X → resultó en Y") usables en ventas e inbound.

Extras que potencian la máquina: grabar las calls, vídeos personalizados en los mails.

Nota: como hoy no hay casos de éxito documentados, el outbound inicial se apoyará en las marcas e influencers que INFLUENTIA ya representa como prueba social, mientras se construye el histórico propio.

3. Objetivos e impacto económico

Punto de partida (datos INFLUENTIA, jun. 2026): | Métrica | Valor | |-----|-----| |
Facturación actual (solo management) | 500 K€/mes → **6 M€/año** | | Clientes / creadores representados | 60 clientes / 90 creadores | | Ticket medio por cliente | ~150 K€/año (el mayor, ~1,5 M€/año) | | Ciclo de venta | 1 semana (referido) / ~2 semanas (cuenta propia) | | Mix de canal | 65% recurrente · 25% referidos de creadores · **10% cuenta propia** |

Objetivo declarado (crecimiento orgánico, sin adquisiciones): 8,4 M€ (2027) → 10,8 M€ (2028).

Dónde entra la máquina (la tesis): El crecimiento orgánico ya existe; lo que NO existe es un

canal proactivo predecible. La máquina ataca el 10% roto y lo convierte en un canal de pipeline sistemático e **incremental** (no canibaliza referidos, va por encima del objetivo orgánico).

Lógica de embudo (a favor de INFLUENTIA): el cuello de botella no es cerrar —cierran en 1-2 semanas por reputación— sino **generar reuniones cualificadas**. La máquina llena la parte alta del embudo; la marca y el ciclo corto convierten.

Modelo de impacto (a validar con ratios reales en el mes 1):

- Si la máquina genera ~~6-10 clientes nuevos/año a ticket medio (150 K€)~~ → **~0,9-1,5 M€/año de facturación incremental recurrente**, por encima del orgánico.
- Coste para INFLUENTIA: fijo (25,5 K€ en 6 meses) + 20% sobre lo que genere la máquina (recurrente, acotado a 24 meses por cliente).
- Sobre ~1 M€ incremental: comisión 200 K€ → ~~INFLUENTIA retiene~~ ****800 K€/año**** que hoy no existen.

Impacto que va más allá del €:

- **Predictibilidad:** forecast de pipeline a 90 días (hoy: cero).
 - **Diversificación:** reduce la dependencia del cliente que es el 25% del negocio.
 - **Resiliencia:** un canal que no depende de personas concretas ni del boca-oreja.
 - **Readiness para M&A:** si compran a un competidor (Flake u otro), el motor de ventas e integración ya está montado.
-

4. Áreas a cubrir y roadmap

Fase 0 — Mes 1 (posibilidad presencial en Andorra): Diagnóstico + Setup.

- Definición de ICP, TAM e ICP Matrix, muestra y scoring.
- Montaje de la capa técnica (Clay + Zapmail + Lemlist + Claude).
- Definiciones base (cliente, churn, "marca cerrada") y sistema de medición/KPIs.
- Primeras activaciones Tier 1 manuales.

Fase 1 — Meses 1-6 (remoto): Venta pura.

- Máquina de pipeline rodando, playbook documentado e iterado.
- Predictibilidad de revenue: forecast operativo.
- Primeros casos de éxito medidos.
- Roadmap por tramos (KPI principal = **reuniones cualificadas**, porque cerrar es rápido aquí):
 - **Mes 1:** setup completo (ICP, capa técnica, medición) + primeras reuniones Tier 1 manuales. KPI: máquina montada + 1ª tanda de reuniones.
 - **Meses 2-3:** pipeline rodando, flujo constante de reuniones cualificadas, **primeros cierres** (ciclo 1-2 sem.) y primer forecast.

- **Mes 3+:** flujo estable de cierres recurrentes, forecast a 90 días fiable, playbook documentado y delegable a equipo.

Fase 2 — Mes 6 en adelante: Horizontal. Una vez la máquina de ventas rueda (delegada en equipo), ataco los siguientes cuellos de botella de la empresa:

- Optimización y flujos con IA para mid y back office.
- Comunidad y eventos (3 círculos: ecosistema completo / solo C-levels / solo founders — en enterprise funciona muy bien).
- Definir y plantear canal inbound (casos de éxito, materiales, paid media).

Filosofía: no os creo una dependencia de mí. Os creo un **sistema y un equipo que rueda solo**, y voy resolviendo el siguiente problema.

5. Por qué yo

- **All in.** Esto es mi apuesta principal; no es un side project que atiendo a ratos.
 - **Expertise en growth y máquinas de venta** + capa técnica con IA (Clay, Lemlist, Claude) que pocos combinan.
 - **Red de contactos** en el expertise relevante.
 - **Modelo que escala sin crear dependencia:** monto, itero, optimizo y avanzo al siguiente frente. Vosotros os quedáis el sistema, a vuestro (nuestro) nombre.
-

6. Propuesta de contrato (resumen)

El detalle legal está en `contrato-influentia-contrapropuesta.md`.

Modelo elegido: **híbrido** — agente externo ahora, con gatillo a equity cuando los resultados lo justifiquen.

Condiciones económicas (Fase 1 — agente externo):

- **Naturaleza:** colaborador mercantil. Full remoto (≈1 mes presencial al arrancar). Sin horario.
- **Fijo inicial** (colchón mientras arranca el pipeline): | Meses | Fijo | |-----|-----| | 1–3 | 5.000 €/mes | | 4–6 | 3.500 €/mes | | 7+ | 0 € (solo variable) |
- **Variable:** 20% sobre el fee bruto, recurrente, desde el día 1 y por encima del fijo.
- **Comisión cruzada:** si una marca que aporoto contrata **otros servicios** de INFLUENTIA, comisión escalada recurrente sobre ese fee, mientras el cliente siga facturando.
- **Atribución, recurrencia y resto:** según contrato adjunto.

Cláusulas de protección:

- **Derecho de verificación/auditoría:** contabilidad separada + derecho a auditor externo 1 vez/año; si la desviación en mi contra es >5%, lo paga INFLUENTIA.

- **Cadencia de liquidación clara:** liquidación periódica, estado de cuentas en 15 días, plazo para objetar, pago a 15 días de recepción de factura.
- **Indemnización por clientela a la salida:** si dejo marcas que siguen facturando, compensación tipo agente comercial (~3 mensualidades).
- **Penalización asimétrica:** si INFLUENTIA no aporta lo prometido (datos, herramientas, accesos, cartera), quedo protegido económicamente.
- **Licencia de marca personal:** presto mi nombre/autoridad para vender, pero sigue siendo mío (no cesión).

Carve-out defensivo:

- Cualquier no-competencia/no-solicitud que INFLUENTIA proponga debe **excluir expresamente mis proyectos y clientes actuales**.

Gatillo a equity (Fase 2):

- Se activa el **derecho a negociar entrada en el capital / sociedad de la vertical de growth** (con vesting por objetivos) cuando se cumpla, lo que antes ocurra:
 - **(i)** la máquina haya generado ≥ 1 **M€ de facturación recurrente anual** atribuible a outbound; o
 - **(ii)** se alcancen **12 meses** desde el arranque con la vertical en positivo.
- No tomo equity a ciegas: solo cuando la máquina haya demostrado valor y la empresa tenga métricas reales.
- **Arranque:** ~agosto 2026.