

Anexo N°7 Metodología de Investigación

Metodología de Investigación

El presente trabajo pretende recopilar y analizar información sobre la industria de ventas por catálogo en el mercado costarricense. La investigación se dividirá en tres etapas, cada una relacionada a los capítulos y objetivos planteados.

En la primera etapa se realizará una investigación documental en libros de texto, trabajos finales de graduación, bases estadísticas y páginas electrónicas para poder complementar los principios teóricos que sustentan el desarrollo de la investigación y el de la propuesta, sumado a breves entrevistas a personal clave con el fin de obtener información preliminar de la empresa.

Se apoyará la segunda etapa, en la investigación de mercados, a través de entrevistas de campo y a miembros de la empresa, complementado con información de bases de datos estadísticos, periódicos y páginas electrónicas., en general fuentes primarias y secundarias, con el fin de recopilar la información relacionada con los competidores

En la tercera etapa, apoyado de herramientas de investigación de mercado (encuestas, *Focus group*, etc.) y en base a la información recopilada de las etapas previas se desarrollara la propuestas de marketing.

Para concluir se desarrollará las conclusiones y recomendaciones, fundamentándose en los resultados obtenidos en las etapas anteriores, lo que contribuirá a la compañía a tomar la decisión de implementar o no la propuesta