

Rúbrica Analítica para Evaluación del Análisis de Mercado en Emprendimiento

Rúbrica Analítica | Ingeniería | 5 niveles

Descripción

Evaluación detallada del análisis de mercado realizado por estudiantes de educación técnica/tecnológica, enfocada en identificar fortalezas y áreas de mejora en aspectos clave para el desarrollo del emprendimiento.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluación del Análisis de Mercado en Emprendimiento

Evaluación detallada del análisis de mercado realizado por estudiantes de educación técnica/tecnológica, enfocada en identificar fortalezas y áreas de mejora en aspectos clave para el desarrollo del emprendimiento.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Identificación clara del mercado objetivo	Define con precisión y detalle el mercado objetivo, incluyendo segmentos específicos y características demográficas relevantes.	Identifica correctamente el mercado objetivo con pocos detalles adicionales.	Reconoce el mercado objetivo pero con información limitada o general.	Muestra una identificación parcial o poco clara del mercado objetivo.	No identifica o confunde el mercado objetivo del emprendimiento.
Análisis de la competencia	Presenta un análisis exhaustivo y detallado de competidores directos e indirectos, incluyendo fortalezas y debilidades.	Describe adecuadamente a los competidores principales y sus características.	Menciona algunos competidores, pero con análisis superficial.	Identifica pocos competidores sin análisis claro.	No realiza análisis o identifica incorrectamente a la competencia.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Evaluación de necesidades y preferencias del cliente	Describe con profundidad y evidencia las necesidades, deseos y comportamientos del cliente.	Identifica adecuadamente las necesidades y preferencias principales del cliente.	Muestra comprensión básica de las necesidades del cliente.	Presenta una comprensión limitada o poco clara de las necesidades del cliente.	No evidencia comprensión de las necesidades o preferencias del cliente.
Uso y análisis de datos de mercado	Incorpora datos relevantes y actuales, con análisis crítico y fundamentado en fuentes confiables.	Utiliza datos adecuados con análisis correcto, aunque menos profundo.	Incluye algunos datos con análisis básico y limitado.	Utiliza datos poco relevantes o sin análisis claro.	No utiliza datos o los utiliza incorrectamente.
Proyección de oportunidades y amenazas	Identifica y explica claramente las oportunidades y amenazas del mercado, con justificación sólida.	Reconoce oportunidades y amenazas principales con explicación adecuada.	Menciona algunas oportunidades o amenazas, pero con poca profundidad.	Presenta oportunidades o amenazas de manera superficial o incompleta.	No identifica ni analiza oportunidades ni amenazas del mercado.
Claridad y coherencia en la presentación del análisis	Presenta la información de forma clara, lógica y estructurada, facilitando la comprensión.	Organiza bien la presentación con pocos errores en la estructura o claridad.	Presenta la información de manera comprensible pero con cierta desorganización.	La presentación es confusa o con errores que dificultan la comprensión.	La presentación es desordenada y poco clara, impidiendo entender el análisis.
Aplicación de conceptos y herramientas de análisis de mercado	Aplica correctamente y con profundidad herramientas y conceptos técnicos relevantes (ej. segmentación, análisis FODA, etc.).	Utiliza adecuadamente las herramientas y conceptos con algunos detalles faltantes.	Aplica herramientas y conceptos pero con comprensión básica o incompleta.	Hace uso limitado o incorrecto de herramientas y conceptos.	No aplica ni reconoce las herramientas ni conceptos de análisis de mercado.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Impacto del análisis en la propuesta del emprendimiento	El análisis de mercado fundamenta claramente la propuesta, mostrando relación directa y justificada.	El análisis respalda la propuesta con argumentos coherentes.	Existe una relación básica entre análisis y propuesta, aunque poco desarrollada.	La relación entre análisis y propuesta es débil o poco clara.	No se evidencia relación entre el análisis del mercado y la propuesta del emprendimiento.