

Test sobre el estudio del mercado
Respuestas y explicaciones

	Pregunta	Alternativas	Respuesta	Explicación
1	¿Qué aseveración describe adecuadamente la preparación necesaria de los agricultores objetivo antes de realizar el ejercicio del estudio de mercado?	<ol style="list-style-type: none"> 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. 	3	Es importante fijar el ejercicio de estudio de mercado en un día y hora que convenga a los agricultores y a los actores del mercado, para que puedan conversar con calma e intercambiar información.
2	¿Cuál de las siguientes aseveraciones describe adecuadamente el objetivo principal del estudio del mercado del SHEP?	<ol style="list-style-type: none"> 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. 	2	El estudio de mercado del SHEP incentiva a los agricultores a experimentar de forma práctica la comprensión de cómo funcionan los mercados y qué esperan estos de los agricultores.
3	En el SHEP, los agricultores mismos llevan a cabo un	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autonomía. 2. Competencia. 3. Conexión. 	1	Al realizar el estudio de mercado, los agricultores pueden actuar por iniciativa propia, o que significa que se les ayuda con

	estudio de mercado. ¿Con qué necesidad psicológica de los agricultores ayuda esto?	4. Ninguna de los anteriores.		su necesidad psicológica de autonomía.
4	¿Qué formulario se debe usar para el estudio de mercado?	1. El mismo formulario que para el estudio de línea base. 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.	3	El formulario de estudio de mercado es un cuestionario para recopilar diversa información de los actores del mercado, en especial de los compradores de productos agrícolas.
5	¿Cuál de las siguientes aseveraciones describe adecuadamente el formulario y el uso del cuestionario del SHEP para el estudio del mercado?	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.	2	El estudio de mercado del SHEP es realizado por los agricultores, con un formulario sencillo donde se anota la información acerca de los precios, las cantidades transadas, los nombres de los comerciantes, etc.
6	¿Cuál de los siguientes tipos de información se recopila por lo general durante el	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.	2	Hay que pedir y guardar los números de teléfono de los comerciantes, para la comunicación futura.

	estudio de mercado?			
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. 	3	Incluso un pequeño mercado local puede proporcionar mucha información útil para los agricultores. Comencemos visitando primero el mercado local, para considerar visitar otros más grandes después en caso de que la información sea insuficiente.
8	¿Cuál es la función de los representantes de los agricultores tras terminar el ejercicio de estudio de mercado?	<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. 2. Volver donde los actores del mercado para confirmar la precisión de los datos recopilados. 3. Revisar la información sobre los precios de mercado en el sitio web gubernamental e informar al gobierno si hay alguna diferencia de precios. 4. Organizar una reunión grupal para compartir con otros miembros del grupo la información recopilada durante el ejercicio del estudio de mercado. 	4	Es importante que todos los miembros del grupo conozcan los resultados del estudio del mercado. Por lo tanto, los implementadores deben asegurarse de que los representantes de los agricultores compartan la información con los demás.
9	¿Cuál de las siguientes situaciones NO permite considerar que el estudio de mercado haya	<ol style="list-style-type: none"> 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». 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». 	3	Uno de los propósitos importantes del estudio de mercado del SHEP es crear confianza entre los productores y compradores, abordando las necesidades comerciales entre sí.

	mitigado la asimetría de información?	<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>	2	<p>(1) Los estudios de mercado se deben realizar principalmente en los mercados locales. (3) Los estudios de mercado deben ser realizados por hombres y mujeres, para que el grupo de agricultores pueda recopilar información desde diferentes puntos de vista. (4) Los extensionistas deben acompañar al grupo de agricultores únicamente durante el ejercicio del estudio de mercado. Una vez concluidos los ejercicios, los agricultores deben estudiar el mercado de manera periódica sin la ayuda de los extensionistas.</p>
11	¿Con qué frecuencia los agricultores objetivo deben realizar el estudio del mercado una vez terminado el ejercicio del mismo?	<p>1. Nunca, ya que los agricultores ya hicieron el ejercicio del estudio del mercado.</p> <p>2. Una vez al año.</p> <p>3. Dos veces al día.</p> <p>4. De manera regular, al menos una vez por estación de cosecha.</p>	4	<p>Para que los agricultores obtengan la más reciente información del mercado, se recomienda que lleven a cabo el estudio del mercado de manera periódica. Sin embargo, la frecuencia real recomendada dependerá de la situación de los agricultores y del mercado.</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. ¿Cómo deberían organizar el ejercicio de estudio de mercado para los agricultores?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe omitir el estudio de mercado y pasar a la actividad siguiente, la selección de cultivos objetivo. 2. Los funcionarios agrícolas deben organizar un ejercicio de estudio de mercado solo en el mercado central de la capital. 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. 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. 	4	<p>El estudio de mercado es una actividad esencial para el SHEP y no debe omitirse nunca. Los implementadores deben estar bien preparados para el ejercicio del estudio de mercado, antes de llevar a los agricultores al mercado.</p>
----	---	--	---	--