**a caixa econômica federal na topologia corporativa do programa minha cASA, MINHA VIDA: ANÁLISE DO SERVIÇO ELETRÔNICO DO MARKETING DIGITAL na cidade de dourados – ms.**

**Instituição: Universidade Estadual De Mato Grosso Do Sul**

**Área Temática: Geografia Econômica**

**MORAIS, Giovana Oliveira** (moliveiragiovana@gmail.com) ¹; **JURADO DA SILVA**, Paulo Fernando (pfjurado@uol.com.br) ².

¹Discente do curso de Geografia (Licenciatura) da UEMS – Campo Grande.

²Docente do curso de Geografia da UEMS – Campo Grande.

Estudos que analisam a habitação estão se tonando cada vez mais frequentes no meio acadêmico, o que manifesta diversas questões sobre como essa temática pode e deve ser desenvolvida. A moradia está entre os direitos básicos sociais para os cidadãos. A luz dessa realidade, o Governo Federal brasileiro em parceria com a Caixa Econômica Federal (CAIXA), lançou no ano de 2009 o Programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV), na intenção de auxiliar e facilitar as classes sociais mais desfavorecidas a adquirirem por meio de financiamento subsidiado a casa própria. Nesse contexto, insere-se a presente pesquisa que tem por objetivo central analisar e compreender como o Governo, a CAIXA e as empresas privadas trabalham com o *marketing* digital através de serviços eletrônicos com os clientes do PMCMV da cidade de Dourados-MS. Para tanto, julga-se necessária uma contextualização sobre a população Douradense, o PMCMV, e também sobre a topologia bancária. Desse modo, a metodologia usada para a construção desse estudo baseou-se na leitura bibliográfica de artigos, teses, monografias, além da exploração de dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da secretaria municipal e dados do Governo Federal e sítio institucional da Caixa. Como os estudos sobre *marketing* imobiliário no PMCMV em Dourados-MS são recentes, os resultados ainda estão no processo de formação, mas o que já foi notado nesse tempo de pesquisa, é que a cidade ainda carece de uma atenção redobrada em relação aos serviços nessa área. Diante desse cenário, conclui-se que fomentar os estudos sobre os serviços eletrônicos é de extrema importância, visto que o mundo está em um amplo processo de digitalização e tecnologia, no intuito de ajudar a diminuir burocracias e agilizar necessidades simples da sociedade, logo, setores como o da imobiliária precisam dialogar com essas novas formas de fazer negócios, especialmente, em um momento de pandemia, o que obriga que a maior parte dos serviços seja prestado a partir do uso da internet.

**Palavras-Chaves:** marketing imobiliário; tecnologia; Mato Grosso do Sul.

**Agradecimentos:** Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão da bolsa de iniciação científica para a autora.