



SISTEMA DE SEGUIMIENTO INTELIGENTE

Diagnóstico estratégico de tu negocio

Informe de Consultoría Estratégica

NEGOCIO

BEACH POINT

CLIENTE

Beatriz Gené Solà

FECHA

**29 de julio de
2026**

EXPEDIENTE

**eecd28ce-8a59-467f-
b8f4-d6f5636a898f**

NEXO IA

INFORME DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA · BLOQUE 1

El Espejo

Antes de entrar en lo que hay que corregir en BEACH POINT, 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.

En lo que respecta a captación de clientes: Varios canales de captación en uso habitual, sin una combinación definida ni revisión periódica. Además, acciones concretas para reforzar los días de menor afluencia, sin un plan estable que las sostenga en el tiempo.

En lo que respecta a ocupación y horarios: Conocimiento razonable de los días y horarios de mayor ingreso, sin organizar el negocio de forma explícita en función de ellos.

En lo que respecta a reputación digital: Respuesta habitual a la mayoría de las reseñas, sin sistematizarla para incluir todos los casos.

En lo que respecta a estructura y gestión interna: Capacidad del negocio de funcionar correctamente varios días sin el propietario, sin procesos plenamente documentados que lo garanticen. Además, criterios de atención conocidos por la mayoría del equipo, sin ser un estándar plenamente compartido por todos.

En lo que respecta a visión estratégica de crecimiento: Principales problemas del negocio identificados, sin revisión periódica que los mantenga actualizados. Además, plan de crecimiento bastante concreto para el próximo año, sin seguimiento activo que garantice su ejecución.

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

Los elementos de ambientación no se han diseñado como un sistema coherente, sino de forma independiente entre sí. Además, no existen criterios de atención compartidos por todo el equipo, lo que provoca variabilidad según quién atienda. Asimismo, no se ha medido el efecto de los tiempos de espera sobre el consumo, por lo que no se gestionan de forma activa.

No existe seguimiento del origen de los clientes nuevos, lo que impide saber qué canal está funcionando realmente. Además, ausencia de medición de resultados por acción, que impide aprender de lo que funciona y descartar lo que no. Asimismo, no se han diseñado eventos ni promociones pensados específicamente para atraer público nuevo.

El espacio del local (terraza, barra, mesas) no se gestiona de forma activa para equilibrar su uso. Además, no se ha dimensionado la capacidad de atención para las horas punta, generando pérdida de ventas por saturación.

No se han tomado decisiones activas para reforzar los momentos de menor demanda. Además, la estacionalidad del negocio no está identificada con datos, lo que impide anticiparla.

No se calcula ni revisa el ticket medio, por lo que no existe un punto de partida claro para mejorarlo. Además, no se conoce la rentabilidad real de cada producto, lo que impide priorizar lo que más beneficio genera. Asimismo, no existen prácticas de venta sugerida ni de incremento del consumo por visita. A esto se suma que los precios no se revisan de forma periódica frente al tipo de cliente actual.

No se mide qué porcentaje de clientes repite, por lo que la fidelización no se gestiona como un objetivo explícito. Además, no existen acciones concretas que den a los clientes un motivo real para volver. Asimismo, 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. Además, el contenido publicado no refleja con fidelidad la experiencia real del local, generando una desconexión entre expectativa y realidad.

Las decisiones se toman principalmente por intuición, sin apoyo de datos reales del negocio. Además, 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.

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.

CAPTACIÓN INSUFICIENTE

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.

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.

NEGOCIO INVISIBLE EN DIGITAL

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.

PUNTO CIEGO DE RENTABILIDAD

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

FIDELIZACIÓN INEXISTENTE

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.

CONTRADICCIÓN INTERNA

Afirma que todo el equipo tiene claro y compartido cómo debe atender a un cliente, pero al mismo tiempo reconoce que la calidad de la atención varía mucho según quién atienda — ambas cosas no pueden ser ciertas a la vez.

CONTRADICCIÓN INTERNA

Afirma que el negocio funciona con normalidad varios días sin la presencia del propietario, pero reconoce que hay problemas recurrentes sin resolver y que las decisiones se toman principalmente por intuición — una operación verdaderamente autónoma no convive con esas dos carencias.

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.

El diagnóstico no ha situado ningún problema de tu negocio en el primer nivel de atención con las respuestas actuales.

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.

El diagnóstico no ha identificado acciones prioritarias para tu negocio con las respuestas actuales.

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.