



OS GAMES NO CONTEXTO DOS SERVIÇOS E DO COMÉRCIO ELETRÔNICO NO CENTRO DE CAMPO GRANDE - MS

DINIZ, Rodrigo Gavioli¹ (rodrigogaviolipsn@gmail.com); **JURADO DA SILVA, Paulo
Fernando Jurado**² (pfjurado@uol.com.br)

¹Discente do curso de Geografia da UEMS – Campo Grande;

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

Nas últimas décadas, especialmente naquelas que finalizaram o século passado e abriram o atual foi percebido uma mudança nas dinâmicas do comércio que impactaram boa parte do globo e dando um novo aspecto aos caracteres do mundo econômico-social, a exemplo do comércio eletrônico. O e-commerce (comércio eletrônico) em questão difundiu e tornou-se popular graças a celeridade com a qual pode-se comprar mercadorias e o enorme leque de produtos oferecidos, bem como as variadas formas de pagamento e a praticidade de modo geral. Assim, é plausível relacionar o comércio eletrônico a indústria de *games*, visto que, este mercado vem se reproduzindo como um importante setor da economia mundial e além do caráter econômico existe também o social que consiste em interpretar as diferentes formas de consumo e a história de tal segmento. Nesse sentido, para compreender tal realidade a presente pesquisa tem como objetivo compreender o atual funcionamento do comércio eletrônico de *games*, tendo Campo Grande, especificamente, o centro da cidade, como recorte espacial de pesquisa, evidenciando as lógicas espaciais de consumo decorrente deste fenômeno, mas também, as estratégias empresariais para atrair os consumidores e identificar os pontos positivos e negativos que estão acoplados ao comércio reproduzido na esfera virtual. A metodologia do projeto esteve vinculada a uma pesquisa bibliográfica (livros, artigos e materiais exclusivos do meio eletrônico), bem como a aplicação de questionários socioeconômicos para ratificar a hipótese da pesquisa e, dessa maneira, possibilitar um entendimento não apenas qualitativo e teórico, mas também, quantitativo. Os dados obtidos mostraram que uma parcela significativa da população já consumiu algum tipo de produto oriundo de aquisição eletrônica, mas que, a comercialização de *games* não se apresenta como uma ramificação tão popular assim, isso porque 64% dos que responderam os questionários, ou seja, 27 dos 42 entrevistados não consomem *games* e soma-se a isso o fato de que, quando analisado os segmentos mais consumidos via e-commerce apenas 17% (6) do total tem preferência por procurar e efetivar uma compra de jogos eletrônicos. Portanto, é importante concluir que as dinâmicas do e-commerce no contexto dos *games* é uma variável que precisa ser melhor elucidada e embora não esteja presente no consumo da maioria das pessoas representa uma importante fatia de lucro das companhias, visto que os que fazem uso tendem a empenhar importantes somas na aquisição, renovação ou mesmo em novas compras de produtos.

Palavras-chave: e-commerce, mercado de *games*, economia.

Agradecimentos: Ao Professor Dr. Paulo Fernando Jurado da Silva por me orientar de forma precisa, oferecendo-me os conteúdos necessários para o desenvolvimento da pesquisa.