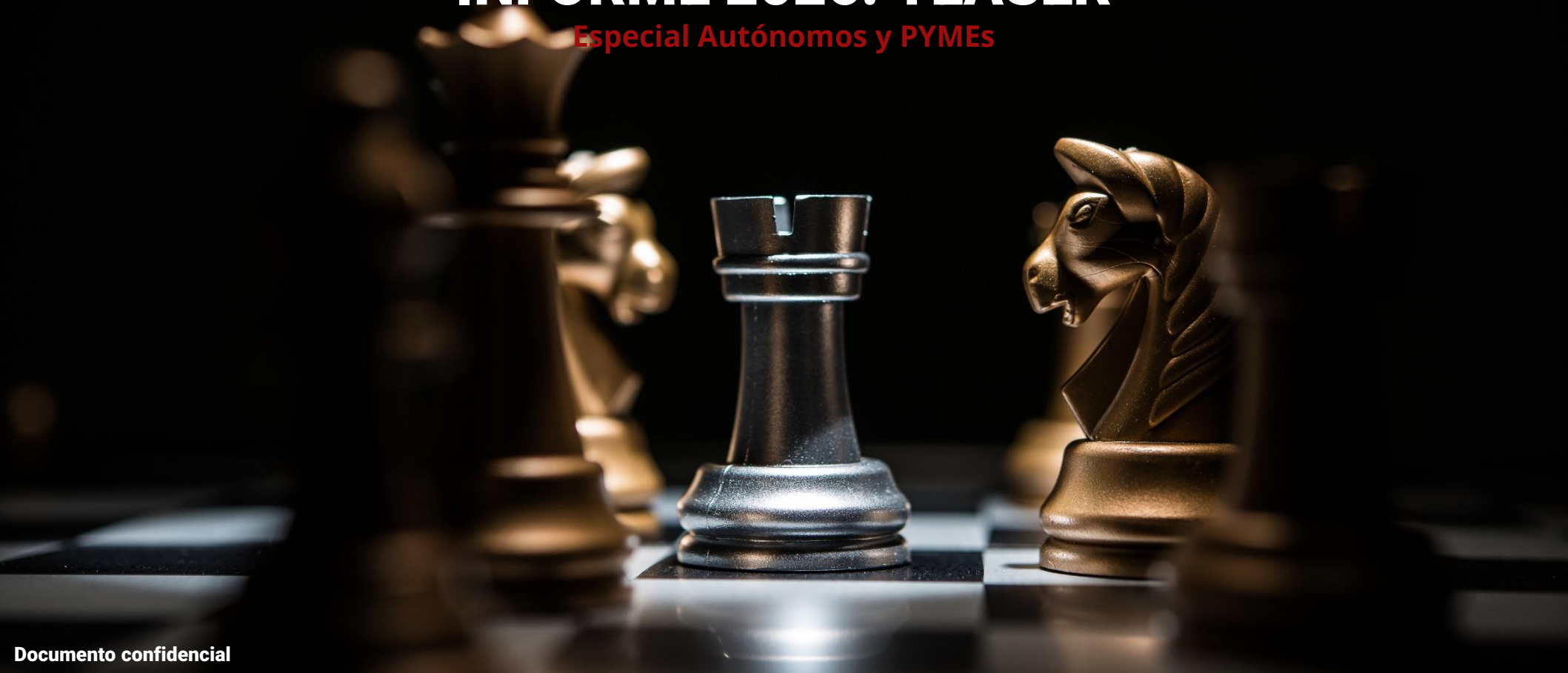
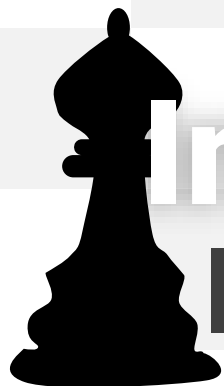




INFORME 2026. TEASER

Especial Autónomos y PYMEs





Informe **2026** INDICE *Teaser*

**A continuación,
verás un ejemplo de
algunas las slides
que componen el
Plan Estratégico
Inicial y el Análisis
por bloques**



PLAN ESTRATÉGICO INICIAL

Informe: Contexto

Privacidad & Seguridad – ORULAC – Programa CSO – Informe 2024

Informe: Paso I

Arbol estratégico

Informe: Paso II

Análisis por bloques: Estrategia corporativa – 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

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

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

¿Cómo se interpretan 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

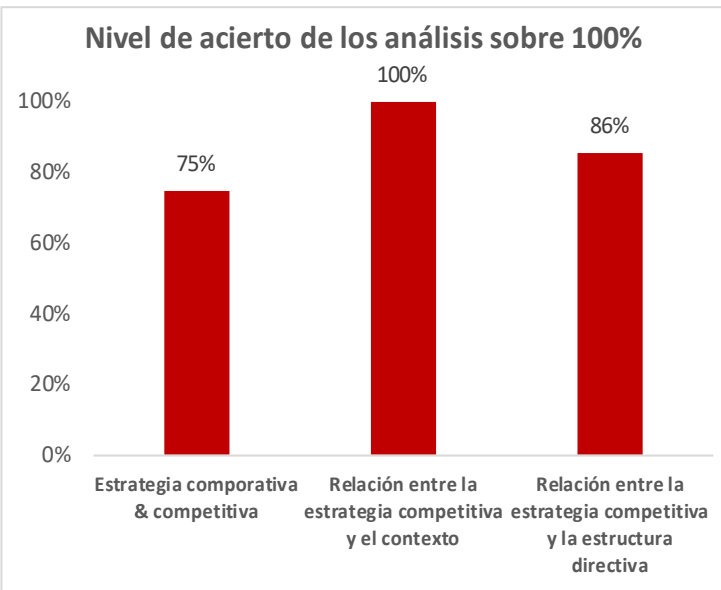
Cada análisis viene acompañado por cuadros como este en el que se explican los principales conceptos teóricos que el lector necesita conocer para entender, tanto lo que se busca analizar, como el resultado obtenido.

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)



Estrategia corporativa & competitiva

(1) Los análisis 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


74%



1. 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**.
2. 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**.
3. Posteriormente se desarrollarán todos estos detalles en el plan estratégico y en análisis por bloques.

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	Ayudar a nuestros clientes en su logística diaria, consiguiendo los mayores niveles de servicio con los mejores costes
Visión	Convertirnos en la empresa familiar de referencia en el sector en nuestra provincia

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.

Orulac Plan Estratégico – DAFO:

Ejemplo para Debilidades y Fortalezas

Teaser

Estas son las áreas de la compañía más fuertes y aquellas más débiles

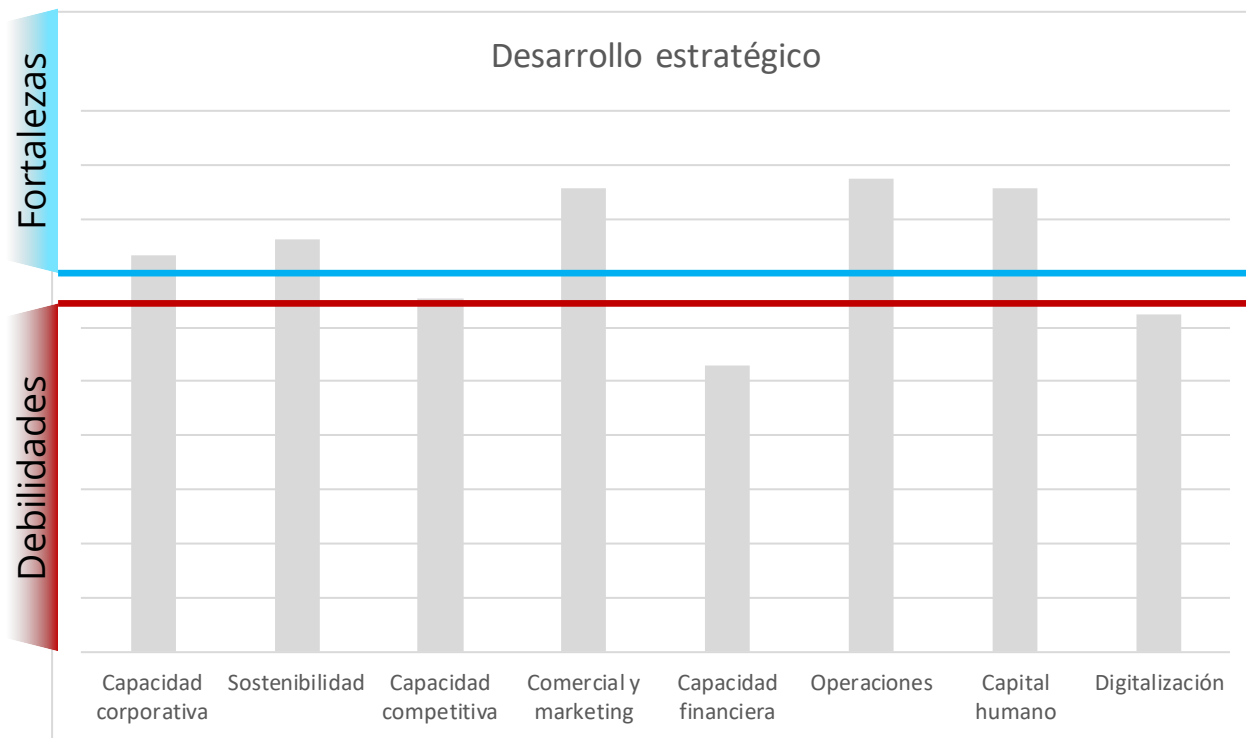
— Líneas de control

132

Teoría

GRÁFICO: Las líneas de control marcan la frontera entre las fortalezas (por encima) y las debilidades (Por debajo).

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 *Teaser*

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: 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



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

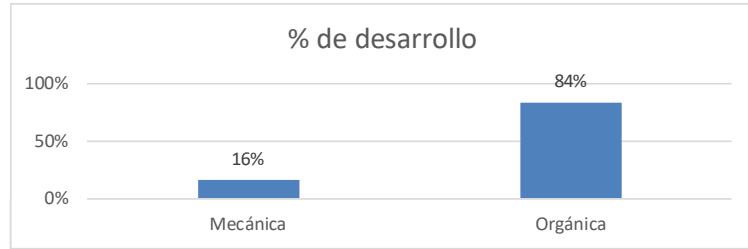
Descripción: Definición e implantación de todas las tecnologías necesarias para un alto rendimiento (CRM, ERP, etc...)

Prioridad:
Baja

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

Teaser:

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

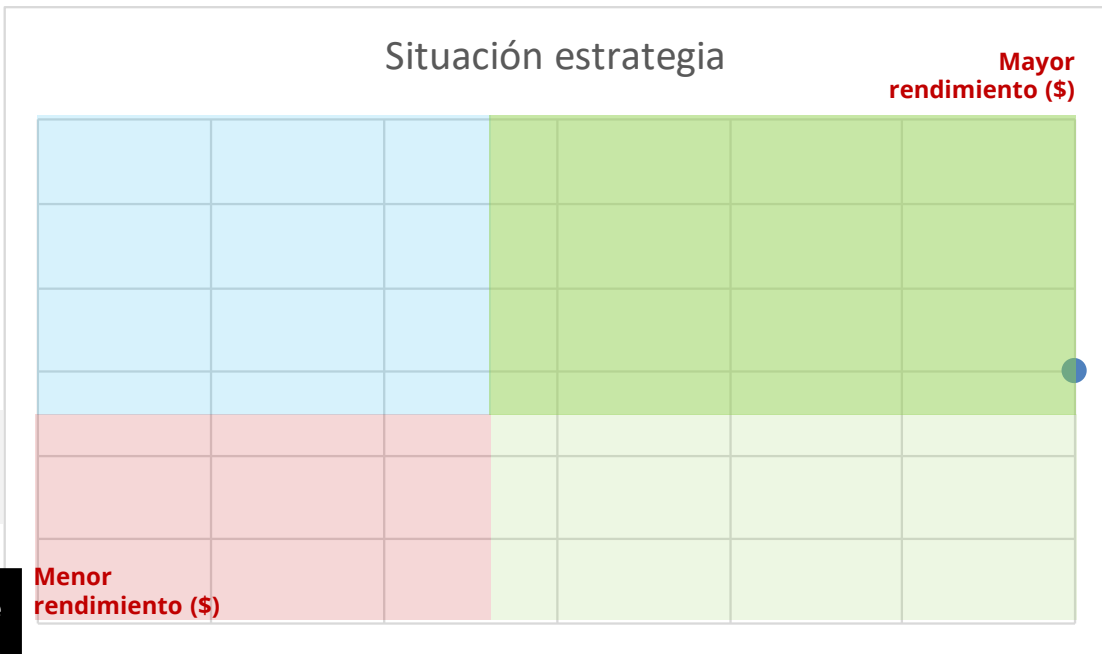
Corporativa		De negocio		Operacional & Soporte			
Corporativa	RSC	Competitiva	Marketing & Ventas	Financiera	Operacional	RRHH	Digital

¿Cuál es nuestra situación frente a un marco competitivo ideal donde desarrollamos al menos una estrategia y tenemos una mínima diferenciación frente a la competencia?

19.3

Estrategia competitiva desarrollada por la organización

- Enfasis en varias estrategias
- Énfasis en al menos una estrategia
- No hago énfasis en ninguna estrategia



Leyenda

- 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

Teaser

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
<i>Horas de seguimiento</i>	5	Consultar
<i>Sesión de presentación de resultados</i>	Si	Si
<i>Sesiones de seguimiento e implantación</i>	3	Consultar
<i>Sesión de evolución anual</i>	Si	Si
<i>Soporte Online con equipo Orulac</i>	Si	Si
PRECIO (Impuestos no incluidos)	19 USD (\$) / mes	Consultar

Subvencionado

Adquiere AQUÍ el servicio completo



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

Teaser

