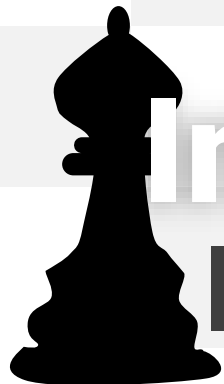




INFORME 2026. Ejemplo

Especial Autónomos y PYMEs





Informe INDICE **2026** *Ejemplo*

A continuación,
verás un ejemplo de
algunas las slides
que componen el
Informe Orulac:
Plan Estratégico
Inicial + Análisis
por Bloques en
profundidad



PLAN ESTRATÉGICO INICIAL

Informe: Contexto

Privacidad & Seguridad – ORULAC – Programa CSO – Informe 2026

Informe: Paso I

Arbol estratégico

Informe: Paso II

Análisis por bloques: Estrategia corporative – Negocio – Operacional

Informe: Paso III

Resumen ejecutivo

Informe: Próximos pasos y feedback

Según las instituciones mas prestigiosas*, la **estratégica** impacta en más del **30% del rendimiento económico** de tu empresa.

Basandose en la **ciencia estratégica**, Orulac analiza online y mejora todas las áreas de la Estrategia que impactan en tu rendimiento, generando con estos resultados el siguiente **plan estratégico**. Encontrarás después todo el detalle en los **análisis por bloques**.

Posible impacto estimado (%) de ORULAC por áreas sobre el 100% del rendimiento económico de la compañía								
13%			8%			13%		3%
Bloques del Informe ORULAC	Corporativa		De negocio			Operacional & Soporte		
	Corporativa	RSC	Competitiva	Marketing & Ventas	Financiera	Operacional	RRHH	Digital

¿Cuánto crees que vale un servicio así?

Nota: no importa el tamaño de tu empresa ni el sector, pues ambas son variables de control en el 99% de los análisis.



Plan Estratégico – Resumen y One Pager para inversores

Ejemplo

Misión de la compañía: define su razón de ser: qué hace, para quién y qué la diferencia

Elaborar y ofrecer pan y repostería artesanal de calidad, utilizando ingredientes naturales y procesos tradicionales, para satisfacer a nuestros clientes con productos frescos y auténticos, mientras contribuimos al desarrollo económico de nuestra comunidad local

Visión de la compañía: es la declaración de hacia dónde quiere llegar en el futuro

Ser en 2030 la panadería artesanal de referencia en nuestra ciudad, reconocida por la calidad de nuestros productos, la innovación en recetas tradicionales y nuestro compromiso con proveedores locales, expandiendo nuestra presencia a nuevos barrios sin perder la cercanía que nos caracteriza

Quienes son sus principales clientes

Los principales clientes de la panadería se agrupan en cinco perfiles con hábitos distintos. El núcleo son las familias del barrio y los oficinistas, que compran pan a diario o para desayunos rápidos. También están las cafeterías que compran al por mayor, los clientes ocasionales que encargan repostería para eventos, y quienes buscan pan saludable sin aditivos

Principales productos que comercializa la compañía

La panadería artesanal ofrece principalmente pan de elaboración diaria, como piezas tradicionales, integrales y de masa madre. Complementa su oferta con repostería y bollería fresca para desayunos y meriendas. También produce tartas y pasteles personalizados por encargo para eventos especiales. Finalmente, comercializa pan y bollería al por mayor para cafeterías y pequeños restaurantes

Situación de la compañía en el mercado

Presencia dominante: lidera claramente su segmento o categoría, con un market share alto (55-70%) y gran influencia sobre el mercado. Ventas 100% domésticas: toda la facturación proviene del país de origen, sin ninguna actividad comercial en el extranjero.

Crecimiento de la compañía

La compañía se encuentra en un estado crecimiento, entrando en nuevos mercados, comprando empresas, creando nuevas líneas de negocio y aumentando el marke share actual

Desarrollo tecnológico

Nivel tecnológico avanzado, con CRM y ERP consolidados y primeros pasos en la implantación de sistemas operacionales como MES, MRP o APS.

Proveedores y alianzas

Alianzas sólidas y duraderas con proveedores clave, integradas en la planificación estratégica de la compañía.

Nivel formativo del equipo humano que compone la compañía

Titulación universitaria de grado con especialización adicional (cursos, certificaciones sectoriales).

Nivel de experiencia del equipo humano que compone la compañía

Experiencia muy alta, combinando larga duración con presencia en numerosos sectores y roles directivos.

Datos económicos & técnicos

Volumen de ventas en el último año fiscal	1.000.000 €
Beneficios obtenidos en último año fiscal (EBITDA)	120.000 €
% que representan los costes de personal sobre los ingresos de la compeñía	25%
% que representan los costes de instalaciones sobre los ingresos de la compeñía	10%
% que representan los costes de administración sobre los ingresos de la compeñía	10%
Volumen de activos con los que cuenta la compañía	1.500.000 €
Volumen de pasivos con los que cuenta la compañía	1.050.000 €
Patrimonio Neto de la compañía	450.000 €
Número de empleados de la compañía:	7
Mes con mayor actividad para la compañía	Septiembre
Mes con menor actividad para la compañía	Noviembre

Nivel estratégico de la compañía según la herramienta 			
Nivel estratégico	Subnivel estratégico	% de desarrollo	
Corporativo	Estrategia corportiva	70%	
	Nivel de sostenibilidad	76%	
Negocio	Estrategia competitiva (producto)	65%	
	Estrategia comercial & Marketing	79%	
Operaciones & Soporte	Estrategia financiera	53%	
	Estrategia operacional	88%	
	Estrategia de RRHH	86%	
	Nivel de digitalización & BI de la compañía	62%	
Global		72,4%	

¿Cómo debes interpretar estos análisis?

Todas las slides de análisis siguen esta misma estructura, cuadro de resultados o gráfica y bloque de teoría

01

Definición del análisis y variables que están relacionadas	Mal, la compañía está orientada a cliente y el TMT no tiene un alto nivel de diversidad profesional (funcional y sectorial), lo que no beneficia a su rendimiento
Definición del análisis y variables que están relacionadas	Ok, la compañía cuenta con un nivel de diversidad en su alta dirección suficiente, lo cual le ayuda en la generación de una red de contactos

Descripción del análisis.

Resultado obtenido:
Negativo (grana) o positivo (verde)

Un número de código define cada análisis realizado.

Teoría

Cada análisis viene acompañado por cuadros como este en el que se explican los principales conceptos teóricos que el lector necesita conocer para entender, tanto lo que se busca analizar, como el resultado obtenido.

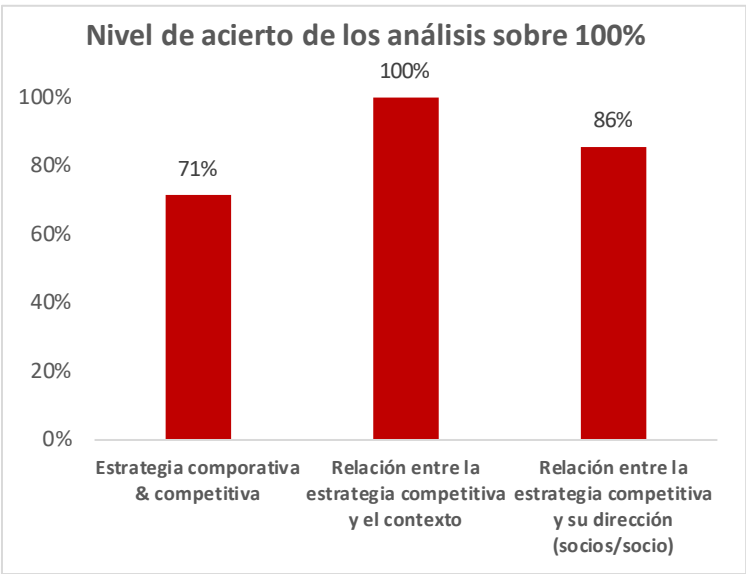
Estos materiales teóricos pueden aparecer repetidos en diversas slides para facilitar el entendimiento del lector.



En los análisis con resultados positivos (verde) o negativos (grana), se especifica el parámetro sobre el que afectan, siendo el **rendimiento de la compañía** en la mayoría de los casos.

En determinados análisis, el resultado **no aplica (marrón)** a la compañía en cuestión debido a que aún no se ha probado científicamente una determinada relación para las variables que lo componen.

La estrategia de tu empresa frente a su contexto y a su dirección (socio/socios)



- 1. Como verás, **este informe hace gran foco en la relación entre los socios o el contexto que rodea al autónomo** (familiares, asesores, hijos, ...) y su estrategia. Esto se debe a que, según la ciencia, **la estrategia de una empresa depende directamente de como piensa y actúa su dirección**.
- 2. Estos análisis **aplican a prácticamente cualquier empresa**, dado que tienen el sector y el tamaño como variables de control. La **variable dependiente** es en la mayoría de los casos su **rendimiento económico**.
- 3. Posteriormente se desarrollarán todos estos detalles en el plan estratégico y en análisis por bloques.

Adquiere AQUÍ informe completo (19\$/mes)

Estrategia corporativa & competitiva

(1) Los analisis realizados sobre la estrategia corporativa/competitiva muestran un alto desarrollo de esta.

Estrategia competitiva vs contexto

(2) Respecto a la relación entre esta estrategia y el contexto competitivo, esta es muy buena.

Estrategia competitiva vs alta dirección

(3) Finalmente, la relación entre la estrategia y la composición de la dirección (socios o contexto que rodea al autónomo) es óptima.

RESUMEN

En resumen, los análisis iniciales muestran un desarrollo destacable de la estrategia.

% desarrollo* de la estrategia

72%

Resumen de las principales áreas de la compañía

¿Cómo es la misión y la visión real manifestada por los socios/autónomo que dirigen la compañía?

Misión	Elaborar y ofrecer pan y repostería artesanal de calidad, utilizando ingredientes naturales y procesos tradicionales, para satisfacer a nuestros clientes con productos frescos y auténticos, mientras contribuimos al desarrollo económico de nuestra comunidad local
Visión	Ser en 2030 la panadería artesanal de referencia en nuestra ciudad, reconocida por la calidad de nuestros productos, la innovación en recetas tradicionales y nuestro compromiso con proveedores locales, expandiendo nuestra presencia a nuevos barrios sin perder la cercanía que nos caracteriza



Teoría

Misión: La declaración que define el propósito actual de una organización y orienta sus acciones diarias. Debe ser clara y específica para guiar eficazmente al equipo.
Responde a la pregunta. ¿Qué hago cada día?

Visión: Representa una aspiración realista sobre el futuro de la organización y actúa como una guía motivadora para esta. Responde a la pregunta ¿Qué quiero ser en el futuro?

Ejes estratégicos: Elementos organizacionales que componen el conjunto de líneas de actuación de la compañía.

Ejes estratégicos propuestos para cumplir con la visión que buscan los socios/autónomo en base al estado actual de la compañía

Organización

El nivel de desarrollo de las estrategias corporativas (crecimiento, estabilización, etc...) es aceptable, pero mejorable. Es necesario trabajar este punto mediante una reflexión estratégica con la alta dirección. Finalmente, la relación entre la estrategia y los aspectos sociales, éticos y medioambientales es muy alta. Hay que desarrollar acciones para mantener el nivel.

Competir

A la hora de competir, hay una buena relación entre la estrategia competitiva desarrollada y variables como la innovación, el contexto, su cadena de valor o su capacidad competitiva. Lo ideal sería poder potenciar estas relaciones y que no bajen. A nivel comercial y marketing, la relación entre esta estrategia y aspectos como el producto, el cliente o la internacionalización es muy buena. Hay que mantener este nivel. Por último, respecto a la distribución de los recursos de la compañía, la mayor parte del presupuesto va a procesos estratégicos y clave, pero habría que balancear más gasto de los procesos clave a los estratégicos.

Finanzas

Respecto a las finanzas y aún con alguna área de mejora, hay buen comportamiento en cuestiones como la tesorería, la calidad de la deuda, la autonomía financiera o el flujo de caja. En el caso de la distribución de costes, a lo largo de toda la cadena de valor hay un gap entre el valor aportado y el coste generado, es decir, no hay una relación lineal

Operar

Hay un nivel muy alto en cuestiones relacionadas con las operaciones, como el dimensionamiento de la plantilla o el control de calidad. Hay un alto nivel de desarrollo del área digital, incluyendo tecnologías como CRM, ERP, Marketing digital u oficina virtual.

Equipo

El nivel de alineación entre las características de la dirección de la compañía (ya sean varios socios o un autónomo) y variables como la estrategia competitiva seleccionada, la comunicación o el nivel de innovación es muy alto. Para terminar, la compañía cuenta una alta capacidad para captar talento en el caso de necesitarlo y retenerlo en el caso de tenerlo, no obstante, es aún mejorable.

Plan Estratégico – DAFO:

Ejemplo para Debilidades y Fortalezas

Estas son las áreas de tu empresa más fuertes y aquellas más débiles

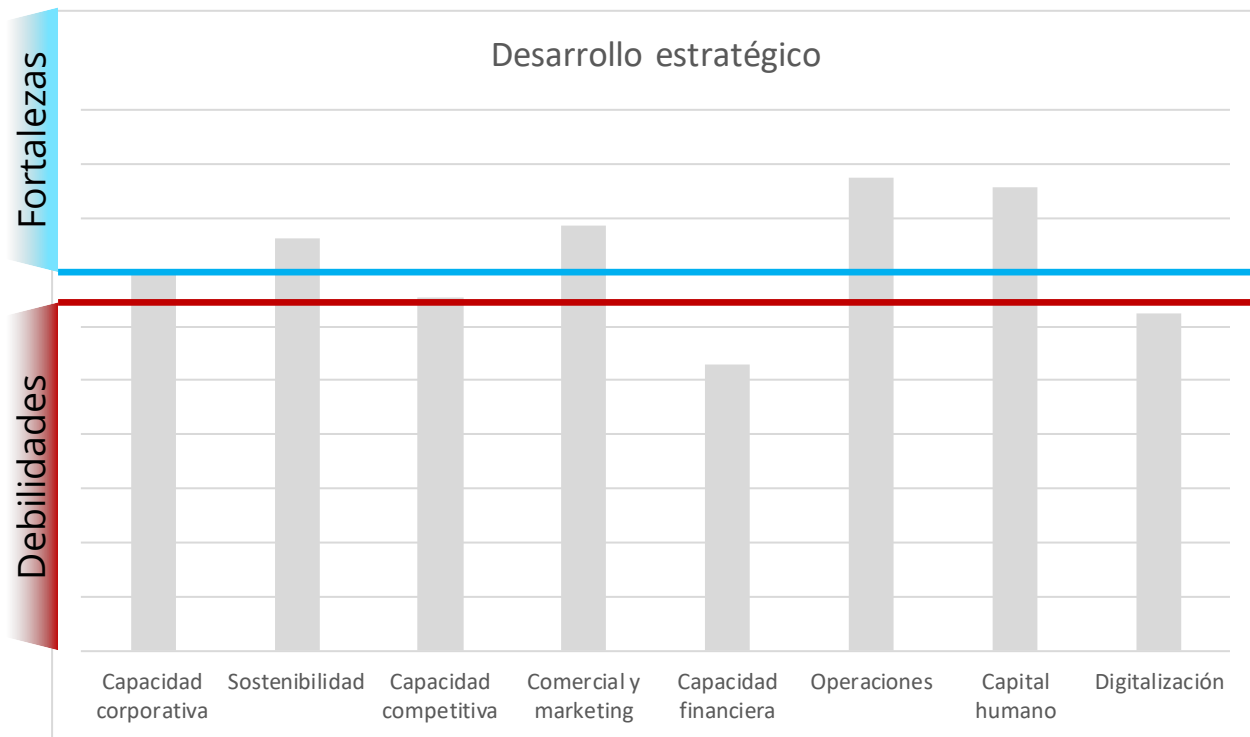
  Líneas de control

132

Teoría

GRÁFICO: Las líneas de control marcan la frontera entre las fortalezas (azul) y las debilidades (grana).

- 1.Capacidad Corporativa: Capacidad de la compañía para ejecutar su estrategia corporativa y de crecimiento.
- 2.Sostenibilidad: Posicionamiento de la empresa respecto a aspectos éticos, medioambientales y sociales, así como la solidez de su modelo de gestión.
- 3.Capacidad Competitiva: Como está de preparada la organización para competir frente a sus rivales.
- 4.Comercial y Marketing: Recursos en estas dos áreas.
- 5.Operaciones: Mide la excelencia en desarrollo de las operaciones (Control calidad, KPIs, cadena de valor ...).
- 6.Capital humano: Nivel de desarrollo del equipo directivo y de las políticas de gestión del resto de empleados.
- 7.Digitalización: Nivel de aplicación de las nuevas tecnologías a todos los niveles de la organización



Adquiere AQUÍ informe completo (19\$/mes)

Orulac

Plan Estratégico – Proyectos y próximos pasos

Ejemplo

Orulac selecciona y prioriza los proyectos dedicados a profundizar en las áreas de mejora detectadas y a crear un impacto real y medible en tu compañía. **Para ello, te propone un serie de sesiones de trabajo (5) durante los próximos 12 meses. ¿Seguimos?**

135



Proyecto: Estructura de costes
Coste: Tutorización incluida
Duración: 3 meses
Descripción: Definición línea x línea de los ingresos/costes de la compañía. Permite conocer 100% las palancas de la rentabilidad de esta.

Prioridad: Alta

Proyecto: Análisis logístico
Coste: Tutorización incluida
Duración: 1,5 meses
Descripción: Análisis línea por línea de los flujos de transporte y almacenamiento. Búsqueda de ahorros superiores al 10%

Prioridad: Alta

Proyecto: Dimensionamiento Staff
Coste: Tutorización incluida
Duración: 2 meses
Descripción: Definición del equipo humano necesario a partir de la metodología de “Picos & Valles”. Búsqueda de ahorros superiores al 10%

Prioridad: Alta

Proyecto: Negocio Online
Coste: Solicitar presupuesto a Orulac
Duración: 6 meses **Prioridad:**
Descripción: Definición, implantación y mantenimiento de estrategias para el crecimiento del negocio online.

Prioridad: Alta

Proyecto: Definición del TMT
Coste: Tutorización incluida
Duración: 3 meses
Descripción: Redefinición del equipo directivo y del staff en busca de una Estrategia competitiva de alto rendimiento económico

Prioridad: Baja

Proyecto: Plan de innovación
Coste: Tutorización incluida
Duración: 6 meses
Descripción: Definición e implantación de todas las tecnologías necesarias para un alto rendimiento (CRM, ERP, etc...)

Prioridad: Baja



Proyecto: Revisión Anual
Coste: Tutorización incluida
Duración: 12 meses
Descripción: Tras 12 meses de trabajo conjunto, Orulac te ayudará a evaluar la evolución del negocio con un nuevo análisis global

Prioridad: Alta

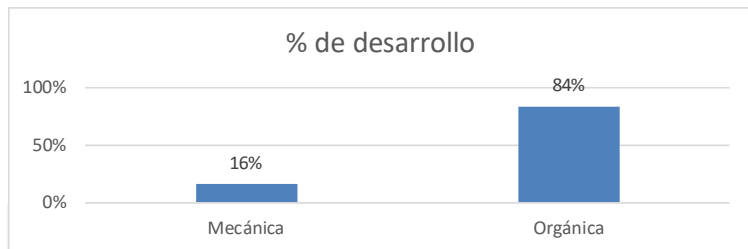


Adquiere AQUÍ informe completo (19\$/mes)

Corporativa		De negocio		Operacional & Soporte			
Corporativa	RSC	Competitiva	Marketing & Ventas	Financiera	Operacional	RRHH	Digital

¿Cómo es el diseño de la empresa?

02



03

Por lo tanto, la estructura de la organización es

Orgánica

Ejemplo:
Ejemplo de uno de los +130 análisis en profundidad

Adquiere AQUÍ informe completo (19\$/mes)

Teoría

Las organizaciones con **estructuras mecánicas** son muy centralizadas y formales, un **modelo muy típico en las empresas formadas por un único autónomo, por lo que son su propuesta ideal**. Requieren de un alto grado de especialización por parte de los diferentes miembros, sistemas de gestión de la información centralizados y se debe mantener una cadena de mando rígida.

Por otra parte las organizaciones con **estructuras orgánicas** son mucho más descentralizadas y menos formales y especializadas. Esto permite que exista mayor colaboración y participación entre los miembros de la organización. Adicionalmente las estructuras orgánicas son más flexibles y se pueden adaptar a diferentes necesidades que puedan surgir. **Son ideales cuando la empresa la componen diferentes socios en su alta dirección.**

Las **estructuras mixtas** combinan las características de ambas

PRIVACIDAD, SEGURIDAD Y CONFIANZA

Algunas empresas que ya han confiado en Orulac:



Certificados de confianza:
Pedir referencias a
cso@orulac.com

La privacidad será regulada
por el "ACUERDO DE NO
DIVULGACIÓN UNILATERAL"

ENLACE

Orulac en los medios:



	Autónomo o PYME	Gran empresa o multinacional
PLAN ESTRATÉGICO INICIAL en 24h	Si	Si
ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD POR BLOQUES en 24h	Si	Si
Resumen ejecutivo	Si	Si
Número de análisis	Más de 130	Más de 130
Análisis de internacionalización	Consultar	Si
Estrategias analizadas	Corporativa, competitiva, financiera, operacional, RRHH y Digital	
SEGUIMIENTO ANUAL. No te dejaremos solo	Si	Si
Horas de seguimiento	5	Consultar
Sesión de presentación de resultados	Si	Si
Sesiones de seguimiento e implantación	3	Consultar
Sesión de evolución anual	Si	Si
Soporte Online con equipo Orulac	Si	Si
PRECIO (Impuestos no incluidos)	19 USD (\$) / mes	Consultar

Subvencionado

Adquiere AQUÍ el servicio completo: Informe + Seguimiento



Condiciones del servicio

A continuación, se enumeran las condiciones que regulan la relación comercial entre Orulac y el cliente una vez esta sea formalizada.

- 1. Se considera formalizada la relación una vez se cumpla uno de estos dos requisitos: Aceptación de la propuesta por email o realización del pago mediante los canales establecidos para ello: Paypal o transferencia.
- 2. Todos los informes que genera Orulac son recomendaciones basadas en la experiencia de sus creadores, por lo que NO suponen un compromiso de Orulac con unos resultados específicos, descargando a sus creadores de toda responsabilidad sobre dichos resultados.
- 3. En el caso de contratar varios informes, la realización de un nuevo informe solo se podrá realizar una vez haya pasado 1 año del informe anterior.
- 4. Orulac podrá acogerse a no realizar un informe ya pagado siempre y cuando devuelva la parte proporcional de su precio (incluyendo los descuentos).
- 5. Si el cliente no desea realizar un informe ya pagado, Orulac se guarda el derecho a no devolver el importe.
- 6. La privacidad en la relación comercial será regulada por el **ACUERDO DE NO DIVULGACIÓN UNILATERAL" ENLACE**

Muchas GRACIAS

Orulac.org

