

# “DINHEIRO NA MÃO (NÃO) É SOLUÇÃO”: ETNOGRAFIA SOBRE AS PRÁTICAS COMERCIAIS DESENVOLVIDAS NO SHOPPING DO PORTO CAMELÓDROMO EM PORTO ALEGRE

Aline Martins da Silva – bolsista CNPq  
Profa. Dra. Neusa Rolita Cavedon  
(orientadora e coordenadora do projeto)  
UFRGS- Escola de Administração  
Contato: alinemartins.cont@gmail.com

## OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa foi verificar a relação dos comerciantes populares do Shopping do Porto - Camelódromo com as práticas de formação de preços de venda e posicionamento frente à concorrência, à luz das noções de dinheiro trabalhadas no contexto antropológico.

## REFERENCIAL TEÓRICO

CAVEDON (2003)

MACHADO (2004)

MALINOWSKI (1978)

NEEDLEMAN (2001)

WEATHERFORD (1999)

## METODOLOGIA

O método utilizado para a realização da pesquisa foi o etnográfico, sendo utilizadas as técnicas de observação participante; entrevistas semi-estruturadas e elaborados 24 diários de campo.

## RESULTADOS

Verificou-se que a grande maioria dos vendedores trabalha com uma margem pequena de lucro e acredita que os clientes estejam orientados para o custo. A estratégia de preço utilizada é igualar-se aos concorrentes e o preço praticado é o mesmo independente do cliente, embora invariavelmente os comerciantes cedam à “pechincha” quando o cliente leva uma maior quantidade. Há uma considerável rotatividade entre os donos de lojas e uma escassez de planejamento de longo prazo.

Embora os informantes do local possuam um registro de microempresa ou empresa de pequeno porte, o que sucede na prática cotidiana é o predomínio da informalidade, uma vez que os preços são atribuídos aos produtos de forma arbitrária ou com base nos preços praticados pelos concorrentes em produtos iguais ou similares.

Do ponto de vista antropológico, identificou-se que os resultados corroboram os dados obtidos por Machado (2003), principalmente, no que tange ao imediatismo dos comerciantes. Os dados, igualmente, vão ao encontro do exposto por Weatherford (1999), ou seja, de que o dinheiro na sociedade moderna cada vez mais define o modo como se dão as relações interpessoais. Os achados ainda estão consoantes com a ideia exposta por Needleman (2001) ao afirmar que o dinheiro exerce uma influência emocional em relação ao indivíduo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo realizado corroborou as pesquisas realizadas pelo IBGE (2003), as quais afirmam que são características gerais das MPES altas taxas de natalidade e de mortalidade; forte presença de proprietários e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios; estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica; registros contábeis pouco adequados e maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro.

O processo de formação dos preços de venda no Camelódromo de Porto Alegre se dá sem a adoção de mínimos critérios de rateio dos custos. Há que se ter presente que as lógicas acionadas pelos comerciantes estão inscritas em um referencial cultural que, apesar de ser capitalista, revelam visões de mundo peculiares as camadas populares.