



SISTEMA DE SEGUIMIENTO INTELIGENTE

Diagnóstico estratégico de tu negocio

Informe de Consultoría Estratégica

NEGOCIO

Pepitona

CLIENTE

Pepi Domingues

FECHA

**24 de julio de
2026**

EXPEDIENTE

**b76f9862-c1a4-4e08-
b4fc-7dbfd6d772ac**

NEXO IA

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 1

El Espejo

Antes de entrar en lo que hay que corregir en Pepitona, este informe se detiene en lo que ya funciona. No es un gesto de cortesía: es el punto de partida real desde el que se construye todo lo que viene después. Lo que sigue no es una opinión sobre tu negocio — es una lectura precisa de lo que el propio diagnóstico ha reconocido en él, sin juzgarlo todavía de bueno o malo. Antes de mostrarte qué falla, queremos que compruebes que te hemos entendido bien.

En lo que respecta a identidad y diferenciación: Mensaje de diferenciación identificado con claridad, aunque no se aplica de forma sistemática en la comunicación. Además, alineación mayoritaria entre el público real y el perfil objetivo, sin verificación sistemática de su consistencia en el tiempo. Asimismo, conocimiento claro de los motivos de elección de los clientes, usado para reforzar la propuesta.

En lo que respecta a experiencia en el local: Primera impresión que refleja razonablemente el ambiente buscado, sin cuidado deliberado de cada detalle. Además, ambientación diseñada como un conjunto coherente al servicio de una experiencia definida. Asimismo, conocimiento razonable de lo que valoran los clientes, sin haberlo confirmado directamente con ellos.

En lo que respecta a captación de clientes: Conocimiento razonable del origen de los clientes nuevos, sin revisión habitual que lo mantenga actualizado. Además, combinación de canales de captación activa, definida y revisada periódicamente. Asimismo, eventos o promociones con capacidad de atraer público nuevo con cierta regularidad, sin calendario planificado. A esto se suma que colaboraciones externas activas y estables que generan clientes de forma continua. También destaca que llegada de clientes nuevos razonablemente constante, sin alcanzar un patrón plenamente predecible.

En lo que respecta a ocupación y horarios: Conocimiento preciso de los momentos de mayor ingreso, usado para organizar el negocio. Además, comprensión razonable de por qué ciertas zonas se llenan antes, sin traducirla en decisiones de organización del espacio. Asimismo, capacidad organizada para atender toda la demanda en las horas punta sin perder ventas.

En lo que respecta a ticket medio y rentabilidad: Conocimiento razonablemente preciso del ticket medio, sin revisión periódica que lo mantenga actualizado. Además, equipo entrenado para sugerir de forma natural una mayor consumición o productos de más valor. Asimismo, alguna forma de aumentar el gasto medio probada con éxito, sin convertirla en una práctica continua y medida.

En lo que respecta a fidelización de clientes: Conocimiento aproximado del porcentaje de clientes que repite, sin seguimiento continuado en el tiempo. Además, contacto planificado y continuo con los clientes habituales fuera de su visita al local. Asimismo, recomendación del local con cierta frecuencia por parte de clientes habituales, sin ser todavía un comportamiento generalizado.

En lo que respecta a reputación digital: Contenido visual que suele reflejar bien el ambiente real, sin cuidado deliberado y sistemático en su producción. Además, respuesta sistemática a todas las reseñas, positivas y negativas, como práctica de gestión de reputación. Asimismo, conocimiento razonable de qué campañas o publicaciones funcionan mejor, sin sistematizar su repetición consciente.

En lo que respecta a estructura y gestión interna: Negocio capaz de funcionar con normalidad varios días sin la presencia del propietario, con procesos claros. Además, mayoría de decisiones apoyadas en datos del negocio, sin sistematizar plenamente el proceso de decisión.

En lo que respecta a visión estratégica de crecimiento: Idea bastante clara de la mejora de mayor impacto potencial, sin confirmación precisa de su prioridad. Además, idea bastante clara del cambio de mayor impacto individual, sin confirmación precisa de que sea la opción óptima.

Esto es lo que ya tienes construido en tu negocio. Lo que sigue no lo cuestiona: parte de ello para mostrarte, con la misma precisión, qué es lo que todavía no funciona.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 2

La Fractura

Ningún problema de tu negocio aparece de forma aislada: cada uno de los que siguen es la consecuencia directa de lo que ya has reconocido en el bloque anterior. Esto es lo que, con la misma precisión, el diagnóstico identifica que está fallando realmente.

El negocio no tiene un posicionamiento claro: no sabe a quién quiere atraer, no puede explicar qué le hace distinto y el público que acude no siempre coincide con el que busca. Además, la experiencia real dentro del local varía según el día, el momento o quién atienda, sin que el negocio controle activamente los elementos que la determinan (ambiente, tiempos, atención). Asimismo, la llegada de clientes nuevos no está gestionada de forma activa: no se conoce su origen, no hay canales sistemáticos, no se mide qué funciona y el flujo de clientes nuevos es irregular. A esto se suma que el negocio no gestiona activamente su aforo: desconoce sus mejores momentos, no equilibra el uso del espacio y pierde ventas en las horas de mayor demanda por falta de capacidad de atención. También destaca que el negocio concentra su actividad en unos pocos días o momentos del año, sin estrategia activa para sostener la ocupación fuera de esos picos. Además, el negocio no conoce ni gestiona activamente cuánto gasta cada cliente: no sabe qué es rentable, no incentiva el consumo adicional y no revisa precios ni carta con regularidad. Asimismo, el negocio no sabe cuántos clientes repiten ni por qué dejan de venir, y no tiene mecanismos activos para generar motivos reales de vuelta. A esto se suma que la presencia online del negocio no refleja fielmente la experiencia real, es poco visible y no se gestiona de forma activa (reseñas, campañas, contenido). También destaca que el negocio no puede sostenerse sin la presencia directa del propietario, y el equipo no comparte criterios claros de actuación. Además, las decisiones del negocio se toman de forma reactiva e intuitiva, sin datos, y los problemas operativos se repiten sin resolverse de raíz. Asimismo, el negocio no tiene identificados con claridad sus problemas principales, la mejora de mayor impacto, ni un plan concreto para hacer crecer el negocio.

Estos son, con la misma precisión con que ya has reconocido lo anterior, los problemas reales de tu negocio. Lo que viene ahora es entender por qué se producen.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 3

La Raíz

Cada problema que acabas de reconocer tiene un origen concreto en tu negocio. Esto es lo que el diagnóstico identifica como causa real de cada uno.

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

No existen criterios de atención compartidos por todo el equipo, lo que provoca variabilidad según quién atienda. Además, no se ha medido el efecto de los tiempos de espera sobre el consumo, por lo que no se gestionan de forma activa.

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

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

No se han tomado decisiones activas para reforzar los momentos de menor demanda. Además, no existen acciones específicas dirigidas a los días de menor afluencia. Asimismo, la estacionalidad del negocio no está identificada con datos, lo que impide anticiparla.

No se conoce la rentabilidad real de cada producto, lo que impide priorizar lo que más beneficio genera. Además, 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. Además, no se conocen los motivos por los que algunos clientes dejan de venir, lo que impide corregirlos.

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

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

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. Además, no existe un plan de crecimiento a doce meses que oriente las decisiones del negocio.

Estas son las causas reales detrás de lo que ya has reconocido en tu negocio. Lo que sigue muestra cómo se relacionan entre sí.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 4

El Mapa

Los problemas y causas que ya conoces no funcionan de forma aislada dentro de tu negocio. Esto es lo que el diagnóstico identifica sobre cómo se conectan entre sí.

DEPENDENCIA CRÍTICA DEL FIN DE SEMANA

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.

FUGA DE CLIENTES POR EXPERIENCIA INCONSISTENTE

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.

Durante este diagnóstico no hemos detectado contradicciones internas relevantes entre las distintas áreas de tu negocio. Las fortalezas, los problemas y las causas que hemos identificado mantienen un comportamiento coherente entre sí, por lo que este análisis puede leerse sin tensiones internas que condicionen su interpretación.

Con esto, el funcionamiento conjunto de tu negocio queda claro. Lo que falta ahora es determinar qué partes de ese sistema deben abordarse primero, precisamente por el efecto que tienen sobre el conjunto.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 5

La Urgencia

Dentro de todo lo que ya conoces sobre tu negocio, el diagnóstico distingue un primer nivel de atención: los problemas que requieren respuesta antes que el resto, no porque los demás dejen de importar, sino porque el propio sistema los sitúa en ese nivel.

1

Baja diferenciación

Situación mejorable. Conviene planificar acciones.

2

Baja captación

Área razonablemente sólida, aunque todavía puede optimizarse.

3

Dependencia del fin de semana

Prioridad crítica. Requiere actuación inmediata.

Estas cuestiones no tienen un orden interno entre sí ni implican todavía una secuencia de ejecución — eso lo muestra el bloque siguiente. El resto de problemas de tu negocio sigue siendo real: este bloque no los descarta, solo refleja que el sistema los sitúa en un nivel de atención posterior.

Con esto queda identificado el primer nivel de atención de tu negocio. El informe continúa a partir de aquí.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 6

El Camino

Identificado ya el primer nivel de atención de tu negocio, el siguiente paso consiste en conocer las acciones prioritarias que el sistema asocia a cada una de esas cuestiones.

BAJA DIFERENCIACIÓN

- 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.

BAJA CAPTACIÓN

- 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.

DEPENDENCIA DEL FIN DE SEMANA

- 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.

Estas acciones prioritarias no tienen entre sí un orden de ejecución ni llevan asignado un esfuerzo, un impacto esperado o una persona responsable: son las que el propio diagnóstico ha identificado, no una hoja de ruta de implantación. Tu negocio tiene

además más frentes abiertos que este bloque no trata aquí — siguen siendo reales, y este informe ya los ha recogido en los apartados anteriores.

Saber qué se puede hacer no es lo mismo que tener con qué hacerlo. Eso es lo que el informe aborda a continuación.

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 7

El Horizonte

Con esto concluye el diagnóstico estratégico de tu negocio: lo que revela, los problemas que atraviesa, las causas que los explican, cómo se conectan entre sí, qué requiere atención primero y qué acciones prioritarias existen para empezar a moverlo.

Lo que sigue no añade nada nuevo: es lo que todo esto significa en conjunto. Este informe no es una suma de observaciones independientes, sino una interpretación integrada de tu negocio, en la que cada parte solo se entiende del todo por su relación con las demás. Ese es su valor real: no te devuelve datos sueltos, te devuelve tu propio negocio entendido como un conjunto.

Comprender no transforma un negocio por sí solo — pero ninguna transformación sólida empieza sin comprender primero. Si decides dar ese siguiente paso, NEXO IA puede acompañarte; esa es una decisión tuya, no una condición de este informe. Lo que tienes ahora es la comprensión con la que termina esta lectura —tu negocio visto con la misma precisión con la que empezamos a mirarlo— y, con ella, una base firme para tomar mejores decisiones.