

Resumen Ejecutivo

Ahora que ya concluyó usted la elaboración de su PLANEX tiene que darse a la importante tarea de resumirlo en unas cuantas páginas para poder hacer las presentaciones ejecutivas que se requieran, ya que es muy probable que poca gente importante tenga el tiempo y el interés de leer el documento completo de su PLANEX, sin antes tener una idea panorámica de lo que contiene.

Por esta razón, tiene que recordar que los objetivos del Resumen Ejecutivo son:

- *Despertar el interés y captar la atención*
- *Probar que el proyecto es sensato y viable*
- *Evidenciar que el proyecto ha sido concienzudamente planeado*
- *Demostrar que el equipo directivo de la empresa es capaz*
- *Probar que realmente existe un mercado y que se tienen ventajas competitivas en él*
- *Patentizar resultados financieros atractivos y posibilidades de obtener utilidades razonables exportando regularmente*

Además, en el caso que esté usted participando en Bancomext en un Curso de Consultores en Plan de Negocios o en un Curso de Formación de Instructores en Plan de Negocios, la forma en que será evaluado es justamente al través de la presentación del Resumen Ejecutivo de un PLANEX.

El contenido general del Resumen Ejecutivo es el siguiente:

- *Antecedentes de la Empresa*
- *Producto o Servicio*
- *Planteamiento del proyecto*
- *Aspectos del Mercado Meta*
- *Requerimientos y proyecciones financieras*

A continuación, se revisan someramente los aspectos fundamentales que deben formar parte del Resumen Ejecutivo.

5.1 Antecedentes de la empresa

- Descripción de la empresa, haciendo la mejor presentación de la misma pero sin caer en exageraciones y, por supuesto, que sin apartarse de la verdad
- Constitución legal y composición del capital, señalando la forma jurídica que tiene la empresa y presentar a los principales accionistas, con especial cuidado de que esta presentación sea hecha por el responsable de la exportación y por los directivos de mayor nivel que tengan poderes otorgados para patentizar y demostrar formalmente un verdadero compromiso de largo plazo con la exportación.
- Breve historia de la empresa, presentando una visión panorámica de los principales logros a lo largo de su historia e incluyendo una explicación de los cambios trascendentes a la Misión, en caso de haberlos habido.
- Visión, Misión, Objetivos y Metas, explicitando cómo son las actuales y cómo se modificarán para dar cabida al proyecto de exportación, en caso que la empresa apenas se vaya iniciar en la exportación.
- Recursos humanos capaces, demostrando que la estructura organizacional y el equipo directivo actual tiene la formación y experiencia necesaria para tener éxito en la exportación, sin olvidar la importancia que pueden tener los asesores externos, en especial los Consultores en Plan de Negocios, reconocidos por Bancomext.
- Experiencia exportadora, comentando con detalle cuáles han sido los éxitos, pero sobre todo los fracasos que se han tenido y las lecciones que se han aprendido como consecuencia de los mismos.

5.2 Producto o servicio

En este punto se deben resaltar las Ventajas Competitivas del Producto o Servicio en el mercado que se piensa servir en el extranjero, para poder responder a las siguientes preguntas:

¿Por qué se piensa que existe una oportunidad para el producto en el mercado?

¿Cuáles son las razones por las que se piensa que algunos consumidores van a preferir nuestra oferta, en vez de la de los competidores?

Seguramente para mejor responder a estas preguntas básicas, será indispensable describir con detalle las necesidades o deseos que satisface el producto que se piensa exportar

5.3 Planteamiento de Proyecto

En este punto, es necesario hacer una breve pero concisa descripción del negocio de exportación, que permita conocer con claridad meridiana qué se intenta hacer exactamente en los mercados del extranjero.

¿Qué se va a vender?

¿Cuánto se va a vender?

¿A qué precio?

¿En qué segmento de mercado?

¿Al través de qué canales?

¿Cómo se va a vender?

¿Cómo se promocionará el producto?

¿Será necesario redefinir la Misión?

5.4 Aspectos del mercado meta

En este punto se tiene que responder a las siguientes preguntas:

¿Con base en qué, se eligió el país al que se pretende exportar?

¿Cómo se seleccionó el (los) segmento(s) de mercado meta, dentro de ese país?

¿De qué tamaño es actualmente ese mercado?

¿Cómo se segmenta, cómo se comporta y cómo está evolucionando?

¿Cuánto se pretende vender en cada uno de los próximos 5 años?

¿Cómo se pretende satisfacer mejor a los consumidores?

¿Cuáles serán las adecuaciones de la mezcla de marketing (producto, precio, canales, promoción) que deben hacerse para poder vender lo que se pretende?

¿Cómo está conformada la competencia y qué reacción se espera, ante la presencia del producto o servicio que se va a exportar?

¿Cuáles son las barreras arancelarias para el producto de México y cuáles para los productos de los principales competidores?

¿Qué se espera lograr en términos de penetración y de posicionamiento en 5 años ó 10 años?