

INFORME Ejemplo

Especial Autónomos, Emprendedores y PYMEs

Documento confidencial

Orulac

Informe 2026

INDICE *Ejemplo*

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



PLAN ESTRATÉGICO INICIAL y TEASER PARA INVERSORES

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

Orulac

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.

*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

Le recordamos que Orulac ha superado las auditorías más exigentes de privacidad online.
Pide referencias en cso@orulag.com

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

Liderar la distribución HORECA en la provincia en la que competimos actualmente

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

Mantener el liderato en distribución HORECA de la provincia en la que competimos actualmente y ampliar nuestros centros de distribución a otras zonas de España

Quienes son sus principales clientes

Distribución al por mayor dentro para el canal HORECA a través de dos verticales de negocio, distribución directa al cliente final (restaurantes, bares, etc…) y Cash & Carry

Principales productos que comercializa la compañía

Vino, cerveza y agua, productos básicos del canal Horeca. Este tipo de productos no suele presentar problemas de suministro

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 muy básico, con herramientas ofimáticas elementales y sin CRM, ERP ni sistemas operacionales; oportunidad clara de iniciar la digitalización comercial y administrativa.

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

Equipo gestor de la compañía suficientemente preparado para afrontar su operativa.

Nivel de experiencia del equipo humano que compone la compañía

La compañía cuenta con un equipo directivo con una esperiencia muy focalizada en el sector, lo cual ayuda a su eficiencia operacional.

Datos económicos & técnicos

Volumen de ventas en el último año fiscal	13.040.327 €
Beneficios obtenidos en último año fiscal (EBITDA)	234.726 €
% que representan los costes de personal sobre los ingresos de la compeñía	7%
% que representan los costes de instalaciones sobre los ingresos de la compeñía	3%
% que representan los costes de administración sobre los ingresos de la compeñía	0%
Volumen de activos con los que cuenta la compañía	4.377.735 €
Volumen de pasivos con los que cuenta la compañía	2.801.750 €
Patrimonio Neto de la compañía	1.575.985 €
Número de empleados de la compañía:	45
Mes con mayor actividad para la compañía	Septiembre
Mes con menor actividad para la compañía	Diciembre

Nivel estratégico de la compañía según la herramienta

Nivel estratégico	Subnivel estratégico	% de desarrollo
Corporativo	Estrategia corportiva	55%
	Nivel de sostenibilidad	49%
Negocio	Estrategia competitiva (producto)	74%
	Estrategia comercial & Marketing	64%
Operaciones & Soporte	Estrategia financiera	65%
	Estrategia operacional	63%
	Estrategia de RRHH	71%
	Nivel de digitalización & BI de la compañía	17%
Global		**57,3%**



¿Cómo debes interpreter 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.

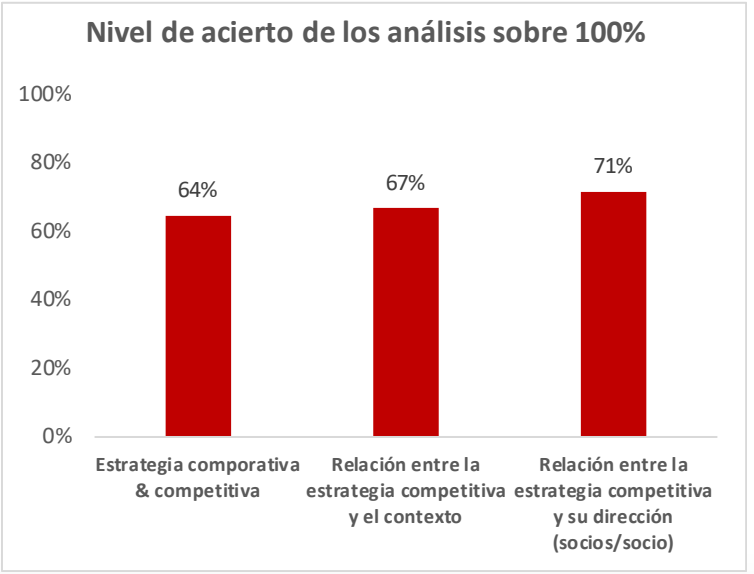
En determinados análisis, el resultado **no aplica (marrón)** a la compañía en cuestión debido a que aún no se ha probado científicamente una determinada relación para las variables que lo componen.

Orulac Plan Estratégico – Resumen

Ejemplo

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.

Estrategia comporativa & competitiva
(1) Los analisis realizados sobre la estrategia corporativa/competitiva muestran un desarrollo aceptable de esta, pero con áreas de mejora.
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 dirección (socios o contexto que rodea al autónomo) es óptima.
RESUMEN
En resumen, los análisis iniciales muestran un desarrollo aceptable de la estrategia.

% desarrollo* de la estrategia **57%**

Plan Estratégico – Misión, Visión y Ejes

Ejemplo

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	Liderar la distribución HORECA en la provincia en la que competimos actualmente
Visión	Mantener el liderato en distribución HORECA de la provincia en la que competimos actualmente y ampliar nuestros centros de distribución a otras zonas de España

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 estratégicas 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 aceptable. Se debe mejorar en esta área.

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 nternacionalización es 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.

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 autonomia 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 buen nivel en cuestiones relacionadas con las operaciones, como el dimensionamiento de la plantilla o el control de calidad. Se ha detectado un importante área de mejora en el área digital, lo que incluye 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 alto. Para terminar, la compañía cuenta con una capacidad aceptable para captar en el caso de necesitarlo y retenerlo en el caso de tenerlo, pero con margen de mejora.

Plan Estratégico – DAFO: Ejemplo para Debilidades y Fortalezas

Ejemplo

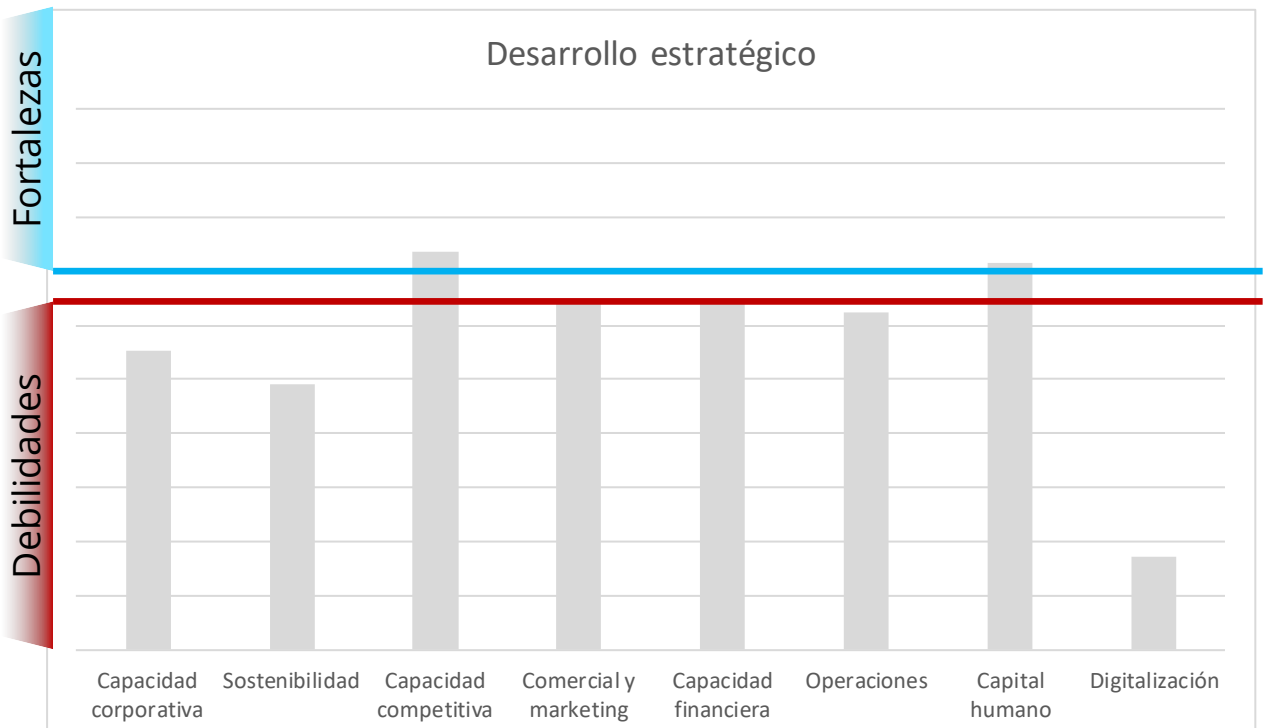
Estas son las áreas de tu empresa más fuertes y aquellas más débiles

Líneas de control

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**



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?**

Proyecto: Estructura de costes — Prioridad: Alta
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.

Proyecto: Análisis logístico — Prioridad: Alta
Coste: Tutorización incluida
Duración: 1,5 meses
Descripción: Análisis línea por línea de los flujos de trasporte y almacenamiento. Búsqueda de ahorros superiors al 10%

Proyecto: Dimensionamiento Staf — Prioridad: Baja
Coste: Tutorización incluida
Duración: 2 meses
Descripción: Definición del equipo humano necesario a partir de la metología de "Picos & Valles". Búsqueda de ahoros superiors al 10%

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

Proyecto: Definición del TMT — Prioridad: Media
Coste: Tutorización incluida
Duración: 3 meses
Descripción: Redefinición del equipo directive y del staff en busca de una Estrategia competitive de alto rendimiento económico

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



Proyecto: Revisión Anual — Prioridad: Alta
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

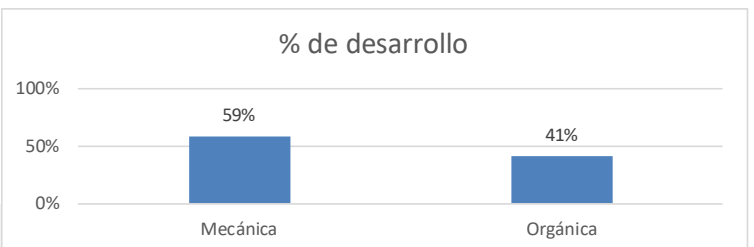


PARTE II. Análisis en profundidad - Organización

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 organizaión es	Mixta

Ejemplo de uno de los +130 análisis en profundidad

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

Orulac

PRIVACIDAD, SEGURIDAD Y CONFIANZA

Algunas empresas que ya han confiado en Orulac:

FANDOM

TEKNIA

helt talento

beruby

mentta
"Tomates con sabor a tomate"

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:

Economía Mexicana

Agencia de noticias EL UNIVERSAL

NOTI PRESS

AL CHILE... POBLANO!

Viajes24horas Grupo24horas

Negocios con Argentina

Perú Online
Información actual y en línea de Perú

Colombia Prensa



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**

Orulac

Muchas GRACIAS

Orulac.org

