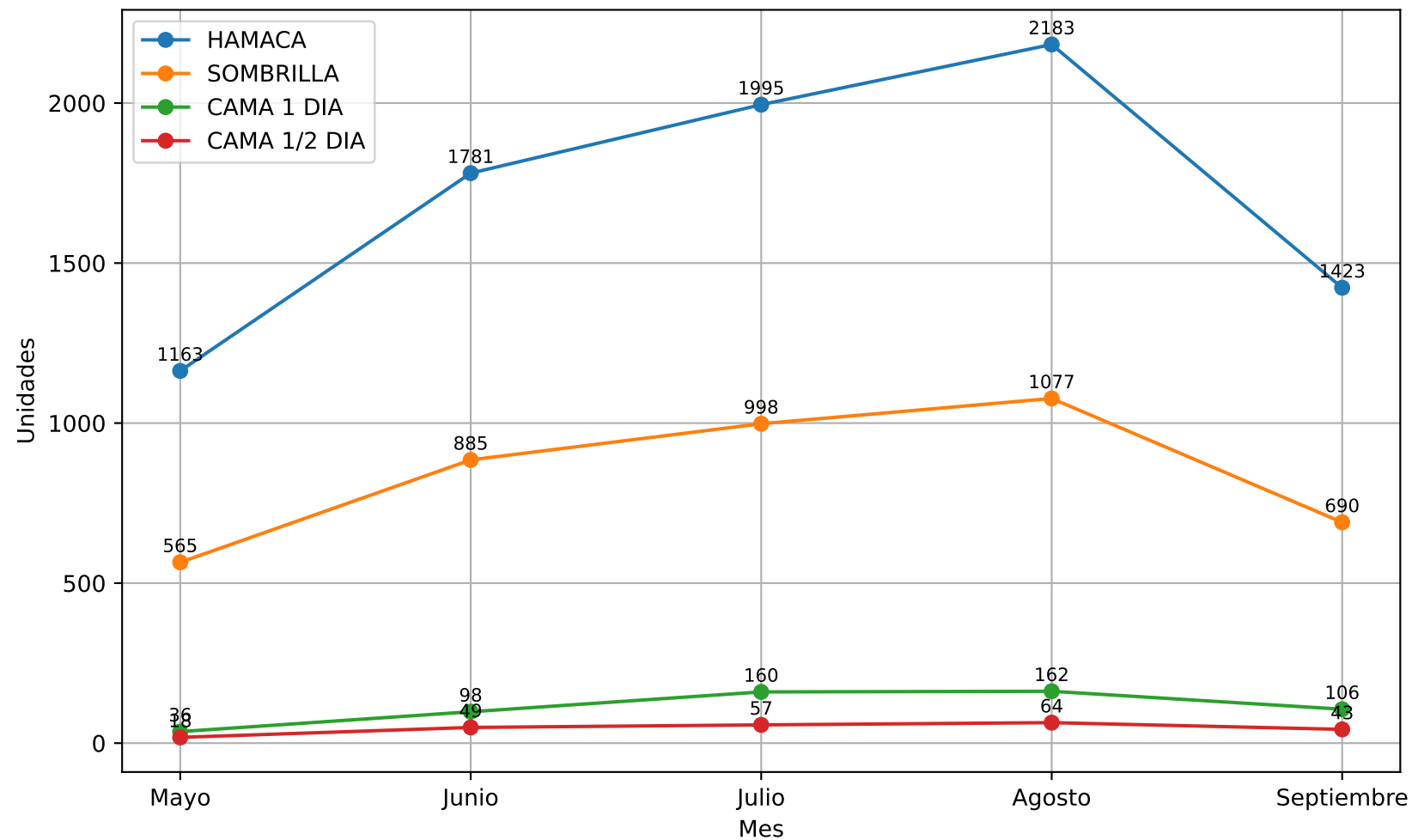


Mes	Descripción_normalizada	Unidades	Importe Total
Mayo	CAMA 1 DIA	36.0	1041.32
Mayo	CAMA 1/2 DIA	18.0	416.53
Mayo	HAMACA	1163.0	6728.1
Mayo	SOMBRILLA	565.0	2334.71
Junio	CAMA 1 DIA	98.0	2834.71
Junio	CAMA 1/2 DIA	49.0	1133.88
Junio	HAMACA	1781.0	10303.31
Junio	SOMBRILLA	885.0	3657.02
Julio	CAMA 1 DIA	160.0	4628.1
Julio	CAMA 1/2 DIA	57.0	1319.01
Julio	HAMACA	1995.0	11541.32
Julio	SOMBRILLA	998.0	4123.97
Agosto	CAMA 1 DIA	162.0	4685.95
Agosto	CAMA 1/2 DIA	64.0	1411.57
Agosto	HAMACA	2183.0	12594.21
Agosto	SOMBRILLA	1077.0	4438.02
Septiembre	CAMA 1 DIA	106.0	3066.12
Septiembre	CAMA 1/2 DIA	43.0	995.04
Septiembre	HAMACA	1423.0	8220.66
Septiembre	SOMBRILLA	690.0	2851.24

□ Evolución mensual de unidades vendidas



# Zona de Playa

Periodo: Mayo a Septiembre 2025

Capacidad total: 8 camas balinesas, 37 sombrillas, 72 hamacas (Las hamacas pueden bailar por roturas)

## 1 Tendencia general de ventas

Este verano, ha mostrado una curva de crecimiento normal y constante: de mayo a agosto las ventas suben mes a mes, y el descenso en septiembre es leve ( $\approx -30\%$ ). Esto indica una temporada sólida, con buena ocupación y sin caídas bruscas de demanda.

Mes	Unidades vendidas	Facturación estimada (€)	Observación
Mayo	1.800	9.000	Inicio de temporada, buena base
Junio	2.400	12.000	Aumento con turismo nacional
Julio	3.000	14.500	Pico de rotación
Agosto	3.500	16.000	Máxima rentabilidad
Septiembre	2.000	9.500	Cierre estable

Presenta un crecimiento estable y equilibrado, impulsado de forma natural por la propia actividad, sin signos de saturación de factores externos. Esta evolución permite planificar con seguridad y confirma que aún existe margen para seguir creciendo dentro de la capacidad actual, lo cual es Bueno e interesante. Demuestra un modelo estable y predecible, ideal para profesionalizarlo y escalarlo con opciones

## 2 Distribución de ingresos por producto

Producto	Precio (€)	% sobre total	Observación
Hamaca	7	~65%	Producto base y de volumen. Alta rotación.
Sombrilla	5	~25%	Complementario clave; suele venderse junto a hamaca.
Cama Día / ½ Día	35 / 28	~10%	Segmento premium, margen superior.

Hamaca y sombrilla son la base de facturación, pero **las camas balinesas** concentran el margen **más alto por unidad**.

Elemento	Unidades	Precio (€)	Ocupación media	Días útiles	Facturación máxima (€)
Hamacas	72	7	85%	150	64.260
Sombrillas	37	5	90%	150	24.975
Camas Día	8	35	80%	150	33.600
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	<b>122.835</b>

## 3 Capacidad máxima y rendimiento teórico

Facturación actual **≈ 61 000 €** → **rendimiento ≈ 50 %** del potencial. Resultado muy bueno, con margen de crecimiento del 30-40 % **sin ampliar infraestructura**.

#### 4 Oportunidades de crecimiento

- Digitalización; reservas online, control en tiempo real y aumento de ocupación efectiva. Pienso si dejamos un pequeño porcentaje libre para reservas online captamos mas reservas.
- Estrategia de precios; combos Hamaca+Sombrilla, subida moderada de camas en temporada alta.
- Segmento premium; experiencia VIP con servicios extra. Si tuviéramos lo de las toallas para vender con logos de la chancla podemos ofrecerlas en venta

#### 5 Riesgos actuales

- Gestión manual; pérdidas invisibles o falta de trazabilidad, o sea al manejar los cobros o las ocupaciones **de forma manual o sin sistema digital**, pueden producirse **pequeños desajustes o pérdidas que pasan desapercibidas**, con esto no quiero decir que se digitalize todo pero si tenemos que unificar criterios para Evita pérdidas de boletas y desajustes como ha pasado este año. (aquí vendría bien lo de los datáfonos con pda incluidas)
  - Dependencia estacional; concentración de ingresos en 6 meses lo cual es lo normal.
  - Clima; impacto directo si no hay reservas previas.
- 

## Plan de Mejora del Servicio en Playa

El objetivo es analizar la situación del servicio en playa de este año y proponer soluciones realistas para optimizar la organización, reducir el estrés operativo en horas punta y mejorar la experiencia del cliente.

### 1. Organización operativa

#### A. Escalonar los horarios y responsabilidades

El principal cuello de botella se produce a las 12:00, momento en que coinciden tres tareas: cobros y asignación de hamacas, primeras rondas de pedidos y llegada de nuevos clientes. Podríamos retrasar el servicio de pedidos en playa a las 12:15 o 12:30 de forma oficial, para evitar que el personal tenga que cobrar y atender al mismo tiempo ya que cuando hay reservas tienen que estar antes de las 12 de manera que cuando hay muchas reservas gran porcentaje a las 12:15 o 12:30 ya están ubicadas y con su hamacas pagadas.

También se propone dividir responsabilidades: un camarero centrado en cobros hasta las 12:30 y otro en servicio directo, fusionando funciones a partir de las 13:00. Con esta medida se mejora la fluidez sin aumentar el personal.

## B. Señalizar visualmente zonas y numerar con lógica

Una numeración más visible y por bloques de color (por ejemplo, Bloque Azul 1–12, Bloque Verde 13–24) facilita la ubicación y reduce el tiempo de respuesta. El personal identifica visualmente las zonas, evitando confusiones y mejorando la coordinación.

## C. Simplificar el cobro en hora punta

Entre las 11:30 y las 12:15 se genera acumulación en los cobros. Se sugieren dos alternativas:

- 1) permitir la preventa el día anterior en mostrador o recepción,
- 2) usar datáfonos portátiles con pda incluido para agilizar el pago sin desplazamientos innecesarios.

## 2. Tecnología ligera y útil

### A. QR de pedidos en playa

- Implementar un sistema de pedidos por QR (por ejemplo, menuqr.es) permitiría que el cliente escanee el código en su hamaca o cama, vea la carta reducida y envíe el pedido directamente con su número de posición. Esto no sustituye al camarero, pero reduce los picos de demanda simultánea y mejora la percepción de rapidez a ver esto se puede crear un menu reducido para playa de las bebidas mas pedidas en playa de las que tenemos información de manera que son bebidas rápidas y que no entretienen en barra teniendo despues el camarero por supuesto y podemos ir creciendo los productos en el QR.

- Comunicación interna entre camareros

El uso de auriculares Bluetooth o pequeños walkies permite una comunicación directa entre camareros y barra, acortando tiempos de espera y mejorando la coordinación, Sé que los tenemos pero hay que usarlos porque son de gran utilidad y muchas veces no se usan y tenieno medios sin utilizarlos es muy triste.

## 3. Experiencia del cliente

- Comunicación directa y tono humano

Pequeñas frases de contacto como “ya os tengo apuntados” o “enseguida os atendemos” generan confianza y disminuyen la sensación de abandon, si algun camarero no puede comandar tiene que hacer sentir al cliente atendido avisando al comandero o incluso si es poca cosa no solo avisando al comandero sino asegurandose al rato de que ese cliente esté atendido. El trato amable y cercano es fundamental en el entorno de playa.

- Refuerzo visual del servicio premium

Para las camas balinesas se pueden añadir detalles que refuercen la exclusividad: agua fría de cortesía, mini carta de cócteles exclusivos, etc... Son gestos sencillos que elevan la experiencia sin gran coste adicional.

#### **4. Conclusión estratégica**

El objetivo no es únicamente acelerar el servicio, sino transmitir al cliente la sensación de control y atención constante. Con una organización más clara, herramientas simples como QR o walkies, y otras mejoras e ideas y un tono humano en la atención, se puede mejorar notablemente la satisfacción del cliente y la eficiencia del equipo sin necesidad de ampliar plantilla.