

## Rúbrica de evaluación para un análisis de consumidores

Criterios	4	3	2	1
1. El análisis incluye un estudio amplio de la información y variables demográficas de los compradores.				
2. El análisis toma en cuenta factores como tamaño del mercado, género, edad, tipo de vivienda, estado civil, ingresos, gastos, tasa de nacimiento y transporte.				
2. El análisis permite que el empresario tenga amplio conocimiento de las características principales de su mercado meta.				
3. El análisis incluye una valoración compleja de los factores sociales del estilo de vida de los consumidores, tales como cultura, clase social, grupos de referencia, ciclo de vida familiar y uso del tiempo.				
4. El análisis incluye una evaluación profunda de los factores psicológicos como personalidad, conciencia de clase, actitudes u opiniones, riesgo percibido e importancia de la compra.				
5. El análisis describe el perfil general del tipo de consumidor que el negocio pretende abarcar.				
6. El análisis demuestra la identificación precisa de las necesidades y planes de compra del consumidor.				
7. El análisis refleja las actitudes y el comportamiento de los consumidores hacia la compra, los lugares donde realizan las compras y la manera en la que deciden hacer las compras.				
8. La información contenida en el trabajo es de calidad y es producto de un análisis exhaustivo del plan implementado.				
9. El uso de las estructuras gramaticales, puntuación y vocabulario es adecuado y preciso.				
10. El proyecto es presentado de forma nítida, limpia y ordenada.				
<b>Total</b>	El puntaje se calcula con base en 40 puntos. Ningún trabajo se aprueba con valoraciones de 1 en ninguno de los aspectos.			