

O objetivo principal do estudo ora proposto é, partindo das proposições teóricas sobre os Sistemas de Informação de Marketing encontradas na literatura científica atual (SCHEWE e SMITH, 1980; KOTLER, 1991), contribuir para o conhecimento destes, no que tange à operacionalização e validação de um SIM concebido e desenvolvido junto aos reais utilizadores em um ambiente real de utilização - o setor de construção civil. O método de codificação, é adequado às características de orientação a eventos (ADAMS e POWELL, 1993; LONG, 1993) da linguagem selecionada - a linguagem FoxPro 2.5 para Windows da Microsoft. Assim, a interface do *software* torna-se amigável, pois utiliza o padrão de programação para o ambiente Windows. Estima-se que o SIM terá dois subsistemas : o Operacional que é responsável pelo fornecimento de informações necessárias para os decisores em *marketing* ; o Administrativo que é responsável pela manutenção e adequação das informações do SIM em relação às eventuais mudanças de demanda de informação que porventura venham a ocorrer ao longo do tempo.