



INFORME 2025

Versión reducida Demo



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

Orulac analiza online y mejora todas las áreas de la Estrategia que impactan en tu rendimiento, generando con estos resultados tu **plan estratégico**. Este informe DEMO tiene 15 de los más de 130 análisis que componen el **INFORME COMPLETO** (84 pags):

Posible impacto % de ORULAC por áreas sobre el 100% del rendimiento económico de la compañía

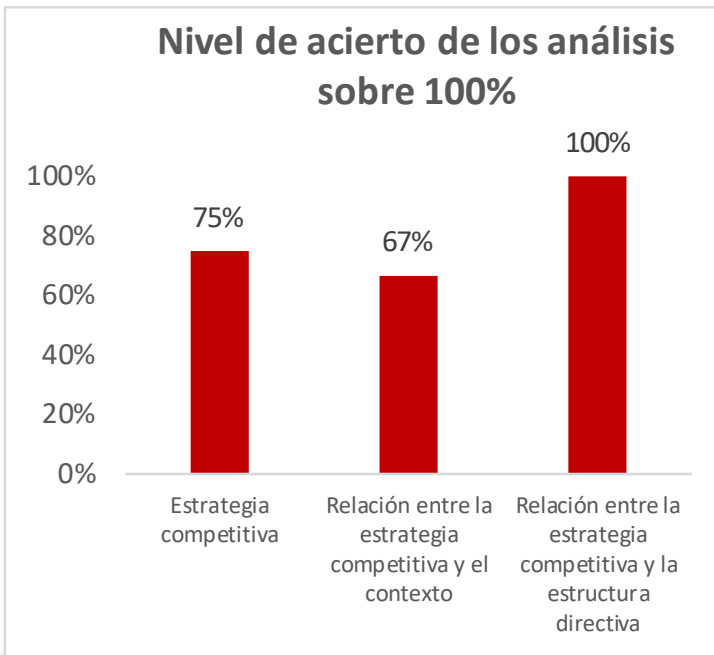
	13%		8%		13%		3%
Bloques del Informe ORULAC	Corporativa		De negocio		Operacional & Soporte		
	Corporativa	RSC	Competitiva	Marketing & Ventas	Financiera	Operacional	RRHH

Informe Demo

¿Cuántos miles de dólares (\$) valdría una consultoría así?

*Dato agregado del impacto de la planificación estratégica sobre el 100% del rendimiento económico de la compañía a partir de la recopilación de diversas fuentes de reconocido prestigio

Resumen de resultados*



Estrategia competitiva

(1) Los análisis realizados sobre la estrategia 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 positiva, siendo posible mejorarla.

Estrategia competitiva vs alta dirección

(3) Finalmente, la relación entre la estrategia y la composición de la alta dirección es óptima.

RESUMEN

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

% desarrollo* de la estrategia **81%**

Consideraciones:

- Este informe DEMO se ha generado solo con 10 preguntas, por lo que los resultados pueden variar en el informe completo.
- Estos análisis **aplican a casi cualquier empresa** dado que tienen el sector y el tamaño como variables de control. La **variable dependiente** es en la mayoría de los casos el **rendimiento económico**.
- Información sobre la tecnología, empresas usuarias, presencia en prensa o el proceso [AQUÍ](#)

*Considerando únicamente las respuestas a las 14 preguntas y solo los 15 análisis realizados

¿Cómo se interpretan los análisis?

Estructura de todas las slides:

Bloque de análisis + bloque de teoría.

Ejemplo para bloque con 2 análisis diferentes:

Código del análisis

Código del análisis	Descripción del análisis 1.	Resultado Negativo (grana)
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
02	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
	Resultado positivo (verde)	Descripción del análisis 2.

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.

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

¿Cómo es la estrategia de la compañía según el paradigma actual dominante de la estrategia competitiva?

1	¿Qué componente básica de la estrategia se desarrolla en mayor medida?	Componente básica de Costes
2	¿Está focalizada?	Si, estrategia focalizada en Costes
3	¿Cómo se combina con otras estrategias?	No combina, solo hace énfasis en costes

Nota: No se han marcado como positivas o negativas estas respuestas debido a que la ciencia demuestra que **se puede obtener un buen rendimiento (\$) con cualquier estrategia.**

IMPORTANTE: La clave es el énfasis en la aplicación de la estrategia elegida y su relación con la multitud de variables que la rodean (contexto externo e interno, estrategia de la competencia, composición de la dirección, etc...). En este informe reducido se analizarán algunas relaciones.

Teoría

Teoría básica sobre estrategia competitiva: Existen dos estrategias competitivas, liderazgo en costes (1) o diferenciación (2). Además, estas pueden tener más o menos foco en clientes concretos (3), así como combinarse entre sí (4).

- Componente básica de costes:** Una compañía sigue una estrategia de liderazgo en costes cuando su afán es vender productos comparables a los de la competencia, pero a un precio más bajo.
- Componente básica de diferenciación:** Una compañía sigue una estrategia de diferenciación cuando su afán es vender productos de una calidad superior a los de la competencia, sin que el precio sea lo más importante.
- Focalización:** Si la compañía ataca un segmento de cliente específico (ejemplo: Una zona geográfica específica), será Focalizada-Costes o Focalizada-Diferenciación
- Combinación:** Las empresas pueden hacer énfasis en una sola estrategia (énfasis en costes o énfasis en diferenciación), en varias estrategias o en ninguna:
 - Híbrida, énfasis en ambas: Hacen énfasis en las dos estrategias a la vez.
 - Atascado en el medio, sin énfasis en ninguna: No hacen énfasis en ninguna. Este es el peor escenario según la literatura científica, dado que no se aprovechan los beneficios de ninguna estrategia.

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

Pero... ¿Cómo es la estrategia de las **compañías que son exitosas en su sector?**

4	¿Qué sector se ha elegido?	L.- ACTIVIDADES INMOBILIARIAS
5	¿Cómo es la estrategia de las compañías que operan en ese sector y tienen buenos resultados económicos (\$)*)*?	Enfasis en costes
6	Por lo tanto, ¿se sigue la misma estrategia que el sector?	Si, se aplica la misma estrategia que la mejor competencia en el sector, puede ser indicativo de buenos resultados

Nota: No se han marcado como positivas o negativas estas respuestas debido a que se puede ser exitoso con una estrategia diferente a los competidores. Información a tener en cuenta.

*Para una muestra de más de 140 compañías multinacionales de todos los sectores, se consideran con mejores resultados las empresas con EBITDA situado en los deciles 1 a 3 para el sector en cuestión

Teoría

Teoría básica sobre estrategia competitiva: Existen dos estrategias competitivas, liderazgo en costes (1) o diferenciación (2). Además, estas pueden tener más o menos foco en clientes concretos (3), así como combinarse entre si (4).

- Componente básica de costes:** Una compañía sigue una estrategia de liderazgo en costes cuando su afán es vender productos comparables a los de la competencia, pero a un precio más bajo.
- Componente básica de diferenciación:** Una compañía sigue una estrategia de diferenciación cuando su afán es vender productos de una calidad superior a los de la competencia, sin que el precio sea lo más importante.
- Focalización:** Si la compañía ataca un segmento de cliente específico (ejemplo: Una zona geográfica específica), será Focalizada-Costes o Focalizada-Diferenciación
- Combinación:** Las empresas pueden hacer énfasis en una sola estrategia (énfasis en costes o énfasis en diferenciación), en varias estrategias o en ninguna:
 - Híbrida, énfasis en ambas: Hacen énfasis en las dos estrategias a la vez.
 - Atascado en el medio, sin énfasis en ninguna: No hacen énfasis en ninguna. Este es el peor escenario según la literatura científica, dado que no se aprovechan los beneficios de ninguna estrategia.

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

Entonces... ¿Cómo es la relación entre nuestra estrategia y la que aplican el resto de competidores?

7

¿Cómo es la relación entre la estrategia competitiva que desarrolla la compañía y la estrategia de mis competidores?

Mal, aunque conseguimos vender un producto inferior al de la competencia con un precio superior, aplico una estrategia de liderazgo en costes. Esto hace que no esté preparado para mantener esta situación en el tiempo. Debo de plantearme mejorar la calidad del producto mediante una estrategia de diferenciación o reducir los precios con la actual estrategia de liderazgo en costes

8

¿Cómo afecta en el **rendimiento (\$) de la compañía** el hecho de que hagamos una estrategia focalizada o no?

Ok, se aplica esta estrategia con cierto foco en una población de clientes específicos, lo que lleva a poder obtener buenos resultados pese a no competir correctamente

Teoría

A continuación, se describen las principales características de cada estrategia y los motivos de su relación con la calidad y el precio.

1. **Componente básica de costes:** Al adoptar una estrategia de liderazgo en costes, la empresa puede obtener mayores rendimientos y ventajas competitivas al diferenciarse en la cadena de producción. Esto implica participar activamente en el mercado, controlar el diseño de productos, realizar inversiones iniciales significativas, afrontar pérdidas temporales y lidiar con precios agresivos de la competencia. El marketing no suele ser prioritario para esta estrategia, siendo el foco de su atención la eficiencia de los procesos y las economías de escala.
2. **Componente básica de diferenciación:** Una estrategia de diferenciación permite a una empresa destacar al ofrecer un producto o servicio similar, mejorando funciones o introduciendo características novedosas. Además de optimizar el producto, se enfoca en el mejoramiento interno, mejorando la atención al cliente. La tecnología es clave en este proceso, facilitando la innovación y haciendo que el producto sea más atractivo para los consumidores. También es clave la inversión en marketing, el branding y la estrategia de precio (un precio alto denota exclusividad por sí mismo).
3. **Focalizada:** Hacer foco en un segmento específico de la población permite adaptarse a sus características, lo que potencia ambas estrategias (juntas o por separado).

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

¿Cuál es nuestra situación frente a un **marco competitivo ideal de máximo rendimiento (\$)** donde desarrollamos al menos una estrategia y tenemos una mínima diferenciación frente a la competencia?

Estrategia competitiva desarrollada por la organización

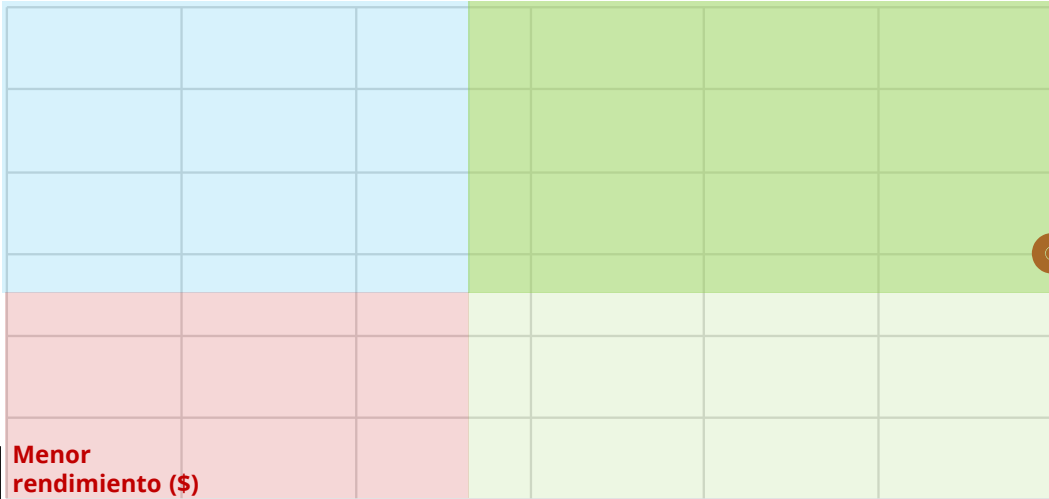
Énfasis en varias estrategias

Énfasis en al menos una estrategia

No hago énfasis en ninguna estrategia

Situación estrategia

Mayor rendimiento (\$)



Menor rendimiento (\$)

Leyenda

- Situación de la compañía
- Situación competitiva ideal
- Situación competitiva aceptable pero con poco énfasis (difícilmente sostenible)
- Situación competitiva aceptable pero con mismo coste y calidad (difícilmente sostenible)
- Situación competitiva peligrosa y poco sostenible en el tiempo

Teoría: A toda organización le interesa desarrollar al menos una estrategia. Por otro lado, si tu mayor competidor usa tu misma estrategia, es necesario diferenciarse, ya sea en precio o en calidad.

No me diferencio de la competencia ni en producto ni precio

Me diferencio, ya sea en precio o calidad de producto

Me diferencio de mi competencia tanto en precio como en producto

Comparativa de nuestro mix calidad de producto / precio frente a la competencia directa

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

¿Cómo se relaciona la estrategia competitiva de la compañía con su contexto competitivo?

10	¿Cómo afecta al rendimiento (\$) de la compañía la relación entre la penetración en el mercado y la estrategia competitiva seleccionada?	Mal, se aplica costes y no tiene una participación en el mercado alta, lo que no beneficia al rendimiento de la compañía. Hay que cambiar la estrategia competitiva a diferenciación o intentar aumentar el market share
11	¿Cómo afecta al rendimiento (\$) de la compañía la relación entre el tipo de industria y el tipo de estrategia que aplica la compañía?	Ok, la empresa participa en una industria en declive, pero aplica estrategias competitivas focalizadas. Esto beneficia a su rendimiento
12	¿Cómo afecta al rendimiento (\$) de la compañía la relación entre el nivel de competencia disfuncional del sector y el tipo de estrategia competitiva que aplica la compañía?	No aplica, el nivel de competencia disfuncional del entorno es bajo. No existen evidencias par este nivel de competencia disfuncional

Teoría

Una industria en declive es una industria que está experimentando un crecimiento negativo o que no crece a la tasa más amplia de crecimiento económico del sector.

Estrategias focalizadas son aquellas que se desarrollan con foco específico en un tipo de cliente concreto.

Se considera que un entorno tiene un nivel de competitividad alto cuando se cumple al menos una de las siguientes variables:

1. Gran volumen de clientes con un tamaño similar.
2. Alta tasa de rotación de los clientes entre los distintos competidores.
3. Estacionalidad de los productos muy corta, es decir, continuamente se están produciendo avances que dejan obsoletos los productos anteriores.
4. Nivel de precios muy acotado, es decir, el cliente se decide por un producto por una cuestión de céntimos.

Competencia disfuncional: Competencia asociada a prácticas ilegales como la piratería

Nivel de penetración o "market share": Porcentaje que representan las ventas del cliente sobre el total de ventas del sector.

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

¿Cómo es la relación entre las variables que definen la composición de la dirección y los mandos intermedios, con variables que definen la estrategia competitiva?

13

¿Cómo afecta al rendimiento (\$) de la compañía la relación entre la innovación y la diversidad de experiencia funcional del TMT?	Ok, la compañía busca la innovación y se tiene la diversidad de experiencia funcional y de antigüedad en el TMT adecuada para tener un impacto positivo en el rendimiento
¿Cómo afecta al nivel de innovación de la compañía la diversidad de género del TMT?	OK, la compañía busca innovar y se cuenta con la diversidad de género necesaria para generar un impacto positivo en el nivel de innovación
¿Cómo afecta a la capacidad de la dirección para gestionar sus tareas la diversidad de género del TMT?	Ok, el nivel de diversidad de genero en la alta dirección es correcto, lo que mejora el desarrollo de las tareas de seguimiento directivo

14

15

Teoría

Se define como nivel de innovación de la compañía al grado de necesidad de innovar que la compañía tiene.

Diversidad de experiencia funcional: Se define como la medida que captura el grado en el que la dirección está compuesta por miembros con experiencia en distintas funciones (operaciones, finanzas, logística, etc...).

Diversidad de género de la dirección: Se define como la medida que captura el grado en el que la dirección está compuesta por individuos de distinto género.

Se define como TMT (Top Management Team) al equipo directivo de la compañía.

ELIGE TU OPCIÓN ORULAC

	Enterprise x 1 año	Multinational x 3 años
Número de análisis realizados	más de 130	más de 130
Plan estratégico inicial	Si	Si
Resumen ejecutivo y plan de acción	No	Si
Plan de internacionalización	No	Si
Estrategias analizadas	Corporativa, competitiva, financiera, marketing, operacional, RRHH y digital	
Plan y seguimiento trianual	No. Informe x1 año	Si. Informe x 3 años
Soporte online con equipo Orulac	Si	Si
Resultados revisados por equipo Orulac	Si	Si
Sesión de presentación de resultados	No	Si
Análisis de la evolución anual	No	Si
Precio* (USD)	Donación desde 1\$	Consultar

*Impuestos no incluidos

Ideal para empezar

Dona AQUÍ y adquiere el informe



Uno de los pilares de Orulac es que sea accesible para todo el mundo, por eso se pide solo una donación para poder mantener el servicio. A partir del informe de 1 año, existen muchas mas opciones

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](#)

PRIVACIDAD, SEGURIDAD Y CONFIANZA

Algunas empresas que ya han confiado en Orulac:



Certificados de confianza:



CONFIANZA ONLINE

Orulac en los medios:



Muchas GRACIAS

Orulac.com

