

El nivel de análisis utilizado no cambiará ni su objetivo ni sus preguntas clave, pero debería respaldar su recopilación y análisis de datos, y podría informar la selección de la herramienta de evaluación del mercado. La **Tabla 4** proporciona criterios para determinar el nivel correcto de análisis.

**Tabla 4: Criterios para determinar el nivel de análisis**

Análisis rápido	Análisis detallado
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervalo de tiempo de intervención corto/necesidades urgentes</li> <li>• Escala relativa baja de la intervención planificada</li> <li>• Abundancia/oferta visible en el mercado</li> <li>• Cadenas de suministro cortas/simples</li> <li>• Alta capacidad comercial (finanzas, redes)</li> <li>• Buenos flujos de información en el sistema de mercado</li> <li>• Sistemas de mercado simples con pocos actores</li> <li>• Mercados de gastos (es decir, productos o servicios comprados por el grupo objetivo)</li> <li>• No hay problemas/mal funcionamiento/fugas de mercado obvios</li> <li>• Mercados rápidamente cambiantes/inestables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intervalo de tiempo de intervención más largo (más de 3 meses)</li> <li>• Escala relativa alta de la intervención planificada</li> <li>• Incertidumbre sobre el suministro</li> <li>• Cadenas de suministro más largas/complejas</li> <li>• Baja capacidad del comerciante</li> <li>• Flujos de información deficientes/defectuoso, muchos rumores</li> <li>• Sistemas de mercado complejos con numerosos actores</li> <li>• Mercados de ingresos, incluido el mercado laboral (es decir, sistemas de mercado de los que el grupo objetivo puede obtener ingresos)</li> <li>• Mercados obviamente perturbados</li> <li>• Mercados más estables</li> </ul>

Fuente: The Cash Learning Partnership (CaLP). (2015). *Annex 1 of the Multipurpose Cash Grant Toolkit: Multi-Sector Market Assessment (MSMA)*. En: CaLP. (2015). [Operational Guidance and Toolkit for Multipurpose Cash Grants](#). [Online] CaLP.

**Triangular datos y analizar tendencias:** triángule los datos recopilados para probar su validez. Esto debería incluir compararlo con datos de otras organizaciones que realizan trabajos comparables, comparar resultados de datos primarios y secundarios y comparar respuestas de actores en los extremos opuestos de una transacción específica.

Trate de recopilar información de primera mano de una variedad de comerciantes y consumidores. Además, asegúrese de verificar sus supuestos con los actores del mercado.

Compare las tendencias con los datos previos a la crisis/de referencia, los datos disponibles sobre las reacciones del mercado a emergencias similares anteriores y los cambios generales en la oferta y la demanda. Considere la estacionalidad y las diferentes fases potenciales de una crisis, y cómo pueden afectar los precios. No pierda el tiempo tratando de recopilar datos estadísticamente sólidos; en su lugar, enfóquese en los factores que afectan las funciones clave del mercado (las señales, los impulsores, las barreras y las relaciones dentro del sistema de mercado).

**Análisis iterativo:** el análisis de mercado es un proceso iterativo debido principalmente a la naturaleza dinámica de los mercados. El análisis se realiza de forma incremental, basándose principalmente en el conocimiento existente y los datos secundarios, y se mejora a medida que avanza el proceso. Los resultados del análisis preliminar, como los cambios en las tendencias del mercado, deben usarse como indicaciones para investigar cambios menos observables en los mercados. Por ejemplo, las variaciones de precios podrían estacionalizar o cambiar la estructura o dinámica de una cadena de mercado.

**Análisis de respuesta participativa que se basa en hallazgos documentados:** considere invitar a personas internas y externas a participar en la etapa de análisis de respuesta. Idealmente, deberían tener diferentes conocimientos y antecedentes; por ejemplo, partes interesadas del mercado, personal del ministerio de línea o miembros del equipo de otras organizaciones. El análisis conjunto sirve para validar y complementar la búsqueda, crear la aceptación de los resultados finales, y puede ser un primer esfuerzo para difundir la búsqueda.

Demuestre un vínculo lógico entre los resultados de la evaluación/evidencia sobre el desempeño y las capacidades del mercado con las conclusiones (es decir, las respuestas a las preguntas analíticas clave), que luego deben informar las decisiones del programa o las recomendaciones de respuesta. Utilice los resultados del análisis de mercado para respaldar el diseño de intervenciones sensibles al mercado y de apoyo al mercado, según corresponda al contexto. No limite su análisis de respuesta a una evaluación de la viabilidad de una opción de respuesta predeterminada.