

# A INFLUÊNCIA DAS REDES DIGITAIS NA BUSCA DE INFORMAÇÃO E NO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR.

**Autor(a): SHYRLEI GUITÉRIO CALMON DU PIN**

Banca examinadora: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Cecilia Lima de Queirós Mattoso (presidente e orientadora); Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Irene Raguene Troccoli; Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Leticia Moreira Casotti (UFRJ)

## RESUMO

Este estudo de natureza qualitativa busca investigar as influências das redes digitais na busca de informação e no processo de decisão de compra do consumidor. Observa-se na contemporaneidade a crescente importância da rede digital, em destaque a internet, nas dinâmicas sociais e comerciais. Surge um novo modo de interação “homem x tecnologia x comunicação x consumo”, mais dinâmico e cada vez mais tecnológico, que se apresenta em estado nascente, tendo como ponto de partida as constantes alterações tecnológicas. Este novo ambiente aberto e plural fornece uma expansão de liberdade de discursos e de escolhas. Neste novo campo de batalha, colocar os produtos certos à disposição dos clientes pode não significar o sucesso garantido como outrora. A partir da análise dos manifestos dos sujeitos entrevistados observam-se, com clareza, as evidências da influência informativa das interfaces digitais durante a busca de informação e no processo de decisão de compra do consumidor. Vale destacar que as interações e o compartilhamento de experiências nos ambientes virtuais de fato participam ativamente ao longo de todo o comportamento de compra. Interagir, compartilhar, dividir, participar nas redes digitais passam a compor o cotidiano dos indivíduos. Todos querem contar a história.

Palavras-chave: processo decisório, busca de informações, internet, influencias, redes digitais e compartilhar.