

Administración y Evaluación de Proyectos

Estudio de Mercado. Rubrica de Documento Impreso.

Mayo - Agosto 2015

Nombre y firma del docente evaluador: _____

Grupo: _____

Fecha: _____

No.	Variables a evaluar	PONDERACION				EQUIPO		
		Excelente 3	Bueno 2	Regular 1	Malo 0	1	2	3
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 en por lo menos cinco 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 por lo menos cinco 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	Objetivo del estudio	El objetivo del estudio reúne las características del acrónimo SMART, además especifica: qué, cómo y para qué. Incluye el objetivo general y cuatro específicos de acuerdo a los elementos del proyecto de inversión (mercado, técnico, financiero y económico).	El objetivo reúne las características del acrónimo SMART, también especifica: qué, cómo y para qué; sin embargo existen oportunidades de mejora y no incluye todos los objetivos solicitados.	El objetivo del estudio NO reúne TODAS Las características del acrónimo SMART; tampoco especifica 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.			

7	Método	Explica claramente: a) Método de obtención de información, b) Tipo de investigación, c) Fuentes de información consultadas, d) Tamaño de muestra, e) Herramientas e instrumentos utilizados, f) Logística de obtención de datos, así como g) Participantes en la investigación.	La metodología que se muestra en el trabajo se explica claramente, sin embargo expone menos de los siete 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 o la redacción es incomprensible al lector.			
8	Filosofía organizacional	La filosofía organizacional comprende los cinco elementos (Misión, Visión, Estructura Organizacional, Valores y Políticas), planteados todos de manera lógica y coherente.	La filosofía organizacional comprende cuatro de los cinco elementos solicitados, planteados todos de manera lógica y coherente.	Aunque se incluyen los elementos solicitados, existen fallas en el planteamiento de ellos.	La filosofía organizacional no se describe o existen errores en el planteamiento de ellos que limitan su comprensión.			
9	Análisis del ambiente externo (PESTE)	Describieron, analizaron y explicaron correctamente los factores del ambiente externo (Políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ecológicos). Consultando por lo menos 10 fuentes de información, válidos, confiables y de actualidad. Exponen datos de lo general a lo particular, del nivel internacional, nacional y estatal.	La descripción, análisis y explicación de los indicadores pertenecientes a los factores del ambiente externo (Políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ecológicos), se proporcionó en menos del 80 por ciento de lo solicitado.	La descripción, análisis y explicación de los indicadores pertenecientes a los factores del ambiente externo (Políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ecológicos), se proporcionó en menos del 60 por ciento de lo solicitado.	La descripción, análisis y explicación de los indicadores pertenecientes a los factores del ambiente externo (Políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ecológicos), se proporcionó en menos del 40 por ciento de lo solicitado. Quedando muchas dudas de la veracidad de la información.			
10	Perfil del segmento	Describen de manera precisa cualitativa y cuantitativamente el perfil del segmento (consumidor final o industrial), haciendo referencia a fuentes de información actuales y oficiales. Incluye datos de fuentes secundarias y primarias.	Describen con poco fundamento cualitativa y cuantitativamente el perfil del segmento, quedan algunas dudas sobre la confiabilidad de las fuentes de referencia.	La descripción del perfil del segmento, no incluye suficientes variables para identificarlo. Es imprecisa e incompleta.	La descripción del perfil del segmento se realiza de manera imprecisa e incompleta, la información incluye menos del 40 por ciento de lo solicitado.			
11	Tamaño del mercado	Describen de manera precisa y cuantitativa el tamaño del mercado, identificando el mercado disponible, real, potencial y meta. Haciendo referencia a fuentes de información actuales y oficiales.	Quedan algunas dudas sobre la determinación del tamaño y confiabilidad de las fuentes de referencia. O presenta menos de los cuatro tipos de mercado solicitados.	La descripción del tamaño de mercado se realiza de manera imprecisa e incompleta. Se expone menos del 60 por ciento de lo solicitado.	La descripción del tamaño de mercado se realiza de manera imprecisa e incompleta. Se expone menos del 40 por ciento de lo solicitado.			
12	Descripción del producto o servicio	La descripción del producto fue dada a conocer de manera detallada y precisa, sin dejar alguna duda sobre a) Nombre, logo y slogan, b) Usos y beneficios, c) Características intrínsecas, d) Etiqueta y e) Normatividad. Se fundamenta con fuentes válidas y confiables.	La descripción del producto fue dada a conocer de manera general y poco precisa, quedando algunas dudas en las referencias citadas. Se presenta menos del 80 por ciento de la información solicitada.	La descripción del producto fue dada a conocer de forma imprecisa, quedando muchas dudas sobre los cinco elementos solicitados. Se presenta menos del 60 por ciento de la información solicitada.	Se presenta menos del 40 por ciento de la información solicitada o la redacción es incomprensible al lector.			
13	Factores determinantes de la demanda (cinco principales)	Se identifican con claridad los principales cinco factores que determinan la demanda del producto analizado, fundamentando cualitativa y cuantitativamente, con fuentes válidas y confiables.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados. Hay imprecisión en la fundamentación cuantitativa. Existen algunas dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados (60 por ciento) . Hay imprecisión en la fundamentación cuantitativa y cualitativa. Existen dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados (40 por ciento) . Hay total incoherencia en la fundamentación cuantitativa o cualitativa. Existen muchas dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.			

14	Determinación de la demanda del proyecto	Determinó la demanda real y potencial del proyecto, utilizando el método razón en cadena, empleando unidades cuantificables adecuadas (Ton., Lt., pza....). No deja lugar a dudas sobre el proceso de obtención de la demanda, haciendo uso de tablas y gráficos pertinentes.	Determinó la demanda real y potencial, sin embargo quedan algunas dudas de su obtención. Emplea información estadística pero quedan dudas acerca de su veracidad.	Expone la demanda, sin embargo no muestra el proceso de obtención, y quedan muchas dudas acerca de su veracidad.	No determinó la demanda o los datos presentados son totalmente incomprensibles.			
15	Fundamento de participación en el mercado	Sin lugar a dudas fundamenta del proyecto la participación en el mercado, de acuerdo a la demanda total detectada, exponiendo según corresponda, la anual, mensual y semanal.	Presenta la participación en el mercado, pero no fundamenta la decisión, quedando algunas dudas de la decisión.	Presenta la participación en el mercado, pero no fundamenta la decisión, quedando muchas dudas de la decisión.	No expone la participación en el mercado o la información es totalmente incomprensible.			
16	Proyección de la demanda del proyecto	Integra datos estadísticos a nivel nacional (mínimo cinco periodos previos), que son proyectados con un método estadístico. Para la demanda del proyecto, presenta las proyecciones del PIB del sector (cuatro años). Señala la veracidad de las referencias consultadas.	La información se presenta con menos del 80 por ciento de las características solicitadas.	La información se presenta con menos del 60 por ciento de las características solicitadas.	No incluye datos estadísticos a nivel nacional, tampoco son proyectados con un método estadístico. No presenta las proyecciones del PIB del sector. O la redacción y referencias son totalmente incongruentes o incomprensibles.			
17	Factores determinantes de la oferta (cinco principales)	Se identifican con claridad los principales cinco factores que determinan la oferta del producto analizado, fundamentando cualitativa y cuantitativamente, con fuentes válidas y confiables.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados. Hay imprecisión en la fundamentación cuantitativa. Existen algunas dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados (60 por ciento). Hay imprecisión en la fundamentación cuantitativa y cuantitativa. Existen dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.	Se identifican menos de los cinco factores solicitados (40 por ciento). Hay total incoherencia en la fundamentación cuantitativa o cuantitativa. Existen muchas dudas de la veracidad de las fuentes de referencia.			
18	Principales productores y productos competidores (perfil)	Identifica a los principales competidores del producto, (empresas, marcas y productos), así como sus características geográficas, demográficas, tecnológicas y de mercado. Emplea fuentes de información confiables.	Identifica y describe de manera muy general las características de la competencia. Sin embargo existen dudas sobre la veracidad de la información.	Identifica y describe de manera muy limitada las características de la competencia. Las fuentes de información no son confiables.	No identificó a los principales competidores o la redacción es totalmente incongruente e incomprensible.			
19	Análisis FODA de los competidores	Expone con claridad y fundamentación cualitativa y cuantitativa las características internas y externas de los competidores. Señalando fuentes de información válidas y confiables.	Expone con poca fundamentación cualitativa y cuantitativa las características internas y externas de los competidores. Existen algunas dudas sobre la veracidad de las fuentes consultadas.	Expone con limitada fundamentación cualitativa o cuantitativa las características internas y externas de los competidores. Existen muchas dudas sobre la veracidad de las fuentes consultadas.	No expone con fundamentación cualitativa y cuantitativa las características internas y externas de los competidores. Las fuentes consultadas no son válidas y confiables. O la redacción es totalmente incomprensible.			
20	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 muchas 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.			

21	Análisis histórico	Integra datos estadísticos a nivel nacional (mínimo cinco periodos previos), por presentación del producto analizado. Consulta fuentes de información, válidas, confiables y de actualidad.	Integra datos estadísticos a nivel nacional (menos de los cinco solicitados). Existen algunas dudas con la veracidad de las fuentes de información señaladas.	Proporciona menos del 40 por ciento de la información solicitada y existen muchas dudas acerca de la veracidad de las fuentes de información señaladas.	No presenta datos históricos, o el análisis es totalmente incongruente.			
22	Precio de venta por tipo de producto	Fundamenta de manera cualitativa y cuantitativa el precio promedio de cada uno de los productos del proyecto, de acuerdo a lo analizado en el mercado geográfico seleccionado como segmento o de fuentes oficiales confiables.	Fundamenta de manera imprecisa cualitativa y cuantitativa el precio promedio de cada uno de los productos del proyecto, de acuerdo a lo analizado en el mercado geográfico seleccionado como segmento o de fuentes oficiales confiables.	Fundamenta de manera imprecisa cualitativa o cuantitativa el precio promedio de cada uno de los productos del proyecto, de acuerdo a lo analizado en el mercado geográfico seleccionado como segmento o de fuentes oficiales confiables.	No fundamenta cualitativa y cuantitativa el precio promedio de cada uno de los productos del proyecto. O la redacción es totalmente incoherente e incomprensible.			
23	Proyección de los precios	Integra datos estadísticos a nivel nacional (mínimo cinco periodos previos), que son proyectados con un método estadístico. Para el precio del proyecto, presenta las proyecciones de la inflación del sector (cuatro años). Señala la veracidad de las referencias consultadas.	La información se presenta con menos del 80 por ciento de las características solicitadas.	La información se presenta con menos del 60 por ciento de las características solicitadas.	No incluye datos estadísticos a nivel nacional, tampoco son proyectados con un método estadístico. No presenta las proyecciones de la inflación del sector. O la redacción y referencias son totalmente incongruentes o incomprensibles.			
24	Comercialización	Describe y fundamenta con precisión a) Canal de distribución del producto, b) Logística de distribución (rutas y transporte), así como las c) estrategias de promoción, adecuadas al tipo de producto y segmento.	Describe de manera general los elementos solicitados, hay oportunidades de mejora en las propuestas.	Se describe y fundamenta lo solicitado, sin embargo quedan muchas dudas en la propuesta.	La descripción del canal de distribución del producto, así como las estrategias de promoción y logística, no se exponen o son totalmente incoherentes dadas las características del producto.			
25	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 o la redacción es totalmente incoherente a lo presentado en el documento, además no responde a los objetivos planteados.			
26	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.			
27	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 / 81) X 10								
Entrega extemporánea (menos dos puntos)								
PROMEDIO FINAL TRABAJO IMPRESO								