

Administración y Evaluación de Proyectos

Rúbrica de Documento Impreso. Estudio de Mercado.

Mayo - Agosto 2013

Nombre y firma del docente evaluador: _____

Grupo: _____ Fecha: _____

No.	Variables a evaluar	PONDERACIÓN				EQUIPO			
		Excelente 3	Bueno 2	Regular 1	Malo 0				
1	Resumen	Se redacta de forma coherente, específica y concreta, incluye: a) planteamiento, b) la muestra (tamaño y características) c) el método (instrumentos y procedimientos) y d) la conclusión más relevante.	Incluye los cuatro elementos, sin embargo no presentan coherencia en la redacción y los datos incluidos no son los más relevantes.	El documento cuenta con un resumen con poco fundamento y sin coherencia. Presenta menos de cuatro elementos en su redacción.	El resumen no tiene relación con el documento O NO presenta resumen.				
2	Introducción	Describe con claridad a) el tema investigado, b) antecedentes, c) planteamiento del problema, d) justificación de la investigación, e) objetivos, f) beneficiados y g) contenido por capítulo.	Describe con claridad menos de los siete elementos recomendados.	Presenta la introducción sin orden y coherencia, incluye menos de los siete elementos recomendados.	No presenta la introducción o existe total incoherencia en la redacción.				
3	Antecedentes	Incluye información relevante de lo general a lo particular, presenta datos históricos y estadísticos, válidos y sustentados relacionados al proyecto.	Los antecedentes que se presentan en el documento son muy generales, existe oportunidad de mejora en datos históricos y estadísticos.	Los antecedentes que se presentan en el documento no son suficientes para sustentar el proyecto.	No presenta los antecedentes o no contiene ningún tipo de datos que se relacione con el escenario del proyecto.				
4	Planteamiento del Problema	Fundamenta objetivamente el problema a resolver, presentando información mixta (cualitativa y cuantitativa), obtenida de referencias válidas y sustentadas.	Fundamenta de forma general el problema a resolver, la información cualitativa y cuantitativa, es limitada.	No fundamenta el problema a resolver o existe confusión, la información cualitativa y cuantitativa, es muy pobre.	No presenta el planteamiento o no contiene ningún tipo de datos que se relacione con el problema a resolver.				
5	Justificación	Fundamenta objetivamente la importancia del proyecto, resaltando el impacto social, económico y ambiental. Incluye información cualitativa y cuantitativa, obtenida de referencias válidas y sustentadas.	Fundamenta de manera general la importancia del proyecto, incluye el impacto social, económico y ambiental. La información cualitativa y cuantitativa, es limitada.	La justificación es muy pobre. No existe congruencia entre la problemática real y la justificación.	No presenta la justificación o no contiene ningún tipo de fundamento social, económico y ambiental que se relacione con el proyecto a desarrollar.				
6	Tipo de investigación y metodología	La metodología que se muestra en el trabajo se explica claramente: a) fuentes de información consultadas, b) método de obtención de información, c) tipo de investigación, d) herramientas e instrumentos utilizados e) tamaño de muestra y f) logística de obtención de datos. La información señalada proviene de fuentes confiables.	La metodología que se muestra en el trabajo se explica claramente, sin embargo expone menos de los seis elementos solicitados.	La metodología que se expone incluye menos del 50 por ciento de los elementos solicitados. No hay congruencia y claridad en la información	Excluye el apartado de metodología del proyecto.				

7	Filosofía organizacional	La filosofía organizacional comprende los cuatro elementos (Misión, Visión, Valores y Políticas), planteados todos de manera lógica y coherente.	La filosofía organizacional comprende solo tres de los cuatro elementos (Misión, Visión, Valores y Políticas), planteados todos de manera lógica y coherente.	Aunque se incluyen los cuatro elementos solicitados, existen fallas en el planteamiento de ellos.	La filosofía organizacional comprende solo dos o menos de los cuatro elementos (Misión, Visión, Valores y Políticas) y/o existen errores en el planteamiento de ellos.				
8	Objetivo del estudio	El objetivo del estudio reúne las características del acrónimo SMART, además específica: qué, cómo y para qué.	El objetivo reúne las características del acrónimo SMART, también específica: qué, cómo y para qué; sin embargo existen oportunidades de mejora.	El objetivo del estudio NO reúne TODAS Las características del acrónimo SMART; tampoco específica de manera clara: qué, cómo y para qué.	No se encuentra en el trabajo la declaración del objetivo del estudio o su redacción es totalmente incomprensible.				
9	Área y segmento del mercado	Describen de manera precisa cualitativa y cuantitativamente las variables de segmentación (geográfica, demográfica, psicográfica y por comportamiento), haciendo referencia a fuentes de información actuales y oficiales.	Describen con poco fundamento cualitativa y cuantitativamente las variables segmentación, quedan dudas sobre la confiabilidad de las fuentes de referencia.	Describen cualitativa o cuantitativamente sólo tres variables de segmentación.	No describe las variables de segmentación				
10	Descripción del producto o servicio	La descripción del producto fue dada a conocer de manera detallada y precisa, sin dejar alguna duda sobre su uso, beneficios y características. Fundamentada en la normatividad aplicable.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera general y poco precisa, quedando algunas dudas sobre su uso, beneficios y características. Existen algunas dudas en la normatividad aplicable.	La descripción del producto fue dada a conocer de forma imprecisa, quedando muchas dudas sobre su uso, beneficios, características y normatividad.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera poco fundamentada, quedando muchas dudas.				
11	Análisis de la Demanda	Determinó la demanda real, empleando las unidades cuantificables adecuadas (Ton., Lt., pza....). Se fundamenta la participación en el mercado. Emplea información estadística confiable para realiza las proyecciones.	Determinó la demanda real, sin embargo quedan algunas dudas de su obtención. No se fundamenta la participación en el mercado. Emplea información estadística pero quedan dudas acerca de su veracidad.	Determina la demanda real, pero no estima la participación del mercado. Tampoco presenta las proyecciones.	No determinó la demanda real, no menciona la participación en el mercado, no presenta proyecciones o los datos presentados son totalmente incomprensibles.				
12	Análisis de la Oferta	Identifica y describe completamente las características de la competencia directa e indirecta. Realiza las proyecciones de la oferta. Emplea fuentes de información confiables.	Identifica y describe de manera muy general las características de la competencia directa e indirecta. Realiza las proyecciones de la oferta. Sin embargo las fuentes de información hay dudas sobre la veracidad de la información.	Identifica y describe de manera muy limitada las características de la competencia directa e indirecta o no presenta alguno de ellos. No realiza las proyecciones. Las fuentes de información no son confiables.	No describió los elementos: Análisis de competencia directa e indirecta y proyecciones.				
13	Relación Demanda – Oferta (Mercado potencial insatisfecho)	Fundamenta de manera gráfica y textual el mercado potencial insatisfecho. Emplea fuentes de información confiables.	Fundamenta de manera gráfica o textual el mercado potencial insatisfecho. Existen algunas dudas sobre la veracidad de las fuentes de información.	A pesar de explicar de manera gráfica y textual el mercado potencial insatisfecho, no se muestra fundamentación. Existen dudas sobre la veracidad de la información.	No se fundamenta de manera gráfica o textual el mercado potencial insatisfecho o la redacción es totalmente incoherente.				
14	Análisis de los Precios	Muestra un análisis de precios con profundidad. Maneja datos históricos, presentes y proyecciones correctamente.	Presenta un análisis de precios muy general. Incluye datos históricos, presentes y proyecciones.	Presenta un análisis de precios con poca profundidad de los datos.	No presenta datos históricos, presentes ni proyecciones o el análisis es totalmente incongruente.				

15	Plan de mercadotecnia	Describe claramente las características , beneficios y ventajas del producto; identifica las variables adecuadas y pertinentes para el análisis situacional del producto dentro del mercado. Establece claramente las estrategias a utilizar en cada una de la 4 p's, así como definir tiempos y recursos para el adecuado control de dichas estrategias.	Describe claramente las características , beneficios y ventajas del producto; identifica algunas de las variables adecuadas para el análisis situacional . Establece claramente las estrategias a utilizar en cada una de la 4 p's, así como tiempos y recursos para el control de dichas estrategias.	Describe vagamente las características , beneficios y ventajas del producto; identifica variables poco adecuadas para el análisis situacional . Establece vagamente las estrategias a utilizar en cada una de la 4 p's, así como tiempos y recursos para el control de dichas estrategias.	Describe sin claridad las características , beneficios y ventajas del producto; identifica variables inadecuadas para el análisis situacional . No Establece con claridad las estrategias a utilizar en cada una de la 4 p's, así como tiempos y recursos para el control de dichas estrategias.				
16	Conclusiones del Proyecto	La conclusión del proyecto presentada, es resultado de un análisis profundo de todos los factores que se involucraron en el desarrollo del mismo. Responde a todos objetivos planteados.	La conclusión plasmada maneja la mayoría de los factores que intervienen en el proyecto y responde por lo menos al 80 por ciento de los objetivos planteados.	Se plasma una conclusión con poca claridad. Responde a menos del 50 por ciento de los objetivos planteados.	No presenta conclusiones.				
17	Literatura Consultada (APA Style)	Cita correctamente toda la literatura consultada en el documento con "Apa Style" y presenta un orden.	Cita correctamente toda la literatura consultada en el documento con "Apa Style" sin un orden.	No cita correctamente la literatura consultada con "Apa Style"	No cita la literatura consultada.				
18	Formato del documento	Los márgenes del documento son los indicados, así como el formato de la fuente (tamaño de títulos, subtítulos, justificación del texto), el tamaño de figuras y tablas es óptimo, muestran numeración, nombre y referencias. Presenta numeración de páginas. Ortografía correcta.	Los márgenes del documento son los indicados, así como el formato de la fuente (tamaño de títulos, subtítulos, justificación del texto), el tamaño de figuras y tablas es óptimo, éstas muestran numeración, nombre y referencias. Presenta numeración de páginas. Presenta más de cinco errores ortográficos.	Los márgenes del documento son los indicados, así como el formato de la fuente (tamaño de títulos, subtítulos, justificación del texto), el formato de figuras y tablas no presenta un orden específico. No se visualiza la numeración de páginas.	No cumplen con las recomendaciones, se visualiza un trabajo desordenado.				
SUMA DE PUNTOS									
PROMEDIO TRABAJO IMPRESO (SUMA DE PUNTOS / 72) X 10									
ENTREGA EXTEMPORÁNEA O MÁS DE 10 ERRORES ORTOGRÁFICOS (MENOS DOS PUNTOS)									
PROMEDIO FINAL TRABAJO IMPRESO									