



SISTEMA DE SEGUIMIENTO INTELIGENTE

Diagnóstico estratégico de tu negocio

Diagnóstico Completo



NEGOCIO

Pepitona

CLIENTE

Pepi Domingues

FECHA

**28 de julio de
2026**

EXPEDIENTE

B76F9862

RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO

Situación general

Esto recoge lo que tus respuestas al cuestionario sugieren sobre el funcionamiento actual del negocio. No es un juicio definitivo: es una primera valoración pensada para ayudarte a decidir por dónde empezar.

Fortalezas principales

Diferenciación y Propuesta de Valor

Conocimiento claro de los motivos de elección de los clientes, usado para reforzar la propuesta.

Experiencia y Entrega del Servicio

Ambientación diseñada como un conjunto coherente al servicio de una experiencia definida.

Captación y Visibilidad

Combinación de canales de captación activa, definida y revisada periódicamente.

Captación y Visibilidad

Colaboraciones externas activas y estables que generan clientes de forma continua.

Nivel cualitativo de atención

Orden en el que conviene revisar cada área, según la evidencia recogida — no son porcentajes.

1	Dependencia del fin de semana	ATENCIÓN INMEDIATA	■ ■ ■
2	Baja diferenciación	ATENCIÓN INMEDIATA	■ ■ ■
3	Baja captación	ATENCIÓN INMEDIATA	■ ■ ■

PRIMERA ORIENTACIÓN

Si solo pudieras revisar una cosa antes que el resto, sería: dependencia del fin de semana.

PANORAMA GENERAL

Salud general del negocio

Una vista de conjunto de las seis palancas que determinan el crecimiento de tu negocio, antes de entrar en el detalle de cada una.



Según este diagnóstico, el negocio mantiene un rendimiento razonablemente sólido, con oportunidades concretas de mejora.

0 de las 6 palancas requieren atención prioritaria y 3 ya están consolidadas.

Las seis palancas de tu negocio

Ordenadas de mayor a menor urgencia, según el mismo criterio que organiza tu Roadmap Estratégico.

Diferenciación y Propuesta de Valor

56% · Nivel: MEJORABLE



Captación y Visibilidad

51% · Nivel: MEJORABLE



Estrategia y Gestión del Negocio

58% · Nivel: MEJORABLE



Organización, Procesos y Equipo

78% · Nivel: SÓLIDO



Experiencia y Entrega del Servicio

64% · Nivel: SÓLIDO



Fidelización y Rentabilidad por Cliente

71% · Nivel: SÓLIDO



● Crítico ● Exigente ● Mejorable ● Sólido ● Consolidado

MAPA DE PROBLEMAS

Dónde se concentra cada problema

Cada casilla es un problema activo dentro de tu diagnóstico, coloreado según su propio nivel de gravedad.

Diferenciación y Propuesta de Valor	Baja diferenciación		
Captación y Visibilidad	Baja captación	Dependencia del fin de semana	Reputación digital débil
Estrategia y Gestión del Negocio	Escasa estrategia comercial	Falta de visión estratégica de crecimiento	
Organización, Procesos y Equipo	Dependencia excesiva del propietario		
Experiencia y Entrega del Servicio	Experiencia de cliente inconsistente	Ocupación irregular	
Fidelización y Rentabilidad por Cliente	Ticket medio insuficiente	Baja recurrencia	

ENTENDER

Fortalezas detectadas

Antes de entrar en lo que conviene reforzar, esto es lo que tu negocio ya hace bien, según tus propias respuestas.

✔ Diferenciación y Propuesta de Valor

Conocimiento claro de los motivos de elección de los clientes, usado para reforzar la propuesta.

✔ Experiencia y Entrega del Servicio

Ambientación diseñada como un conjunto coherente al servicio de una experiencia definida.

✔ Captación y Visibilidad

Combinación de canales de captación activa, definida y revisada periódicamente.

✔ Captación y Visibilidad

Colaboraciones externas activas y estables que generan clientes de forma continua.

✔ Experiencia y Entrega del Servicio

Conocimiento preciso de los momentos de mayor ingreso, usado para organizar el negocio.

✔ Experiencia y Entrega del Servicio

Capacidad organizada para atender toda la demanda en las horas punta sin perder ventas.

✔ Fidelización y Rentabilidad por Cliente

Equipo entrenado para sugerir de forma natural una mayor consumición o productos de más valor.

✔ Fidelización y Rentabilidad por Cliente

Contacto planificado y continuo con los clientes habituales fuera de su visita al local.

✔ Captación y Visibilidad

Respuesta sistemática a todas las reseñas, positivas y negativas, como práctica de gestión de reputación.

✔ Organización, Procesos y Equipo

Negocio capaz de funcionar con normalidad varios días sin la presencia del propietario, con procesos claros.

ENTENDER

Bloqueos críticos

Estos son los problemas de mayor prioridad detectados en tu diagnóstico, antes de entrar en el detalle por palanca.

⚠ Baja diferenciación

Diferenciación y Propuesta de Valor

⚠ Baja captación

Captación y Visibilidad

⚠ Dependencia del fin de semana

Captación y Visibilidad

ENTENDER

Oportunidades de mejora

No solo dónde hay un problema, sino dónde mejorar tiene efecto sobre varias otras áreas de tu negocio a la vez.

▮ Diferenciación y Propuesta de Valor

Una propuesta de valor clara hace que los mensajes de captación sean más eficientes y atraigan tráfico más cualificado. Una identidad de negocio clara es más fácil de traducir en una experiencia y un ambiente coherentes. Un motivo de elección claro es también un motivo real de vuelta.

▮ Estrategia y Gestión del Negocio

Secuencia y sostiene en el tiempo la ejecución del resto de palancas, en vez de dejarlas como esfuerzos aislados.

PALANCA 1 DE 6 · DESCUBRIR

1 Diferenciación y Propuesta de Valor

56%  MEJORABLE

Que el negocio tenga una razón de elección clara y consistente frente a la competencia.

☑ Qué está funcionando

Conocimiento claro de los motivos de elección de los clientes, usado para reforzar la propuesta.

ⓘ Por qué te afecta en el día a día

Una propuesta de valor clara hace que los mensajes de captación sean más eficientes y atraigan tráfico más cualificado.

Afecta directamente a diferenciación y propuesta de valor. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

⚡ Qué conviene reforzar

P1 · Baja diferenciación

🔗 Con qué otras áreas se relaciona

Desbloquea Captación y Visibilidad

Por qué ocurre esto

No se ha definido de forma deliberada un perfil de cliente objetivo, por lo que las decisiones del negocio no tienen una referencia clara a la que dirigirse.

Falta de contraste periódico con la competencia, que impide detectar cuándo la propuesta pierde fuerza relativa.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.
- Construir un mensaje de diferenciación claro y aplicarlo de forma consistente en toda la comunicación.
- Establecer una revisión periódica de la propuesta frente a la competencia.

PALANCA 2 DE 6 · DESCUBRIR

2

Captación y Visibilidad

51%



MEJORABLE

Generar un flujo de clientes nuevos activo y medible, sin depender del azar.

✓ Qué está funcionando

Combinación de canales de captación activa, definida y revisada periódicamente.

Colaboraciones externas activas y estables que generan clientes de forma continua.

Respuesta sistemática a todas las reseñas, positivas y negativas, como práctica de gestión de reputación.

ⓘ Por qué te afecta en el día a día

La captación trae volumen de clientes nuevos, pero por sí sola no garantiza que ese cliente vuelva ni deje más margen.

Afecta directamente a captación y visibilidad. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

⚡ Qué conviene reforzar

P1 · Baja captación

P1 · Dependencia del fin de semana

P2 · Reputación digital débil

🔗 Con qué otras áreas se relaciona

Depende de Diferenciación y Propuesta de Valor

Por qué ocurre esto

Ausencia de medición de resultados por acción, que impide aprender de lo que funciona y descartar lo que no.

No se han tomado decisiones activas para reforzar los momentos de menor demanda.

No existen acciones específicas dirigidas a los días de menor afluencia.

La estacionalidad del negocio no está identificada con datos, lo que impide anticiparla.

El negocio tiene baja visibilidad online frente a búsquedas relevantes de su categoría.

Hay días vacíos, no hay claridad sobre la estacionalidad del año y no se actúa sobre los días de menor afluencia: la actividad depende de unos pocos momentos concentrados.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Diseñar un plan de acciones específico para sostener la actividad fuera de los picos de fin de semana.
- Anticipar la estacionalidad del negocio con datos y planificar con antelación.
- Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.
- Diseñar y sistematizar canales de captación medibles.
- Establecer un calendario de acciones para reforzar los días y momentos de baja afluencia.
- Mejorar la visibilidad online del negocio en búsquedas relevantes.
- Sistematizar la respuesta a reseñas y la gestión activa de la reputación.
- Alinear el contenido visual publicado con la experiencia real del local.

PALANCA 3 DE 6 · DESCUBRIR

3 Estrategia y Gestión del Negocio

58%  MEJORABLE

Priorizar con datos y secuenciar el crecimiento en vez de reaccionar día a día.

❶ Por qué te afecta en el día a día

Secuencia y sostiene en el tiempo la ejecución del resto de palancas, en vez de dejarlas como esfuerzos aislados.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · Escasa estrategia comercial

P2 · Falta de visión estratégica de crecimiento

Por qué ocurre esto

- Los problemas operativos no se resuelven de raíz, por lo que reaparecen de forma recurrente.
- No existe un ejercicio explícito de identificación y priorización de los problemas del negocio.
- No existe un plan de crecimiento a doce meses que oriente las decisiones del negocio.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Implementar indicadores básicos del negocio que sustituyan la decisión por intuición.
- Establecer un proceso de resolución de raíz para los problemas recurrentes.
- Realizar un ejercicio de identificación y priorización de los problemas del negocio.
- Definir un plan de crecimiento a doce meses con seguimiento periódico.

PALANCA 4 DE 6 · DESCUBRIR

4 Organización, Procesos y Equipo

78%  SÓLIDO

Sostener el estándar del negocio sin depender de la presencia constante del propietario.

☑ Qué está funcionando

Negocio capaz de funcionar con normalidad varios días sin la presencia del propietario, con procesos claros.

ⓘ Por qué te afecta en el día a día

Sin procesos ni equipo que la sostengan, la experiencia se degrada en cuanto falta la supervisión directa del propietario.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · Dependencia excesiva del propietario

🔗 Con qué otras áreas se relaciona

Desbloquea Experiencia y Entrega del Servicio

Por qué ocurre esto

El equipo no comparte un criterio único de atención al cliente, lo que exige la presencia constante del propietario para mantener el nivel.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Documentar procesos operativos clave que permitan al equipo actuar sin supervisión directa.
- Establecer criterios de atención compartidos y formación del equipo.

PALANCA 5 DE 6 · DESCUBRIR

5 Experiencia y Entrega del Servicio

64%  SÓLIDO

Sostener una experiencia consistente que cumpla lo que la propuesta de valor promete.

☑ Qué está funcionando

Ambientación diseñada como un conjunto coherente al servicio de una experiencia definida.
Conocimiento preciso de los momentos de mayor ingreso, usado para organizar el negocio.
Capacidad organizada para atender toda la demanda en las horas punta sin perder ventas.

① Por qué te afecta en el día a día

Una experiencia consistente es el motivo real por el que un cliente decide volver.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · Experiencia de cliente inconsistente

P2 · Ocupación irregular

🔗 Con qué otras áreas se relaciona

Depende de Organización, Procesos y Equipo · Desbloquea Fidelización y Rentabilidad por Cliente

Por qué ocurre esto

No existen criterios de atención compartidos por todo el equipo, lo que provoca variabilidad según quién atienda.

No se ha medido el efecto de los tiempos de espera sobre el consumo, por lo que no se gestionan de forma activa.

El espacio del local (terraza, barra, mesas) no se gestiona de forma activa para equilibrar su uso.

Los tiempos de espera afectan al consumo, la calidad de atención varía según quién atienda y los clientes se marchan antes de lo esperado: la experiencia no es predecible para el cliente.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Diseñar la experiencia de ambiente (música, luz, decoración) como un sistema coherente.
- Definir criterios de atención compartidos y formar al equipo en ellos.
- Medir y gestionar activamente los tiempos de espera en los momentos críticos.
- Analizar y documentar los días y horarios de mayor ingreso para organizar la operación en consecuencia.
- Rediseñar el aprovechamiento del espacio (terraza, barra, mesas) según patrones reales de demanda.
- Dimensionar la capacidad de atención en horas punta para evitar pérdida de ventas.

PALANCA 6 DE 6 · DESCUBRIR

6 Fidelización y Rentabilidad por Cliente

71%  SÓLIDO

Conseguir que el cliente ya captado vuelva más veces y deje más margen por visita.

☑ Qué está funcionando

Equipo entrenado para sugerir de forma natural una mayor consumición o productos de más valor.

Contacto planificado y continuo con los clientes habituales fuera de su visita al local.

ⓘ Por qué te afecta en el día a día

Mientras esta palanca no mejore, sigue limitando lo que el resto de tu negocio puede conseguir.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · Ticket medio insuficiente

P2 · Baja recurrencia

🔗 Con qué otras áreas se relaciona

Depende de Experiencia y Entrega del Servicio

Por qué ocurre esto

No se conoce la rentabilidad real de cada producto, lo que impide priorizar lo que más beneficio genera.

Los precios no se revisan de forma periódica frente al tipo de cliente actual.

No existen acciones concretas que den a los clientes un motivo real para volver.

No se conocen los motivos por los que algunos clientes dejan de venir, lo que impide corregirlos.

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- Implementar un sistema de medición de la repetición de visita.
- Diseñar un programa de fidelización con motivos reales de vuelta.
- Establecer un canal de contacto con clientes habituales fuera de su visita.
- Calcular y monitorizar el ticket medio de forma periódica.
- Rediseñar la carta priorizando los productos de mayor rentabilidad.
- Formar al equipo en venta sugerida y venta cruzada.

DESCUBRIR

Qué bloquea a qué

Estas son condiciones, no simples ayudas: lo segundo no avanza con eficacia mientras lo primero siga sin resolverse.

⚠ **Diferenciación y Propuesta de Valor debe ir antes que Captación y Visibilidad**

Sin un motivo de elección claro, invertir en atraer más clientes trae al cliente equivocado o desperdicia el mensaje.

⚠ **Organización, Procesos y Equipo debe ir antes que Experiencia y Entrega del Servicio**

Una mejora de experiencia sin equipo ni procesos que la sostengan se degrada en cuanto falta la supervisión directa.

⚠ **Experiencia y Entrega del Servicio debe ir antes que Fidelización y Rentabilidad por Cliente**

No compensa invertir en fidelización si la experiencia real sigue siendo inconsistente: el cliente no vuelve por un programa si la visita en sí decepciona.

PRIORIZAR

Qué resolver primero

De un vistazo, por qué el orden de tus Acciones Inmediatas y tu Roadmap es el que es.

⚠ ESTA SEMANA
Baja diferenciación
Baja captación

📅 ESTE MES
Experiencia de cliente inconsistente
Ocupación irregular
Dependencia del fin de semana
Ticket medio insuficiente
Baja recurrencia
Reputación digital débil
Dependencia excesiva del propietario
Escasa estrategia comercial
Falta de visión estratégica de crecimiento

CÓMO LEER ESTO

Lo de la izquierda de arriba es lo que más rápido afecta a tu facturación si no lo tocas.

Lo de más abajo es importante, pero no genera un daño inmediato.

El orden está calculado a partir de tus propias respuestas, no es una opinión.

ACCIONES INMEDIATAS

Qué hacer ahora

Estos son los 3 problemas más urgentes detectados en tu diagnóstico. Conviene estabilizarlos antes de avanzar.

1 Dependencia del fin de semana

Afecta directamente a captación y visibilidad. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

Diseñar un plan de acciones específico para sostener la actividad fuera de los picos de fin de semana.

Captación y Visibilidad

2 Baja diferenciación

Afecta directamente a diferenciación y propuesta de valor. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.

Diferenciación y Propuesta de Valor

3 Baja captación

Afecta directamente a captación y visibilidad. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.

Captación y Visibilidad

PRIORIZAR

Plan de acción

1 MES

Acciones inmediatas. Estabilizar lo urgente antes de avanzar.

1 Dependencia del fin de semana

Diseñar un plan de acciones específico para sostener la actividad fuera de los picos de fin de semana.

CAPTACIÓN Y VISIBILIDAD

2 Baja diferenciación

Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.

DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

3 Baja captación

Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.

CAPTACIÓN Y VISIBILIDAD

PRIORIZAR

Plan de acción

3 MESES

Consolidar lo resuelto y resolver bloqueos intermedios.

1 Experiencia de cliente inconsistente

Diseñar la experiencia de ambiente (música, luz, decoración) como un sistema coherente.

EXPERIENCIA Y ENTREGA DEL SERVICIO

2 Reputación digital débil

Mejorar la visibilidad online del negocio en búsquedas relevantes.

CAPTACIÓN Y VISIBILIDAD

3 Baja recurrencia

Implementar un sistema de medición de la repetición de visita.

FIDELIZACIÓN Y RENTABILIDAD POR CLIENTE

PRIORIZAR

Resumen del plan

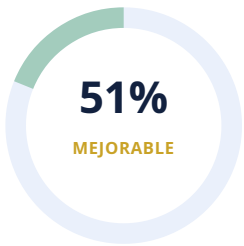
Una única tabla de consulta con todo lo que ya has visto en detalle en las páginas anteriores — para volver a ella cuando la necesites, sin releer todo el documento.

PROBLEMA	ACCIÓN RECOMENDADA	PALANCA
Dependencia del fin de semana	Diseñar un plan de acciones específico para sostener la actividad fuera de los picos de fin de semana.	Captación y Visibilidad
Baja diferenciación	Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.	Diferenciación y Propuesta de Valor
Baja captación	Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.	Captación y Visibilidad
Dependencia del fin de semana	Anticipar la estacionalidad del negocio con datos y planificar con antelación.	Captación y Visibilidad
Baja diferenciación	Construir un mensaje de diferenciación claro y aplicarlo de forma consistente en toda la comunicación.	Diferenciación y Propuesta de Valor
Baja captación	Diseñar y sistematizar canales de captación medibles.	Captación y Visibilidad
Baja diferenciación	Establecer una revisión periódica de la propuesta frente a la competencia.	Diferenciación y Propuesta de Valor
Baja captación	Establecer un calendario de acciones para reforzar los días y momentos de baja afluencia.	Captación y Visibilidad

DECIDIR

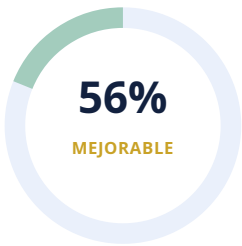
De aquí, hasta aquí

Tu situación actual en cada palanca, de la más crítica a la más sólida, frente a la zona que este diagnóstico define como consolidada.



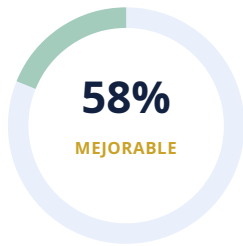
Captación y Visibilidad

Quedan 30 puntos para la zona objetivo



Diferenciación y Propuesta de Valor

Quedan 25 puntos para la zona objetivo



Estrategia y Gestión del Negocio

Quedan 23 puntos para la zona objetivo



Experiencia y Entrega del Servicio

Quedan 17 puntos para la zona objetivo



Fidelización y Rentabilidad por Cliente

Quedan 10 puntos para la zona objetivo



Organización, Procesos y Equipo

Quedan 3 puntos para la zona objetivo

Esto es un escenario de evolución potencial si se ejecutan las acciones recomendadas, no una previsión garantizada de resultados comerciales.



CIERRE

Tu hoja de ruta

De dónde estás a dónde vamos, paso a paso.

1 Paso 1: Estabilizar lo urgente

Qué hacemos: Resolvemos primero los bloqueos que te están costando dinero hoy. Paramos la sangría antes de construir algo nuevo.

Por qué: Mientras siga roto lo básico, cualquier mejora nueva se desmorona. Es como pintar una casa con goteras: el color no arregla el problema de fondo.

En tu caso: Diseñar un plan de acciones específico para sostener la actividad fuera de los picos de fin de semana.

2 Paso 2: Organizar para crecer

Qué hacemos: Ponemos procesos claros y medibles para que el negocio funcione sin depender de una sola persona ni de la memoria de nadie.

Por qué: El crecimiento solo es sostenible cuando tu negocio puede repetir lo que hace bien sin que tú estés encima. Si no, creces un mes y colapsas al siguiente.

En tu caso: Diseñar la experiencia de ambiente (música, luz, decoración) como un sistema coherente.

3 Paso 3: Escalar lo que funciona

Qué hacemos: Potenciamos la captación y la fidelización una vez que la base es sólida. Atraemos más y mejores clientes, y hacemos que vuelvan.

Por qué: Atraer más clientes solo tiene sentido si tu negocio está listo para atenderlos bien y que vuelvan. Si no, gastas en publicidad para llenar una cubeta con agujeros.

En tu caso: Tu situación actual no requiere esta fase todavía.

Este es un escenario de evolución basado en tus respuestas. El orden y la velocidad dependen de tu situación real, tu equipo y tu temporada.