



SISTEMA DE SEGUIMIENTO INTELIGENTE

Diagnóstico estratégico de tu negocio

Diagnóstico Completo



NEGOCIO

BEACH POINT

CLIENTE

Beatriz Gené Solà

FECHA

**28 de julio de
2026**

EXPEDIENTE

EECD28CE

NEXO IA

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.

Nivel cualitativo de atención

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

1	Baja diferenciación	CONVIENE REVISAR	
2	Ticket medio insuficiente	CONVIENE REVISAR	
3	Experiencia de cliente inconsistente	CONVIENE REVISAR	

PRIMERA ORIENTACIÓN

Si solo pudieras revisar una cosa antes que el resto, sería: baja diferenciación.

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.

52%

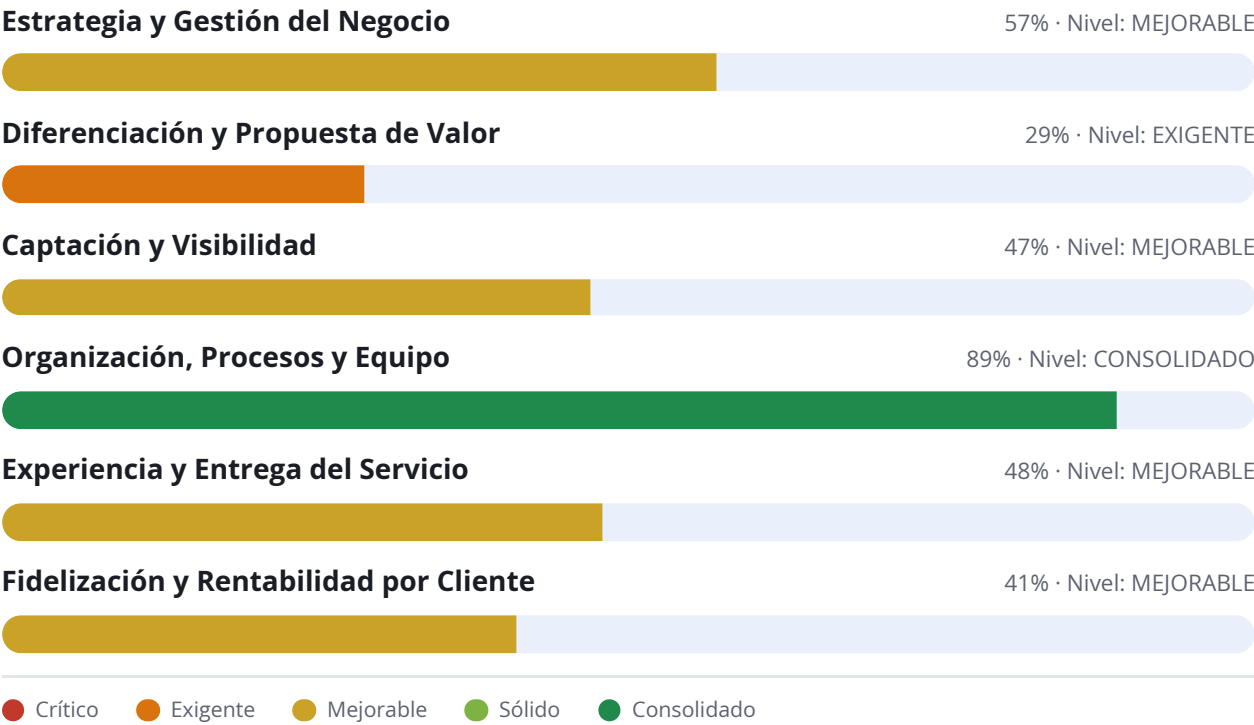
MEJORABLE

Según este diagnóstico, actualmente existe un amplio margen de mejora en el rendimiento global del negocio.

1 de las 6 palancas requiere atención prioritaria y 1 ya está consolidada.

Las seis palancas de tu negocio

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



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.

Estrategia y Gestión del Negocio	Escasa estrategia comercial	Falta de visión estratégica de crecimiento	
Diferenciación y Propuesta de Valor	Baja diferenciación		
Captación y Visibilidad	Baja captación	Dependencia del fin de semana	Reputación digital débil
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.

✔ **Organización, Procesos y Equipo**

Nivel CONSOLIDADO (89%). Puedes apoyarte en esta base para ejecutar cambios en el resto de tu negocio sin que se resienta.

ENTENDER

Bloqueos críticos

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

⚠ **Baja diferenciación** **EXIGENTE**

Diferenciación y Propuesta de Valor

⚠ **Ticket medio insuficiente** **EXIGENTE**

Fidelización y Rentabilidad por Cliente

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.

⚡ Estrategia y Gestión del Negocio

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

⚡ 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.

⚡ Experiencia y Entrega del Servicio

Una experiencia consistente es el motivo real por el que un cliente decide volver. Una experiencia consistente genera reputación y recomendación, que alimentan la captación de forma indirecta.

PALANCA 1 DE 6 · DESCUBRIR

1 Estrategia y Gestión del Negocio

57%  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

- Las decisiones se toman principalmente por intuición, sin apoyo de datos reales del negocio.
- Los problemas operativos no se resuelven de raíz, por lo que reaparecen de forma recurrente.
- No se ha identificado cuál sería la mejora de mayor impacto potencial sobre la facturación.

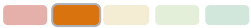
Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

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

PALANCA 2 DE 6 · DESCUBRIR

2 Diferenciación y Propuesta de Valor

29%  EXIGENTE

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

📌 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.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · 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.

El público real nunca se ha comparado con el perfil deseado, por lo que las posibles desviaciones no se detectan ni corrigen.

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 3 DE 6 · DESCUBRIR



Captación y Visibilidad

47%



MEJORABLE

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

❶ 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.

⚡ Qué conviene reforzar

P2 · Baja captación

P2 · 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

No conoce el origen de sus clientes, no mide sus campañas, las redes sociales no generan visitas reales y el local se vacía entre semana: la captación no está gestionada como un sistema.

Es difícil de encontrar online, su contenido visual no refleja el ambiente real y las redes no generan tráfico: la presencia digital no está cumpliendo su función de escaparate.

No se han diseñado eventos ni promociones pensados específicamente para atraer público nuevo.

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

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

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- 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.
- 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.

PALANCA 4 DE 6 · DESCUBRIR

4 Organización, Procesos y Equipo

89%  CONSOLIDADO

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

❶ 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

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

48%  MEJORABLE

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

📌 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

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.

Los elementos de ambientación no se han diseñado como un sistema coherente, sino de forma independiente entre sí.

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

No se ha dimensionado la capacidad de atención para las horas punta, generando pérdida de ventas por saturación.

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

41%  MEJORABLE

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

❗ 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

Desconoce el ticket medio, desconoce qué productos son rentables y no revisa precios: el negocio opera sin visibilidad económica real sobre su propia actividad.

No mide la repetición de visita, no hace nada para que los clientes vuelvan y no mantiene contacto con los habituales: no existe una estrategia de retención, solo captación puntual.

No existen prácticas de venta sugerida ni de incremento del consumo por visita.

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

Qué deberíamos hacer

ACCIONES RECOMENDADAS

- 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.
- 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.

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.

⚠ **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.

⚠ **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.

PRIORIZAR

Qué resolver primero

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

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

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 2 problemas más urgentes detectados en tu diagnóstico. Conviene estabilizarlos antes de avanzar.

1 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

2 Ticket medio insuficiente

Afecta directamente a fidelización y rentabilidad por cliente. Cuanto más tiempo pase sin resolverse, mayor será su impacto en el crecimiento de tu negocio.

Calcular y monitorizar el ticket medio de forma periódica.

Fidelización y Rentabilidad por Cliente

PRIORIZAR

Plan de acción

1 MES

Acciones inmediatas. Estabilizar lo urgente antes de avanzar.

1 Baja diferenciación

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

DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR

2 Ticket medio insuficiente

Calcular y monitorizar el ticket medio de forma periódica.

FIDELIZACIÓN Y RENTABILIDAD POR CLIENTE

PRIORIZAR

Plan de acción

3 MESES

Consolidar lo resuelto y resolver bloqueos intermedios.

Mes 1

Baja captación

Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.

CAPTACIÓN Y VISIBILIDAD

Mes 2

Reputación digital débil

Mejorar la visibilidad online del negocio en búsquedas relevantes.

CAPTACIÓN Y VISIBILIDAD

Mes 3

Experiencia de cliente inconsistente

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

EXPERIENCIA Y ENTREGA DEL SERVICIO

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
Baja diferenciación	Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.	Diferenciación y Propuesta de Valor
Ticket medio insuficiente	Calcular y monitorizar el ticket medio de forma periódica.	Fidelización y Rentabilidad por Cliente
Baja captación	Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.	Captación y Visibilidad
Reputación digital débil	Mejorar la visibilidad online del negocio en búsquedas relevantes.	Captación y Visibilidad
Experiencia de cliente inconsistente	Diseñar la experiencia de ambiente (música, luz, decoración) como un sistema coherente.	Experiencia y Entrega del Servicio

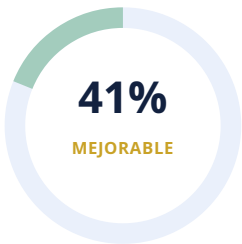
DECIDIR

De aquí, hasta aquí

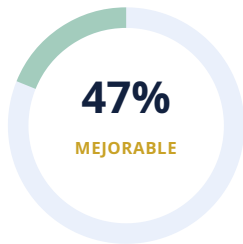
Tu situación actual en cada palanca, de la más crítica a la más sólida, frente a la zona que este diagnóstico define como consolidada.



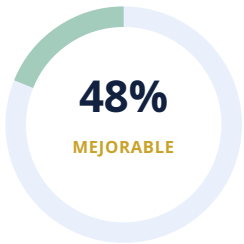
Diferenciación y Propuesta de Valor
Quedan 52 puntos para la zona objetivo



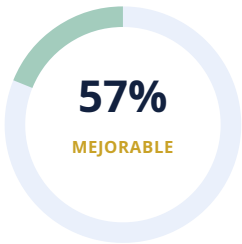
Fidelización y Rentabilidad por Cliente
Quedan 40 puntos para la zona objetivo



Captación y Visibilidad
Quedan 34 puntos para la zona objetivo



Experiencia y Entrega del Servicio
Quedan 33 puntos para la zona objetivo



Estrategia y Gestión del Negocio
Quedan 24 puntos para la zona objetivo



Organización, Procesos y Equipo
Ya en 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: Definir de forma explícita el perfil de cliente objetivo y validarlo frente al público real.

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: Implementar el seguimiento del origen de los clientes nuevos.

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.