**Rúbrica de evaluación de la Evidencia 2**

|  |  |
| --- | --- |
| Criterios de evaluación | Descriptores |
|  | **Excelente****100** | **Sobresaliente****90** | **Aceptable****80** | **Suficiente****70** | **Insuficiente****60** | **No evaluable****Menos de 50** | **Puntos totales** **100** **(Suma de criterios de evaluación)**  |
| 1. Análisis cualitativo de la situación actual de la empresa. | **Equivalencia: 40 puntos** | **Equivalencia: 36 puntos** | **Equivalencia: 32 puntos** | **Equivalencia: 28 puntos** | **Equivalencia: 24 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | **40** |
| 1. Define con precisión las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno.  2. Define con precisión y detalle las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente externo. |  1. Define con precisión 3 de las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno.  2. Define con precisión y detalle 3 de las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente externo. | 1. Define con precisión 2 de las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno.  2. Define con precisión y detalle 2 de las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente i externo. | 1. Define con precisión las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno.  2. No respondió a las preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente externo. | 1. No respondió a las preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno.  2. Define con precisión y detalle las 4 preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno. | 1. No respondió a las preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente interno. 2. No respondió a las preguntas de la situación actual de la empresa con relación a la orientación al cliente externo. |
| 2. Propuesta de medición de la satisfacción de cliente interno y externo. | **Equivalencia: 20 puntos** | **Equivalencia: 16 puntos** | **Equivalencia: 10 puntos** | **Equivalencia: 5 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | **20** |
| 1. Elaboró la propuesta de medición de la satisfacción del cliente interno por medio del diseño del instrumento de medición y la definición de la estrategia de orientación. 2. Elaboró la propuesta de medición de la satisfacción del cliente externo por medio del diseño del instrumento de medición y la definición de la estrategia de orientación. | 1. Elaboró la propuesta de medición del cliente interno con la definición de la estrategia de orientación.2. Elaboró la propuesta de medición del cliente i con la definición de la estrategia de orientación. | 1. Elaboró sólo una propuesta de medición de la satisfacción del cliente interno o externo por medio del diseño del instrumento de medición y la definición de la estrategia de orientación
 | 1 No hubo elaboración de propuesta de orientación al cliente interno.2. Elaboró la propuesta de medición de la satisfacción del cliente externo por medio del diseño del instrumento de medición y la definición de la estrategia de orientación | 1. No hubo elaboración de propuesta de orientación al cliente interno.2. No hubo elaboración de propuesta de orientación al cliente externo. |
|  | **Equivalencia: 20 puntos** | **Equivalencia: 16 puntos** | **Equivalencia: 14 puntos** | **Equivalencia: 10 puntos** | **Equivalencia: 5 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | **20** |
| 3. Definición de metodología de implementación de un programa de seguimiento al cliente. | Definió la metodología describiendo 5 o más pasos para la implementación del programa de seguimiento al cliente. | Definió la metodología describiendo 5 pasos para la implementación del programa de seguimiento al cliente | Definió la metodología describiendo 4 pasos para la implementación del programa de seguimiento al cliente | Definió la metodología describiendo 3 pasos para la implementación del programa de seguimiento al cliente | Definió la metodología describiendo 2 pasos para la implementación del programa de seguimiento al cliente | No hubo definición de metodología para la implementación del programa de seguimiento al cliente |  |
| 3. Conclusiones  | **Equivalencia: 20 puntos** | **Equivalencia: 16 puntos** | **Equivalencia: 14 puntos** | **Equivalencia: 10 puntos** | **Equivalencia: 5 puntos** | **Equivalencia: 0 puntos** | **20** |
| 1. Realiza las conclusiones elaborando un resumen de los resultados que se esperan obtener en la empresa con la propuesta incorporando los 3 aspectos pedidos en la instrucción.2. Expresa el aprendizaje obtenido en la actividad. | 1. Realiza las conclusiones elaborando un resumen de los resultados que se esperan obtener en la empresa con la propuesta incorporando 2 de los 3 aspectos pedidos en la instrucción2. Expresa el aprendizaje obtenido en la actividad  | 1. Realiza las conclusiones elaborando un resumen de los resultados que se esperan obtener en la empresa con la propuesta incorporando 1 de los 3 aspectos pedidos en la instrucción.2. Expresa el aprendizaje obtenido en la actividad  | 1. Realiza las conclusiones elaborando un resumen de los resultados que se esperan obtener en la empresa con la propuesta incorporando los 3 aspectos pedidos en la instrucción, pero de manera general sin especificar los de una manera precisa los resultados. 2. Expresa el aprendizaje obtenido en la actividad  | 1. No realizó las conclusiones elaborando un resumen de los resultados que se esperan obtener en la empresa con la propuesta incorporando el diseño de la encuesta, estrategias y metodología de implementación de seguimiento al cliente.2. Expresa el aprendizaje obtenido en la actividad | No realizó ninguno de los dos puntos de la conclusión. |