



3. Metodologia

Procurou-se detectar as principais fontes de informação e dados estatísticos existentes ligados aos segmentos de interesse, desde Associações de Classe, Fundações, Instituições, Editoras, além de outras empresas e pessoas que detinham conhecimento estratégico do setor.

Coleta de dados secundários envolvendo produção, distribuição e faturamento, procurando sempre obtê-los por períodos longos, objetivando análises mais profundas.

Todas as informações coletadas foram analisadas e estão sendo apresentadas de forma crítica, haja vista, haver muitas discrepâncias no mercado.

- 3.1. Abrangência da Pesquisa
- 3.2. Segmentação de Leitura
- 3.3. Internet
- 3.4. Meios de Distribuição