Resumen ejecutivo de un plan de negocio

¿Qué es?

Es una presentación general breve, concisa y escrita de un plan, informe o proyecto más extenso, que contiene sus puntos principales con el fin de facilitar una visión global, rápida, comprensiva y orientada a la toma de decisiones.

No es una introducción al documento original extenso ni su sustituto, sino que suele ir como un anexo inicial al mismo, pero también se puede utilizar como documento de presentación independiente porque:

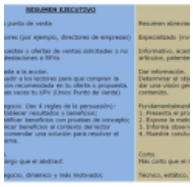
- contiene la información más relevante de una propuesta, de forma clara, esquemática y atractiva, sin profundizar en la estrategia ni en los detalles.

- muestra una relación lógica entre los antecedentes, la idea de cambio, los argumentos y los resultados

Algunos le llaman currículum vitae del proyecto, miniatura de plan, presentación técnica comercial, marketing de proyecto, informe ejecutivo, sumario ejecutivo, resumen para líderes, etc. Podemos situarlo entre un plan de empresa (que es más extenso) y un elevator pitch (que es más corto).

Hay que diferenciarlo de otros tipos de resúmenes como el de evaluación final de un proyecto, la presentación resumida para clientes o la síntesis de contenidos de un texto, por ejemplo.

El One Pager se puede considerar una adaptación, en una página, del resumen ejecutivo de una startup y una versión aún más reducida es el Elevator Pitch que es una presentación verbal, de unos sesenta segundos, que describe de manera concisa y clara los elementos más relevantes y atractivos del modelo de negocio.



¿Para qué sirve?

Todo inversor, antes de tomar una decisión, necesita conocer las principales variables de la empresa, qué ofrece de valor, su modelo de negocio, cómo se integra en el mercado, los recursos y estrategias que utiliza, etc.

Pero en tiempos de sobre información, cambios y decisiones, un directivo, político o inversor ocupado tiene mucha información que procesar y no lee un informe extenso en una primera toma de contacto. Como dice la Cepyme, "… los inversores reciben múltiples propuestas de negocio y pasan menos de tres minutos en su lectura inicial… en muchos casos solo leen la primera página … o sea, el resumen ejecutivo …".

Por ello, el RE está hecho para que se lea con cierta rapidez y consiga generar interés, en esta primera impresión, a través de la secuencia de vinculación inicial ACV-ECD: Atención – Comprensión – Valor – Expectativa – Confianza – Continuidad.

-ATENCIÓN: captar el interés del receptor por la presentación

-COMPRENSIÓN: que el receptor comprenda la propuesta desde una visión global, confiable y convincente, pudiendo identificar, con rapidez, los elementos principales. Esto permite tener a mano la información más relevante de un proyecto.

-PERCEPCIÓN DE VALOR: que el receptor capte, de forma rápida, el beneficio que conlleva el tema presentado, su propuesta de valor rentable.

-EXPECTATIVA POSITIVA: facilitar que el receptor haga, piense o sienta algo positivo en relación con el tema presentado

-CONFIANZA: reforzar el impulso positivo con muestras de haber minimizado riesgos

-DECISIÓN DE CONTINUIDAD: ayudar al receptor a decidir si desea leer el informe completo, profundizar en la presentación o decidir implicarse en la propuesta

Tras su lectura, el receptor será capaz de conocer la lógica del proyecto, el resultado y rentabilidad prevista, la tipología de cliente destinatario, los principales aspectos innovadores o diferenciadores, los recursos necesarios o la solvencia del equipo implicado.

Si no consigue generar los aspectos señalados, la propuesta es muy probable que quede descartada. Precisamente por la alta expectativa que genera y la breve, pero intensa atención que se le presta es preciso cuidar su elaboración. Como se señala en Unideg, "… el 60% de los planes de negocios son rechazados por posibles inversionistas en la etapa preliminar de su análisis, debido a una presentación incompleta o mal desarrollada del resumen ejecutivo …".

Para evitar que pueda servir para copiar la idea en toda su plenitud, se puede poner la información necesaria para su comprensión, pero sin precisar todos los detalles de su desarrollo.

El RE se puede utilizar en diferentes situaciones, como propuestas de negocios, proyectos, planes, estudios de opinión o de mercado, marketing, investigaciones, legislación, evaluaciones organizativas, etc. y, por tanto, el destinatario de la información puede ser diferente en cada caso.

Explicación

Se puede definir como una técnica de síntesis, que se escribe después de redactar el proyecto general y que tiene como hilo conductor una secuencia basada en seis aspectos: identificación del problema o necesidad – presentación de una buena solución –explicación de su valor diferencial – rentabilidad – viabilidad - solvencia del equipo

Vamos a abordar las fases de construcción de un RE, los principales formatos de uso habitual y algunos ejemplos de estos.

Seis FASES para la construcción de un RE:

1.- En primer lugar, es importante identificar las características, dudas e INTERESES del receptor y del emisor del RE.

Identificar el receptor y el objetivo de la presentación. Reflexionar sobre el antes y el después: ¿qué conocimiento y qué opinión tiene el lector del tema?, ¿qué interesa que el lector haga, piense o sienta una vez que haya leído el resumen ejecutivo?, ¿qué preguntas o dudas puede tener?, Explicitar dicha intención y orientar la redacción hacia esa meta.

Y por parte del emisor, ¿qué ascendencia tiene sobre el receptor?¿Cuáles son sus principales puntos fuertes y débiles? ¿Qué puntos de sintonía puede haber? ¿qué se pretende conseguir? ¿Cuál puede ser la mejor táctica?

De aquí sale una lista doble de intereses que se pueden correlacionar mediante ideas de valor que podemos utilizar más adelante como hilo conductor del RE.

2.- En segundo lugar, es necesario seleccionar los principales CONTENIDOS a incluir en el RE.

Aunque el resumen ejecutivo final contiene los elementos básicos de cualquier estructura de un texto académico, introducción, desarrollo y conclusiones, es conveniente identificar las principales ideas y factores críticos de éxito, expresarlas mediante frases positivas y desarrollar el contenido completo.

Revisar el documento original extenso e identificar la idea central, el resultado principal y los puntos más importantes a cubrir. Hacer una lista o esquema con las cuestiones que se quieren transmitir.

Redactar una frase para cada sub elemento citado en los apartados siguientes (que más adelante se podrán resaltar, agrupar o eliminar):

2.a.- título corto, concreto y llamativo, que represente el contenido del tema

2.b.- Como contextualización, comenzar con una cuestión significativa para el lector, que capte su atención, que transmita un mensaje relevante y algún elemento de acción.

2.c.- Secuencia inicial con cinco aspectos que muestran el sentido esencial del proyecto:

- justificación (necesidad o problema principal bien definido, contextualizado en el sector o mercado identificado). Esta información estará relacionada con algún indicador disponible. ¿Por qué debería importarles?

- propósito principal del RE (respuestas - solución diferencial que se propone para resolver el problema, definida de forma precisa pero sin entrar en especificaciones del producto o servicio, proporcionando una descripción general amplia del mismo, que se podrán mostrar en reuniones posteriores) ¿Si no se entiende por qué funcionará, no se implicarán?

- beneficios (impacto - valor para el principal grupo de interés, con datos interesantes y creíbles)

- ventajas respecto a la competencia (ventajas competitivas), ¿Si se tiene algo que los demás no tienen ...? "... obtener esta información realizando investigaciones, encuestas y, si es posible, probando productos rivales ..." ref. Slide Team.

- oportunidad (por qué es ahora un buen momento para desarrollarlo) Teniendo en cuenta fuentes de información fiables, se aprecia alguna demanda no cubierta de forma adecuada ¿Si existen clientes potenciales interesados, suficientes y dispuestos a hacer el esfuerzo actualmente para adquirir el producto o servicio ...?

Se relacionan con cinco variables de calidad de un servicio de información de alto nivel, vinculado a un proyecto de desarrollo: comprensión clara, precisión, seguridad, profesionalidad y oportunidad (modelo servqual).

"... una buena idea necesita pocas palabras para convencer ... en algunos casos, aún se puede resumir más, presentando el problema, la solución y datos de resultados en una primera infografía, para animar a leer el plan completo ..." ref. Venngae..

Errores frecuentes: no mostrar concreción, no mostrar conocimiento del mercado, previsiones demasiado futuras,

2.c.- Cuerpo del RE con el alcance del proyecto, secuenciando, al menos las siguientes cuestiones:

- objetivos y retos con los que el lector debería poder sintonizar,

- destinatarios (segmento, características, volumen), mostrar el conocimiento del mercado objetivo con varios resultados de investigación, datos, estadísticas, etc.

- método, tiempo de aplicación, si procede,

- recursos y costes (tangibles, intangibles), recursos disponibles, inversión necesaria (en qué se va a emplear), financiación necesaria (solicitada, condiciones, garantía)

- ingresos (netos, rentabilidad, retorno de inversión), con números atractivos, pero realistas, que apoyen las propuestas presentadas y la rentabilidad del modelo de negocio (los números hablan por sí solos),

- acciones de difusión y marketing, formas y camales de comercialización, cuando proceda

- estado actual del proyecto, hoja de ruta para su desarrollo y crecimiento previsto,

- colaboradores, si los hay,

- equipo profesional, con énfasis especial en sus competencias (interesa porque de su preparación y experiencia se deduce la posibilidad de un desarrollo adecuado),

- y la organización que la realiza, si el lector no la conoce, con sus reconocimientos

Tener en cuenta que estos aspectos estarán más desarrollados en el proyecto general, así como otros elementos como la misión de la organización, el modelo de negocio, los riesgos y su afrontamiento, etc.

Errores frecuentes: incluir explicaciones superfluas, incluir nuevas ideas que no están en el informe principal, números presentados no justificados, omitir la identidad del equipo,

2.d.- final, con conclusión clara, sólida y coherente, planteando de nuevo el punto principal y la oportunidad que supone. Resaltando lo que se puede extraer del RE y que por lo tanto recomienda que el lector piense, sienta o haga.

Modular y organizar las frases teniendo en cuenta las ideas de valor identificadas al principio.

Comprobar que se han tenido en cuenta las principales preguntas o dudas que pueden tener los receptores de la información.

3.- En tercer lugar, a partir del esquema de contenidos, y teniendo en cuenta el destinatario de la información, seleccionar una ESTRUCTURA para la presentación del RE. Existen diversos formatos (ver más adelante). Poner claras las referencias del RE (título, autor,

fecha)

4.- En cuarto lugar, ya se puede desarrollar el RE completo y es preciso completar y ordenar la INFORMACIÓN, por lo que también es bueno:

- que los puntos principales del resumen aparezcan en el mismo orden que en el informe extenso, con el fin de facilitar su posterior lectura. No incluir cuestiones nuevas que no estén descritas en el informe completo.

- completar el borrador anterior con información relevante de hechos y datos relevantes de refuerzo (solo los necesarios para transmitir la relevancia de la propuesta). Que no estén repetidos. Las cifras deben estar redondeadas (sin decimales)

- comprobar que la información económica está claramente planteada

- especificar el estado de desarrollo actual, actuaciones previstas y escalabilidad.

Reflexionar si se han incluido ejemplos y datos de alto interés para el receptor de la información.

Errores frecuentes: dar mucho más peso a unas áreas que a otras.

5.- En quinto lugar, es importante también cuidar el ESTILO, porque refleja el nivel de trabajo del tema, por lo que es conveniente:

- asegurar que cada sección fluya bien hacia la siguiente, con el objetivo como hilo conductor.

- usar párrafos cortos, con frases explícitas y directas y concretas, sin tecnicismos, frases subordinadas, retóricas ni expresiones grandilocuentes, críticas u opiniones personales

- cada apartado tendrá, como máximo, 3 o 4 párrafos

- emplear un lenguaje sencillo y claro, que entienda el lector,

- utilizar verbos de acción, para que predominen los hechos objetivos, evitando el uso de adjetivos subjetivos

- utilizar términos positivos, para transmitir confianza en su realización y resultados

- utilizar pronombres personales como “nosotros” o “nuestro”, para facilitar la conexión con los lectores

- letra que se lea bien, como Arial o Courier, en cuerpo 11 y con interlineado entre 1,15 y 1,5

Errores frecuentes: partes del texto farragosas, inclusión de términos demasiado técnicos o superlativos,

6.- En sexto lugar, elegir un diseño visual cuidado, de forma que el lector pueda “escanear” el RE y percibir, a primera vista, la esencia del proyecto.

- organizar títulos, subtítulos y flujo de conceptos clave.

- usar gráficas, viñetas, enlaces y/o encabezados si ayuda a que el documento sea más fácil de comprender con rapidez (por ejemplo, tendencias, comparaciones, etc.). . Solicitar la colaboración de un diseñador gráfico si es preciso

- seleccionar el diseño de presentación, colores de la tipografía y fondo hoja.

- disponer de un amplio espaciado entre las diferentes partes para facilitar su lectura rápida.

Se pueden utilizar plantillas prediseñadas disponibles en algunas herramientas digitales, como Canva, Flipsnack y Google Slides

"... el ojo del lector por lo general va primero a la esquina superior izquierda de la página. Así que asegúrate de que tu información más importante aparezca ahí. Normalmente después escanea la parte derecha de la página y desde allí va hacia abajo ... proporcionar guías visuales para garantizar que la información se consuma en un orden cronológico ..." (ref. Tudashboard).

7.- Por último, revisar los contenidos, la coherencia y el estilo del RE. Pulir la redacción, credibilidad y fuerza de convicción de los elementos principales, asegurar la fluidez narrativa y la orientación del mensaje hacia el objetivo establecido. Revisar dos veces la ortografía.

Dar a revisar a otra persona que no esté familiarizada con el tema, para que nos diga si cumple los requisitos previstos ¿parece interesante? ¿se entiende?¿está bien organizado? ¿aporta valor? ¿parece viable? "...el mejor resumen ejecutivo es aquel que necesita poca explicación ..." (ref. Galdon).

FORMATOS

En función del destinatario (inversor, institución financiera, socio potencial, alianza, cliente especial, etc.) y del objetivo previsto se puede adaptar su estructura y redacción.

Ya que se trata de presentar una propuesta desde los principales aspectos que conlleva su gestión (producto, mercado, recursos, personas, estrategia), todos los formatos suelen incluir los contenidos señalados anteriormente, la diferencia es la forma de organizarlos y presentarlos.

CLÁSICO: Se organiza la información separando los aspectos generales, específicos y operativos que componen el proyecto, por ejemplo,

- Información general

- Descripción del proyecto

- Modelo y cadena de valor

- Mercado objetivo

- Plan financiero

- Estado actual del proyecto

- Equipo de realización

- Conclusión y contacto

RESPUESTAS: Una manera es desarrollarlo a través de FAQs (Frequently Asked Questions) o secciones de preguntas que pueden plantearse los receptores, que abordan las principales dudas que pueden existir en la presentación de un proyecto y que se pueden responder en tres líneas por pregunta, por ejemplo,

¿en qué consiste el proyecto?

¿qué solución se propone para resolver un problema importante?

¿qué aporta diferente respecto a lo que ya existe?

¿cómo y cuándo se puede llevar a cabo?

¿cuantos costes e ingresos se prevén?

¿quién lo podrá llevar a cabo?

¿por qué puede tener éxito?

¿qué gano yo con esto?

CAUSA -EFECTO: En otras ocasiones se puede estructurar de forma más expositiva, generando, por ejemplo, cinco bloques de contenidos, como:

- Referencias: Introducción (propósito, contenido), Información de la Organización (nombre, actividad, equipo, contacto, etc.)

- Contenido central (necesidad o problema, propuesta, relevancia, usuarios, beneficios, etc.)

- Contexto: análisis de mercado, adaptación, competencia, colaboraciones

- Recursos: económicos, materiales, intangibles, rentabilidad, etc.

- Conclusiones

HISTORIA O ACONTECIMIENTO: También se puede organizar la información incluyendo las cinco W, como en un reporte periodístico:

- Qué: se describe el producto o servicio, el problema, necesidad u oportunidad.

- Quién: equipo que desarrolla el proyecto, con sus respectivos roles o cargos.

- Cómo: plan de implementación, estrategias, tácticas (en general).

- Cuánto: inversión requerida, recursos humanos, técnicos, etc.

- A quién: público objetivo, grupos beneficiados, usuarios finales del proyecto.

Como dice J. Bernoff, "... el resumen sintetiza la historia que usted quiere contar detrás de todas las palabras del informe ...".

PROYECTO DE SERVICIO: A veces se presenta como una propuesta de servicio:

- Diagnóstico inicial: valoración global del proyecto, con aspectos innovadores y objetivos.

- Servicios: diferenciación con respecto de la competencia.

- Alcance: qué departamentos involucra y su duración en el tiempo, de inicio hasta el final

- Estado de desarrollo: si existen proyectos parecidos y en qué etapa se encuentra el actual.

- Resultados esperados con el proyecto.

- Presupuesto.

- Cronograma.

SECUENCIA DE IDEAS: Dividir el RE en cuatro o cinco apartados, encabezando cada uno de ellos con un título: Idea, Equipo, Ventaja, Logros, Rentabilidad, por ejemplo.

MÁS CONOCIMIENTO

Profundizar en el conocimiento del resumen ejecutivo abre nuevas preguntas como ¿cuáles son los principales cambios de un resumen ejecutivo para los diferentes tipos de lectores? ¿Cuál es el formato más utilizado en nuestra región? ¿Qué piensan los profesionales de la inversión sobre el resumen ejecutivo? ¿Existen versiones interactivas para la presentación? … etc. Las respuestas a estas preguntas nos permitirán avanzar en el conocimiento y planteas nuevas preguntas de interés.

-También se pueden consultar artículos en los buscadores de diversos espacios web, como la biblioteca digital de Universidad de Málaga www.eumed.net , la plataforma web de acceso a conocimiento científico Recolecta https://www.recolecta.fecyt.es/ o la revista digital Emprendedores https://www.emprendedores.es/, entre otros.

Si quiere conocer otros conceptos de gestión, puede acceder a la plataforma abierta y gratuita http://sugestion.quned.es/ que es un proyecto de Responsabilidad Social Intelectual de la Cátedra de Calidad de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) compartido con los profesionales que han redactado las fichas.

Ejemplos prácticos

A continuación, se pueden ver algunos ejemplos accesibles, a través de internet, en el momento de redacción de esta ficha (las fuentes de origen pueden permitir, cambiar o suprimir su acceso).

RESUMEN EJECUTIVO

La cuestión que plantea WWF surge a raíz de las catástrofes veraniegas que cada año protagonizan los grandes incendios forestales (GIF), aquellos en los que arden más de 500 hectáreas.

A continuación exponemos los argumentos que conducen a WWF a plantear si en vez de recuperar bosques, lo que en realidad se está haciendo es "plantar" grandes incendios.

PANORAMA DE LOS BOSQUES ESPAÑOLES

España es el segundo país de la Unión Europea por superficie forestal después de Suecia, el primero de la ecorregión mediterránea y el tercero en superficie arbolada después de Suecia y Finlandia.
Casi el 70% de los bosques españoles es de propiedad particular.
Del total de la superficie forestal española, sólo el 13% cuenta con planes de gestión, la mayoría en terrenos públicos.
La gestión forestal es competencia de las comunidades autónomas, aunque el Gobierno central es responsable de asegurar un objetivo común para la política forestal española.

TENDENCIA DE LOS INCENDIOS EN ESPAÑA

Se aprecia una tendencia a la baja en el número total de siniestros y en la superficie afectada por el fuego, pero en 2009 la mitad de las áreas afectadas lo fueron por un gran incendio.
Ese mismo año se registraron 34 GIF sobre 15.391 siniestros, y aunque supone el 0,22% del número total, quemaron la mitad de la superficie que ardió en 2009.
Los mecanismos de extinción han demostrado ser muy eficaces en los últimos años y de hecho en el 99,8% de los casos se consigue apagar los incendios antes de que alcancen las 500 hectáreas. Precisamente los GIF se producen porque escapan a este control y por las propias características de su origen: un punto de ignición alejado de un acceso rápido y en condiciones meteorológicas extremas.

RESPUESTA DE LAS ADMINISTRACIONES ANTE LOS INCENDIOS…

En general, los responsables políticos marcan a golpe de catástrofe, a muy corto plazo, las urgencias de restauración, relegando a un segundo plano el desarrollo de una política forestal clara, estable y coordinada a nivel nacional.

… Y SU PLANTEAMIENTO ANTE LAS REFORESTACIONES

Desde 1994 a 2007 se ha actuado sobre una superficie de 1,6 millones de hectáreas, de las cuales 0,7 millones lo han sido al amparo de la reforestación de tierras agrarias. Lamentablemente, durante ese mismo periodo, la superficie forestal afectada por el fuego ha sido de 2,1 millones de hectáreas, de las cuales 0,8 millones eran arboladas. Además, estas actuaciones tienen grandes carencias en cuanto a la selección de especies, la priorización de las zonas de actuación o la coherencia con la planificación territorial.

-Ejemplo de resumen ejecutivo de un sitio web de anuncios clasificados (ref. BIM – BS) "… *es un ejemplo de resumen ejecutivo para un Business Plan, utilizando la técnica de las preguntas y respuestas. El objetivo es que cualquier pregunta que le pueda surgir a un posible inversor, acerca de nuestro proyecto, esté reflejada en este documento …*".

https://www.yumpu.com/es/document/view/58563122/ejemplo-resumen-ejecutivo -Ejemplo de resumen ejecutivo de fabricación de filetes vegetales (ref. Modelos de Plan de Negocios MPN) "… *detalle las diferentes etapas del desarrollo de su proyecto (generalmente para los próximos tres años). Puede tomar como ejemplo la plantilla de Resumen Ejecutivo gratuita presente en este artículo …*".

https://cdn.shopify.com/s/files/1/0268/3679/5582/files/Ejemplo_Gratuito_Ejemplo_de_Resumen_Ejecutivo.pdf?v=1613793092 -Ejemplo de resumen ejecutivo de una empresa canadiense de transporte (ref. GC-scaled) "… *se presenta la sección del resumen ejecutivo del plan de negocios preparado para un gerente de banco. El plan de negocios completo se encuentra en el apéndice A …*".

https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24731w/Como_preparar_un_plan_de_negocios-210-214.pdf -Ejemplo de contenidos potenciales a incluir en un sumario ejecutivo (ref. Banco de Santander, Argentina) "… *es la primera sección de cualquier Plan de Negocio y en él se busca atraer el interés del lector. Por lo tanto debe ser breve: no más de cinco páginas. En ellas se describe la oportunidad de negocio, el porqué existe, y cómo la nueva empresa va a capturarla …*"

https://www.santander.com.ar/banco/wcm/connect/0bc99217-4bc2-4229-ade7-9c5606b237ff/Gu%C3%ADa+Sumario+Ejecutivo+y+Modelo+de+Negocio+%283%29.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mbY7Ezb&CVID=mbY7Ezb -Ejemplos de plantillas para resumen ejecutivo (Venngage, 2021) "... *19 plantillas para el informe ejecutivo que todo consultor necesita „,*".

https://es.venngage.com/blog/plantillas-informe-ejecutivo/ -Ejemplos de plantillas de resúmenes ejecutivos de una página (ref. Slide Team, 2023) "... *un resumen ejecutivo de una página es un documento breve que tiene el mayor impacto ... sin embargo, es importante que el resumen ejecutivo incorpore todos los elementos necesarios de un plan de negocios para que sea funcional. ¡hemos elaborado una lista de estos componentes residuales, así como algunas plantillas para ayudar a comenzar ...*".

https://www.slideteam.net/blog/presentando-el-resumen-ejecutivo-de-una-pagina-mas-efectivo-para-startups-con-plantillas-disenadas-por-profesionales-2 -Ejemplo de competición para presentar un resumen ejecutivo (ref. IEBS, 2016) "... *recordad que la siguiente competición exige como mínimo tener los siguientes requisitos para poder pasar a la final y exponer vuestro elevator pitch en el Hotel W Santiago el 29/09/2016 ... innovador, escalable, equipo, mercado, nivel de avance ...*"

https://static.ie.edu/marketing/Venture_Day/resumen_ejecutivo.pdf

Aplicaciones y soportes frecuentes

REDER	Algunas Aplicaciones	Algunos Soportes Observables
R	Sincronizar las prioridades de los principales grupos de interés	Tabla de intereses y expectativas de receptor y emisor
E	Disponer de una propuesta extensa y detallada de un proyecto o plan de negocio	Proyecto matriz o plan de negocio
	Identificar las principales ideas y factores de éxito que dan sentido al proyecto	Esquema inicial de cuestiones esenciales a transmitir
	Plantear el cuerpo de acciones y recursos necesarios	Lista de argumentos del resumen ejecutivo
	Decidir la estructura y el formato de presentación	Formato de presentación (ej. organización, plantillas, TIC, etc.)
D	Desarrollar el resumen ejecutivo inicial	Borrador inicial del resumen ejecutivo
E	Evaluar el desarrollo del resumen ejecutivo	Lista de comprobaciones de calidad (ej. contenidos, datos, estilo, iconografía, coherencia, impacto, etc.)
R	Desarrollar el resumen ejecutivo final	Resumen ejecutivo final

Cuestiones clave para autoevaluar Puede valorar la idoneidad de su práctica (máxima = 100)

¿Se ha seleccionado un título corto, concreto y llamativo, que represente el contenido del tema?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se ha redactado una introducción que sea significativa para el lector, llame su atención y transmita un elemento de acción?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se ha plasmado la secuencia que da sentido al resumen: problema, solución, beneficios, ventajas competitivas, oportunidad en el mercado?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se aporta información de interés en el cuerpo del resumen ejecutivo: ejemplo, objetivos, destinatarios, método, tiempo, recursos, costes, ingresos, financiación, rentabilidad, acciones, estado actual, entidad, personas, colaboradores?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Se ha redactado una conclusión clara, sólida y coherente que refuerza la idea principal y la oportunidad de llevarla a cabo?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

¿Considera que ha seleccionado una estructura adecuada para la organización de los contenidos?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Ha incluido los números y datos necesarios para reforzar las propuestas de resumen ejecutivo?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Ha incluido elementos visuales que aporten valor a los argumentos presentados?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Ha seleccionado un formato atractivo para la presentación de los contenidos?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Ha revisado la coherencia y el estilo de la redacción para perfeccionar el nivel de la presentación?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Información adicional del autor

UNED TUDELA	Autor: Ángel Minondo Urzainqui	Cargo: Subdirector técnico Cátedra de Calidad de la UNED "Ciudad de Tudela"
	Empresa/organización: UNED Tudela	
	Actividad: Formación Universitaria	Contacto: www.unedtudela.es