

Test sobre el estudio del mercado

Nombre: _____

Número de respuestas correctas: _____ de **12**

Elija solo una respuesta entre las cuatro alternativas presentadas.

	Pregunta	Alternativas	Respuesta
1	¿Qué aseveración describe adecuadamente la preparación necesaria de los agricultores objetivo antes de realizar el ejercicio del estudio de mercado?	1. Si el personal gubernamental no está familiarizado con el mercado que se visitará, deberán contratar asesores de marketing profesionales para que realicen un estudio preliminar del mercado. 2. El personal gubernamental no debe visitar el mercado antes de llevar a los agricultores para el ejercicio de estudio del mercado. 3. El personal gubernamental investiga y elige las horas y días de la semana más adecuados para realizar el ejercicio de estudio del mercado. 4. Los extensionistas eligen a los representantes más educados entre los grupos de agricultores, para que puedan realizar el ejercicio de estudio del mercado sin problemas.	
2	¿Cuál de las siguientes aseveraciones describe adecuadamente el objetivo principal del estudio del mercado del SHEP?	1. Recopilar los precios de mercado con la mayor precisión posible. 2. Permitir que los agricultores recopilen información del mercado. 3. Eliminar a los intermediarios del comercio de cosechas. 4. Crear capacidades de expertos en marketing.	
3	En el SHEP, los agricultores mismos llevan a cabo un estudio de mercado. ¿Con qué necesidad psicológica de los agricultores ayuda esto?	1. Autonomía. 2. Competencia. 3. Conexión. 4. Ninguna de los anteriores.	
4	¿Qué formulario se debe usar para el	1. El mismo formulario que para el estudio de línea base.	

	estudio de mercado?	<ol style="list-style-type: none"> 2. El mismo formulario que para el estudio de línea final. 3. El formulario del cuestionario para el estudio del mercado. 4. En el estudio de mercado no se usa ningún formulario. 	
5	¿Cuál de las siguientes aseveraciones describe adecuadamente el formulario y el uso del cuestionario del SHEP para el estudio del mercado?	<ol style="list-style-type: none"> 1. El formulario está diseñado para ser usado por funcionarios de gobierno especializados en el marketing agrícola. 2. El formulario es lo bastante simple como para que lo completen los agricultores objetivo. 3. El formulario tiene columnas donde los expertos en marketing escriben los precios de los remates de las principales cosechas en el mercado central. 4. El formulario tiene dos hojas: una para anotar los ingresos y gastos, y otra para anotar las técnicas agrícolas. 	
6	¿Cuál de los siguientes tipos de información se recopila por lo general durante el estudio de mercado?	<ol style="list-style-type: none"> 1. El margen de beneficios de los comerciantes. 2. Los números de teléfono de los comerciantes. 3. Los nombres de los compradores. 4. La cantidad de cultivos transados por cada comerciante. 	
7	Al realizar el estudio del mercado, ¿qué deben hacer los implementadores si el mercado local cercano a la ubicación de los agricultores objetivo es muy pequeño?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los implementadores siempre deben llevar a los agricultores al mercado central de la capital. 2. Los implementadores nunca deberán organizar el ejercicio de estudio del mercado en sitios distintos al mercado local. 3. Por lo general visitar el mercado local más cercano es un buen punto de partida. Realizar los estudios en mercados cercanos a ciudades grandes puede considerarse como el siguiente paso. 4. Los implementadores deben disponer de un vehículo para que los agricultores visiten grandes empresas exportadoras y procesadoras de alimento para realizar el estudio en ellas. 	
8	¿Cuál es la función de los representantes de los agricultores tras terminar el	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escribir un informe detallado acerca de la implementación del estudio de mercado y mandarlo a la oficina del gobierno. 	

	ejercicio de estudio de mercado?	<p>2. Volver donde los actores del mercado para confirmar la precisión de los datos recopilados.</p> <p>3. Revisar la información sobre los precios de mercado en el sitio web gubernamental e informar al gobierno si hay alguna diferencia de precios.</p> <p>4. Organizar una reunión grupal para compartir con otros miembros del grupo la información recopilada durante el ejercicio del estudio de mercado.</p>	
9	¿Cuál de las siguientes situaciones NO permite considerar que el estudio de mercado haya mitigado la asimetría de información?	<p>1. Un agricultor dijo: «antes no me preocupaba por el tiempo de conservación de los productos. Debo tener más cuidado al respecto para que los compradores estén felices».</p> <p>2. Un comprador dijo: «no sabía que los agricultores locales estuvieran produciendo papas de alta calidad. Me alegra que de ahora en adelante podamos comprar papas de forma local».</p> <p>3. Un mayorista dijo: «Debemos comprar más tomates a los grandes agricultores porque no confiamos en la calidad de aquellos producidos por los pequeños agricultores».</p> <p>4. Un intermediario dijo: «No me importa disponer del transporte a los campos de los agricultores, ya que el grupo de agricultores prometió venderme una gran cantidad de pimientos de forma grupal».</p>	
10	¿Cuál de las siguientes opiniones deberían esperar oír los implementadores del SHEP de parte de los agricultores objetivo después del ejercicio del estudio del mercado?	<p>1. «Me he dado cuenta de que visitar un mercado grande en la capital es más beneficioso que visitar los mercados locales».</p> <p>2. «Pude obtener información no solo sobre los precios, sino que también varios aspectos de los requisitos del mercado, como el tamaño y color de las cosechas, los períodos de mayor demanda, etc.»</p> <p>3. «Es mejor que los hombres hagan los estudios del mercado ya que tienen más confianza que las mujeres para hablar con los actores del mercado».</p> <p>4. «De ahora en adelante siempre deberemos llevar con nosotros a nuestros extensionistas para realizar los estudios del mercado».</p>	
11	¿Con qué frecuencia los agricultores objetivo deben realizar el estudio del	<p>1. Nunca, ya que los agricultores ya hicieron el ejercicio del estudio del mercado.</p> <p>2. Una vez al año.</p>	

	mercado una vez terminado el ejercicio del mismo?	<p>3. Dos veces al día.</p> <p>4. De manera regular, al menos una vez por estación de cosecha.</p>	
12	<p>Los funcionarios agrícolas del país Y no están familiarizados con los mercados locales, no saben qué cosechas se transan, ni cómo ni entre quiénes.</p> <p>¿Cómo deberían organizar el ejercicio de estudio de mercado para los agricultores?</p>	<p>1. Se debe omitir el estudio de mercado y pasar a la actividad siguiente, la selección de cultivos objetivo.</p> <p>2. Los funcionarios agrícolas deben organizar un ejercicio de estudio de mercado solo en el mercado central de la capital.</p> <p>3. Los funcionarios agrícolas deben pedir a otras organizaciones pertinentes, como el Ministerio de Comercio, que posee más conocimiento de asuntos de marketing, que realicen el ejercicio del estudio de mercado para los agricultores.</p> <p>4. Los funcionarios agrícolas deben tratar de realizar estudios de mercado por sí mismos antes de llevar a los agricultores al mercado. Al hacerlo, pueden aprender de antemano sobre los mercados locales y planificar también el ejercicio en cuestión.</p>	