

**USO DA INTERNET NA COMPRA DE IMÓVEIS: UM ESTUDO SOBRE O
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DURANTE O PROCESSO DE
COMPRA NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE (RS)**

João Manoel Nunes Elias
Robinson Henrique Scholz (orient)
UNILASALLE-CANOAS

Área Temática: Ciências Socialmente Aplicáveis

Resumo: Esta pesquisa tem por objetivo identificar o comportamento do consumidor de imóveis e sua relação com os canais virtuais da Gimenes Corretora de Imóveis, localizada na Região Metropolitana de Porto Alegre (RS). Que o consumidor final utiliza a Internet para pesquisar imóveis, já não é mais novidade para ninguém. Mas como ele usa, exatamente, ainda é uma questão aberta. O tipo de site, o gerenciamento das ações com os clientes e os mais variados de canais de marketing são questões sempre trabalhadas nos contextos das organizações que dependem de ambientes virtuais para a realização do seu negócio. Estas questões também permeiam o dia-a-dia do consumidor, contudo, estão mais presentes nos debates sobre estratégias de lançamento e alocação de verba das incorporadoras e imobiliárias. Conhecer as respostas a estes questionamentos ajuda as empresas a aumentarem seu grau de entendimento sobre os hábitos do seu público alvo, viabilizando estratégias mais certeiras e otimizando a aplicação dos investimentos. E, do lado do consumidor, o benefício é uma experiência de pesquisa mais efetiva, na medida em que suas preferências estarão evidentes. Os esforços de divulgação implementados pelas empresas que adotam o marketing digital podem ser moldados milimetricamente para os consumidores que buscam informações na web. Para atingir o objetivo geral da pesquisa, que é identificar o comportamento do consumidor de imóveis e sua relação com os canais virtuais da Gimenes Corretora de Imóveis, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: a) mensurar o nível de satisfação e o número de clientes impactados através da internet; b) demonstrar o custo x benefício entre marketing digital e as mídias tradicionais; e c) compreender as potencialidades e limites do uso da internet para busca de imóveis. A finalidade dessa pesquisa é a obtenção de informações que sirvam de subsídios para futuros empreendedores que buscam o desenvolvimento do seu negócio através do e-commerce e marketing digital. O método adotado neste estudo em andamento é de cunho quantitativo, com a aplicação de questionários fechados, cujas respostas serão tabuladas, gerando gráficos e tabelas. Para a análise dos dados, será aplicada a estatística descritiva. Os resultados podem apontar para onde direcionar os investimentos em marketing digital, tornando um poderoso canal de divulgação e captação de clientes.