Teste rápido sobre Pesquisa de Mercado

Nome:

Número de respostas correctas: de um total de 12

Escolha somente uma resposta das quatro opções.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Pergunta | Opções | Resposta |
| 1 | Qual das seguintes declarações descreve adequadamente a preparação necessária antes de realizar o Exercício de Pesquisa de Mercado para os agricultores alvo? | 1. Se o pessoal do governo não estiver familiarizado com o mercado a visitar, deve contratar consultores profissionais de marketing para realizar uma pesquisa preliminar de mercado.  2. O pessoal do governo não deve visitar o mercado antes de levar os agricultores até lá para o exercício de pesquisa de mercado.  3. O pessoal do governo investiga e escolhe o(s) dia(s) mais apropriado(s) da semana e hora do dia para a realização do exercício de pesquisa de mercado.  4. Os Extensionistas escolhem os representantes mais instruídos dos grupos de agricultores para que possam conduzir o exercício de pesquisa de mercado sem dificuldades. |  |
| 2 | Qual das seguintes declarações descreve com precisão o objectivo principal do estudo de mercado da SHEP? | 1. Recolher os preços de mercado o mais exactos possível.  2. Possibilitar aos agricultores recolherem informações sobre o mercado.  3. Eliminar os intermediários no comércio de culturas.  4. Desenvolver a capacidade de especialistas em marketing. |  |
| 3 | Em SHEP, os próprios agricultores realizam a pesquisa de mercado. Este acordo apoia a necessidade psicológica dos agricultores para quê? | 1. Autonomia. 2. Competência. 3. Relacionamento. 4. Nenhuma das acima. |  |
| 4 | Que formato deve ser utilizado para a Pesquisa de Mercado | 1. O mesmo formato que a Pesquisa de Linha de Base.  2. O mesmo formato que a Pesquisa Final.  3. O formato do Questionário de Pesquisa de Mercado.  4. Nenhum formato é utilizado durante o inquérito de mercado. |  |
| 5 | Qual das seguintes declarações descreve com precisão o formato do questionário de pesquisa de mercado da SHEP e a sua utilização? | 1. O formato foi concebido para ser utilizado por funcionários governamentais especializados em marketing agrícola.  2. O formato é suficientemente simples para ser preenchido pelos agricultores-alvo.  3. O formato tem colunas onde os especialistas em marketing escrevem os preços de leilão das principais culturas no mercado central.  4. O formato tem duas folhas: uma é para escrever receitas e despesas e a outra para escrever técnicas agrícolas. |  |
| 6 | Qual das seguintes informações é, normalmente, recolhida durante a Pesquisa de Mercado? | 1. Margem de lucro do comerciante.  2. Número de telefone do comerciante.  3. Nome do comprador.  4. Número de culturas comercializadas por cada comprador. |  |
| 7 | Ao realizar o exercício de Pesquisa de Mercado, o que devem fazer os implementadores se o mercado local perto da localização dos agricultores alvo for muito pequeno. | 1. Os implementadores devem sempre levar os agricultores ao mercado central da capital.  2. Os implementadores nunca devem organizar o exercício de Pesquisa de Mercado num mercado que não seja o mercado local.  3. É normalmente um bom ponto de partida visitar o mercado local mais próximo. A realização de um inquérito em mercados próximos de grandes cidades pode ser considerada como um próximo passo.  4. Os implementadores devem arranjar um carro para os agricultores visitarem as grandes empresas de processamento alimentar e as empresas de exportação para aí realizarem um inquérito. |  |
| 8 | Qual é o papel dos representantes dos agricultores após o fim do exercício de Pesquisa de Mercado? | 1. Escrever um relatório detalhado de implementação da pesquisa de mercado e apresentar ao gabinete governamental.  2. Voltar aos intervenientes no mercado para confirmar a exactidão dos dados recolhidos.  3. Verificar a informação sobre preços de mercado no website do governo e informar o governo se existem quaisquer diferenças de preços.  4. Organizar uma reunião de grupo e partilhar a informação recolhida durante o exercício de pesquisa de mercado com outros membros do grupo. |  |
| 9 | Qual das seguintes situações NÃO pode ser considerada que Pesquisa de Mercado tenha mitigado a informação assimétrica? | 1. Um agricultor disse: "Eu não me importava com o prazo de validade do produto antes. Devia ter mais cuidado com esta questão, para que os compradores fiquem satisfeitos".  2. Um comprador disse: "Eu não sabia que os agricultores locais estão a produzir batatas de alta qualidade. Estou feliz por podermos comprar batatas localmente a partir de agora".  3. Um grossista disse: "Devíamos comprar mais tomates a grandes agricultores porque não confiamos na qualidade dos tomates produzidos por pequenos agricultores".  4. Um intermediário disse: "Não me importo de organizar um transporte para os campos dos agricultores, uma vez que o grupo de agricultores prometeu vender-me uma grande quantidade de pimentos como um grupo". |  |
| 10 | Qual das seguintes afirmações os implementadores do SHEP devem esperar ouvir dos agricultores-alvo após o exercício do Estudo de Mercado. | 1. "Percebi que visitar um grande mercado na capital é mais benéfico do que visitar os mercados locais".  2. "Consegui obter informações não só sobre preços mas também sobre vários aspectos das exigências do mercado, tais como tamanhos das culturas, cores, períodos de pico de procura, etc.".  3. "É melhor para os homens realizar estudos de mercado, uma vez que estão mais confiantes em falar com os intervenientes no mercado do que com as mulheres".  4. "Devemos levar sempre connosco os nossos extensionistas para conduzirem pesquisas de mercado a partir de agora". |  |
| 11 | Com que frequência a Pesquisa de Mercado deve ser realizada pelos agricultores após a conclusão do exercício de Pesquisa de Mercado? | 1. Nunca, visto que o exercício de Pesquisa de Mercado já foi realizado pelos agricultores.  2. Uma vez por ano.  3. Duas vezes por dia.  4. De forma regular, pelo menos uma na época de cultivo. |  |
| 12 | Os técnicos agrícolas do País Y não estão familiarizados com os mercados locais e não sabem que culturas são comercializadas como e por quem. Como devem organizar um exercício de inquérito de mercado para os agricultores? | 1. A Pesquisa de Mercado deve ser ignorada e passar para a actividade seguinte, a Selecção de Culturas Alvo.  2. Os técnicos agrícolas devem organizar um exercício de inquérito de mercado apenas no mercado central da capital.  3. Os técnicos agrícolas devem pedir a outras organizações relevantes, tais como o Ministério do Comércio, que tem mais conhecimentos em questões de marketing, que realizem um exercício de pesquisa de mercado para os agricultores.  4. Os técnicos agrícolas devem tentar realizar eles próprios inquéritos de mercado antes de levarem os agricultores até lá. Ao fazê-lo, podem aprender de antemão sobre os mercados locais e planear bem o exercício de pesquisa de mercado. |  |