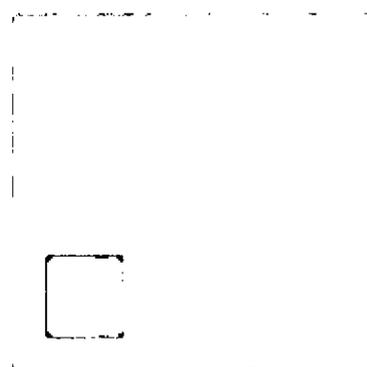
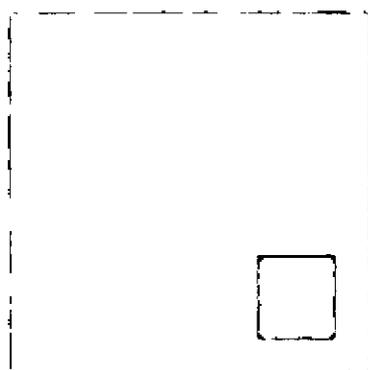


Diretoria de Pesquisas

Departamento de Índices de Preços

SISTEMA NACIONAL DE ÍNDICES DE PREÇOS AO CONSUMIDOR

1997



MÉTODOS PARA O TRABALHO DE CAMPO

Manual de Entrevista

Ministério do Planejamento e Orçamento
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE
Diretoria de Pesquisas
Departamento de Índices de Preços

Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor

Métodos para o Trabalho de Campo

Manual de Entrevista
1997

APRESENTAÇÃO

A qualidade de uma estatística, depende essencialmente da precisão dos dados que lhe deram origem.

O trabalho conjunto entre equipes dos departamentos temáticos da Diretoria de Pesquisas e Unidades Regionais, deve garantir a uniformidade e comparabilidade temporal e espacial das informações coletadas.

A nova forma de apresentação dos “Métodos para o Trabalho de Campo do SNIPC”, foi norteadada não só pela necessidade de rever o conteúdo das instruções, mas, também, para oferecer ao leitor maior facilidade na localização da informação desejada. Assim, no sentido de privilegiar tanto o conteúdo quanto a forma de apresentar as instruções, os Métodos foram agrupados em três temas. Cada tema se constitui em um manual.

O Manual de Entrevista aqui apresentado, é o primeiro dos três manuais que compõem os “Métodos para o Trabalho de Campo do SNIPC”. Contém as instruções e conceitos referentes à coleta de preços, enquanto atividade dos entrevistadores em campo.

O segundo apresenta as instruções relativas a manutenção dos cadastros de locais e de produtos e serviços, atividade fundamental para a qualidade das pesquisas contínuas.

O terceiro manual é composto, principalmente, de orientações relativas ao gerenciamento da coleta de preços e da atividade de manutenção cadastral, atribuições inerentes aos coordenadores e supervisores das equipes de campo.

Rio de Janeiro, outubro de 1997

*Marcia Maria Melo Quintal
Chefe do Departamento de Índices de Preços*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
- <i>Objetivo</i>	<i>7</i>
- <i>Índices Atualmente Produzidos.....</i>	<i>7</i>
- <i>Período de Coleta.....</i>	<i>8</i>
- <i>População-Objetivo.....</i>	<i>8</i>
- <i>Abrangência Geográfica.....</i>	<i>8</i>
- <i>Pesquisas Básicas</i>	<i>9</i>
- <i>Cálculo dos Índices.....</i>	<i>9</i>
- <i>Periodicidade</i>	<i>10</i>
- <i>Meios de Divulgação.....</i>	<i>10</i>
SEÇÃO 1 - ATUAÇÃO DO ENTREVISTADOR.....	11
- <i>Orientador Imediato</i>	<i>11</i>
- <i>Capacitação Para o Exercício das Atividades</i>	<i>11</i>
- <i>Atividades do Entrevistador.....</i>	<i>12</i>
- <i>Entrevistador - Representante Institucional.....</i>	<i>13</i>
SEÇÃO 2 - INSTRUMENTOS DE COLETA CONTÍNUA DE PREÇOS.....	15
- <i>Questionário de Coleta de Preços ao Consumidor - QP.....</i>	<i>15</i>
- <i>Exemplo do Questionário Tipo Campo.....</i>	<i>17</i>
- <i>Exemplo do Questionário Tipo Usuário.....</i>	<i>18</i>
- <i>Relatório do Entrevistador - RE.....</i>	<i>20</i>
- <i>Exemplo do Relatório do Entrevistador.....</i>	<i>22</i>
SEÇÃO 3 - INSTRUÇÕES GERAIS PARA A COLETA DE PREÇOS.....	23
- <i>Local.....</i>	<i>23</i>
- <i>Produto ou Serviço.....</i>	<i>24</i>
- <i>Preço.....</i>	<i>28</i>
- <i>Mensagens.....</i>	<i>30</i>
SEÇÃO 4 - INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS PARA A COLETA DE PREÇOS.....	34
- <i>Mensalidades.....</i>	<i>34</i>
- <i>Excursões e Mensalidades de Clínicas e de Asilo.....</i>	<i>35</i>
- <i>Serviços Públicos</i>	<i>36</i>
- <i>Feiras Livres e Mercados com Boxes.....</i>	<i>37</i>

O preço coletado é :

- *correspondente ao valor do mês anterior ao mês de referência da pesquisa;*
- *correspondente ao valor “Puro”. Considera-se “Puro” o valor pago em prazo normal sem desconto ou acréscimo, isento de taxas extras, impostos ou tarifas, multas, etc.;*
- *independente do pagamento ter sido efetuado ou não por ocasião da coleta.*

EXCURSÕES E MENSALIDADES DE CLÍNICAS E DE ASILO

Na coleta de preços de Excursões e Mensalidades de Clínicas e de Asilo, sempre que for utilizada a mensagem 43 é registrada no RE a descrição de outro serviço mais procurado.

SERVIÇOS PÚBLICOS

Para os serviços públicos abaixo relacionados:

- *taxa de água e esgoto*
- *gás encanado*
- *energia elétrica*
- *ônibus urbano*
- *trem*
- *táxi*
- *ônibus à distância*
- *avião*
- *metrô*
- *correio*
- *telefone*

• *O preço coletado é correspondente ao último dia útil da remessa. Na ocorrência de reajuste, a data e o percentual são registrados no RE.*

Para Imposto Predial e IPVA, cobrados a cada início de ano, os preços são obtidos através das portarias ou ofícios que estipulam os valores e/ou percentuais de reajuste, além da data e início dos pagamentos.

INTRODUÇÃO

O Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor - SNIPC consiste em uma combinação de processos destinados a produzir índices de preços ao consumidor a fim de fornecer subsídios à execução e avaliação da política econômica do governo. Constitui-se em fonte de pesquisa e é utilizado para atualização de valores diversos.

OBJETIVO

Acompanhar a variação de preços de um conjunto de produtos e serviços consumidos pelas famílias de determinadas faixas de renda.

ÍNDICES ATUALMENTE PRODUZIDOS

- *Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC*
- *Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA*
- *Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo Especial - IPCA-E*

PERÍODO DE COLETA

O período de coleta do INPC e do IPCA estende-se, em geral, do dia 01 ao dia 30 do mês de referência; o período do IPCA- E estende-se, em geral, do dia 16 de um mês ao dia 15 do mês subsequente (referência).

POPULAÇÃO - OBJETIVO

A população-objetivo do INPC é constituída pelas famílias com rendimentos mensais compreendidos entre 1 e 8 salários mínimos, cujo chefe é assalariado em sua ocupação principal e residente nas áreas urbanas.

A população-objetivo do IPCA e do IPCA-E é composta pelas famílias residentes nas áreas urbanas com rendimentos mensais entre 1 e 40 salários mínimos, qualquer que seja a fonte de renda.

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

A pesquisa é realizada nas regiões metropolitanas do Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, São Paulo, Belém, Fortaleza, Salvador, Curitiba, além do Distrito Federal e do município de Goiânia.

PESQUISAS BÁSICAS

Para a construção do índice de cada região, são utilizadas as informações das seguintes pesquisas:

- *Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF - fornece as estruturas de ponderações das populações objetivo.*
- *Pesquisa de Locais de Compras - PLC - fornece a maior parte do cadastro de informantes da pesquisa. É complementada por domicílios alugados e prestadores de serviços públicos*
- *Pesquisa de Especificação de Produtos e Serviços - PEPS - fornece o cadastro de produtos e serviços pesquisados, que é atualizado sempre que necessário com o objetivo de acompanhar a dinâmica de mercado.*

CÁLCULO DOS ÍNDICES

O INPC, IPCA e IPCA-E são calculados a partir dos resultados dos índices regionais, utilizando-se a média aritmética ponderada.

A variável de ponderação do INPC é a “população residente urbana” (Levantamento Censitário). A variável do IPCA e IPCA-E é o “rendimento total urbano” (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios-PNAD).

PERIODICIDADE

A divulgação do INPC e do IPCA é mensal. O IPCA-E é divulgado ao final de cada trimestre.

São divulgados os índices gerais, por grupos de produtos, subgrupos, itens e subitens, para as regiões pesquisadas, além do agregado Brasil.

MEIOS DE DIVULGAÇÃO

- *Relatório de divulgação para a imprensa;*
- *Publicação Indicadores Conjunturais;*
- *Internet;*
- *Anuário Estatístico do Brasil;*
- *SIDRA II;*
- *Publicação Carta IBGE.*

SEÇÃO 1 - ATUAÇÃO DO ENTREVISTADOR

Nesta seção apresentam-se algumas orientações básicas a respeito da atuação do entrevistador durante a pesquisa.

ORIENTADOR IMEDIATO

A equipe de coleta (SC-01) é composta por supervisões ligadas a um coordenador. Cada supervisão é responsável pela coleta de preços de um setor da área pesquisada.

O entrevistador faz parte de uma supervisão. Portanto, o seu interlocutor é o supervisor. É a ele que recorre quando tem dúvidas ou depara com dificuldades relacionadas com o trabalho que desenvolve.

CAPACITAÇÃO PARA O EXERCÍCIO DAS ATIVIDADES

O conhecimento necessário para o bom desempenho na coleta de preços inicia-se com a compreensão das instruções contidas no manual de entrevista.

Este documento é entregue a cada entrevistador, sendo objeto de treinamento e consulta sistemática.

Ressalta-se que o êxito de uma pesquisa depende fundamentalmente da etapa em que se coleta as informações. Um erro cometido nesta etapa, que é básica, dificilmente pode ser corrigido a contento nas fases subseqüentes.

O treinamento é orientado a partir de roteiro pré-estabelecido e testes específicos aplicados por ocasião da entrada de novos entrevistadores ou reciclagens periódicas.

ATIVIDADES DO ENTREVISTADOR

As atividades do entrevistador são:

- *conferir o material recebido para a realização da coleta;*
- *planejar o roteiro diário dos locais a serem pesquisados;*
- *localizar corretamente cada local a ser pesquisado;*
- *realizar a coleta seguindo rigorosamente as instruções;*
- *entregar ao supervisor os questionários corretamente preenchidos;*
- *fazer verificações da coleta, sempre que solicitado;*
- *comunicar ao supervisor os problemas encontrados na realização do trabalho, via relatório, quando necessário;*
- *realizar especificações de produtos e/ou serviços e ampliações de amostras;*
- *realizar outras tarefas inerentes ao trabalho.*

ENTREVISTADOR - REPRESENTANTE INSTITUCIONAL

O entrevistador é o representante do IBGE junto aos informantes. Os principais deveres e responsabilidades que o entrevistador assume são:

Uso do cartão de identificação

O entrevistador deve, sempre, identificar-se junto aos informantes. Ao mostrar o seu cartão de identificação, o entrevistador dá ao informante a segurança de estar tratando com uma pessoa credenciada para realizar uma pesquisa para o IBGE.

Contato com o informante

A conversa deve ser cordial e direcionada para a pesquisa, evitando assuntos alheios que a distanciem do objetivo central.

O entrevistador deve estar consciente da importância do trabalho que realiza para transmiti-la nos contatos com os informantes.

Quando houver resistência em prestar as informações, cabe ao entrevistador tentar convencer o informante com cortesia, mostrando-lhe a importância de sua participação para o conhecimento da realidade do País e destacando a garantia do sigilo em relação às informações prestadas para o IBGE.

Ainda que a lei determine a obrigatoriedade da prestação de informações, sempre que houver problemas no contato com o informante, o entrevistador deverá recorrer ao supervisor.

Cartas de apresentação, contendo informações sobre a pesquisa, serão entregues aos novos informantes. Além disso, por ocasião do final do ano, serão entregues cartas de agradecimento e, sempre que possível, algum tipo de brinde.

Guardar o sigilo das informações

É essencial que o entrevistador conscientize-se de que o seu trabalho exige que guarde o sigilo das informações que pesquisa.

Por lei, todas as informações que são prestadas para as pesquisas do IBGE têm caráter confidencial e só podem ser utilizadas para fins estatísticos. Assim, para garantir a inviolabilidade das informações, o entrevistador não deve permitir que pessoa não autorizada pelo IBGE o acompanhe quando estiver realizando o seu trabalho.

O entrevistador também deve adotar postura discreta em relação a fatos sobre os informantes e não permitir que os questionários e anotações sejam vistos por pessoas estranhas ao serviço que realiza.

SEÇÃO 2 - INSTRUMENTOS DE COLETA CONTÍNUA DE PREÇOS

Nesta seção encontra-se a descrição do Questionário de Coleta de Preços ao Consumidor - QP, instrumento principal de coleta, e a descrição do Relatório do Entrevistador - RE, que complementa a coleta.

QUESTIONÁRIO DE COLETA DE PREÇOS AO CONSUMIDOR (QP) *Apresentação e Preenchimento*

É utilizado para a coleta contínua de preços dos produtos e serviços pesquisados através do Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor - SNIPC. A cada local corresponde uma ou mais páginas de questionários, e seu preenchimento é feito a caneta.

O questionário é impresso em 2 tipos chamados de campo e usuário. A diferença entre os dois se dá apenas no que se refere à quantidade de preços a coletar por produto.

Para cada produto ou serviço descrito no questionário “tipo campo”, apenas 1 preço e/ou mensagem pode ser coletado por local.

No questionário “tipo usuário”, para cada produto ou serviço descrito, há possibilidade de ser coletado mais do que 1 preço e/ou mensagem. Neste tipo de questionário os registros de preços e/ou mensagem são feitos nas colunas 1, 2 e 3.

O questionário divide-se em três partes:

Identificação do Local

Compõe-se do nome do local, endereço, bairro, município, código da área, código do local, código da supervisão, ano, mês e remessa.

O campo “data da coleta” é preenchido com a data da realização da coleta.

Identificação do Produto ou Serviço

A parte destinada à identificação do produto e/ou serviço é dividida em colunas que contêm os códigos, os respectivos nomes dos itens e as descrições dos produtos e serviços pesquisados.

O código e o nome de um item (conjunto de produtos e/ou serviços) são impressos na primeira linha de cada coluna.

Os códigos e descrições dos produtos e/ou serviços encontram-se abaixo de seus respectivos itens.

Abaixo da descrição do produto ou serviço, encontram-se dois espaços para:

- *Preço - no espaço maior em branco*
- *Mensagem - no espaço menor em branco*

Identificação do Informante/Entrevistador

A assinatura do informante é registrada sempre que possível ao final da primeira página do questionário, em espaço reservado. Não sendo possível, é registrado apenas o nome. A assinatura do entrevistador é sempre registrada, também, ao final da primeira página do questionário do local.

A seguir encontra-se um modelo do questionário “tipo campo” e outra do “tipo usuário”.



DPE

DESIP

DIPEM

SNIPC - SISTEMA NACIONAL DE
ÍNDICES DE PREÇOS AO CONSUMIDOR

Questionário de Coleta de Preços ao Consumidor

CAMPO

Nome do local: Supermercado Titio Ltda

Município: São Gonçalo

Endereço: Rua Doutor Pio Borges N°. 2410:

Bairro: Pita

ÁREA METROPOLITANA CÓDIGO DO LOCAL SUPERVISÃO ANO MÊS REMESSA DATA DA COLETA

1101 CEREAIS, LEGUM., OLEAGIN.	1102 FARINHA, FÉCULAS, MASSAS	1102 FARINHA, FÉCULAS, MASSAS
Arroz Parbolizado, Embalado, Longo Fino, Tipo 1, Princesa, 1 Kg <input type="text"/>	Macarrão Piraque com Ovos - 500 g (Embalagem Plástica) <input type="text"/>	Farinha de Trigo, Boa Sorte, especial, Pacote 1 Kg <input type="text"/>
110100203000 <input type="text"/>	110200606000 <input type="text"/>	110201206000 <input type="text"/>
Arroz Parbolizado, Embalado, Longo Fino, Tipo 2, Ouro, 1 Kg <input type="text"/>	Massas Aldente c/ Semola para Sopa - 500 g <input type="text"/>	Farinha de Trigo, Dona Benta, especial, Pacote 1 Kg <input type="text"/>
110100204000 <input type="text"/>	110200617000 <input type="text"/>	110201204000 <input type="text"/>
Arroz Polido, Embalado, Longo Fino, Tipo 1, Tio João, 5 Kg <input type="text"/>	Fubá de Milho Granfino - 1 Kg <input type="text"/>	Sustagem (QQ. sabor) Lata 400 g <input type="text"/>
110100205000 <input type="text"/>	110200802063 <input type="text"/>	110201302000 <input type="text"/>
Arroz Parbolizado, Embalado, Longo Fino, Tipo 1, Princesa, 5 Kg <input type="text"/>	Milharina Quaker - 500 g <input type="text"/>	Farinha Láctea Nestlé Preparo Instantâneo Lata 400 g <input type="text"/>
110100223000 <input type="text"/>	110200804061 <input type="text"/>	110201303000 <input type="text"/>
Arroz Parbolizado, Embalado, Longo Fino, Tipo 2, Ouro, 5 Kg <input type="text"/>	Farinha de Trigo, Dona Benta, com fermento, Pacote 1 Kg <input type="text"/>	Farinha de Mandioca Granfino - 1 Kg <input type="text"/>
110100201000 <input type="text"/>	110201203000 <input type="text"/>	110202301000 <input type="text"/>

Informante _____

Entrevistador _____

IBGE <small>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</small>	DPE DESIP DIPEM	SNIPC - SISTEMA NACIONAL DE ÍNDICES DE PREÇOS AO CONSUMIDOR	Questionário de Coleta de Preços ao Consumidor USUÁRIO
---	--	--	---

Nome do local: Casas Sendas

Município: São Gonçalo

Bairro: Rodo

Endereço: Av. Presidente Kennedy: 429

ÁREA METROPOLITANA	CÓDIGO DO LOCAL	SUPERVISÃO	ANO	MÊS	REMESSA	DATA DA COLETA
[01]	[00021]	[2]	[97]	[01]	[2]	[/ /]

3101 CAMA, MESA E BANHO.	3101 CAMA, MESA E BANHO.	3101 CAMA, MESA E BANHO.	3101 CAMA, MESA E BANHO.
Jogo de Casal Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Colcha de Casal de Piquet
310300223U05	310300224U05	310300224U05	310300131U05
Jogo de Casal Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Colcha de Casal de Piquet
310300223U05	310300224U05	310300224U05	310300131U05
Jogo de Casal Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Colcha de Casal de Piquet
310300223U05	310300224U05	310300224U05	310300131U05
Jogo de Casal Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Colcha de Casal de Piquet
310300223U05	310300224U05	310300224U05	310300131U05
Jogo de Casal Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Jogo de Solteiro Simples de Tecido de Fio Misto ou Algodão (1 lençol 2 fronhas)	Colcha de Casal de Piquet
310300223U05	310300224U05	310300224U05	310300131U05

Informante _____
Entrevistador _____

As regras a seguir são fundamentais para o correto preenchimento do questionário:

- *Os questionários nunca ficam em branco. As informações de preços e/ou mensagem são preenchidas em todas as páginas referentes a cada local, podendo ser apenas preço, apenas mensagem ou preço e mensagem;*
- *As informações do dia, mês e ano da realização da coleta são preenchidas em todas as páginas de um local, mesmo que a coleta não seja realizada por algum motivo;*
- *Quando a coleta não é realizada por algum motivo, considera-se a data da última tentativa de realização da mesma;*
- *Havendo impedimento para a realização da coleta, todos os espaços reservados à mensagem são preenchidos enquanto que os espaços reservados para preço ficam em branco.*

RELATÓRIO DO ENTREVISTADOR (RE)*Apresentação e Preenchimento*

É utilizado para registrar informações adicionais obtidas em um local por ocasião da realização da coleta de preços. A cada local corresponde um relatório do entrevistador. É preenchido a caneta.

O relatório apresenta-se dividido em 5 partes:

Identificação do Local

Compõe-se do nome do local, endereço, bairro, município, código da área, código do local, código da supervisão, ano, mês e remessa.

O campo "data da coleta" é preenchido com a data da realização da coleta.

Alteração na Identificação do Local

É destinada ao registro correto dos elementos da identificação do local, como nome e endereço, desde que haja necessidade de alteração.

Item/Subitem/Produto/ Mensagem/Motivo

Esta parte é destinada ao registro do motivo para o uso das mensagens 51, 78 e 94 registradas no QP. Subdivide-se em 4 colunas: a primeira é preenchida com o código do item, a segunda, com o código do subitem/produto ou serviço, a terceira, com o código da mensagem, e a última, com o motivo para a utilização da mensagem.

Informações Gerais

É reservada ao registro de qualquer outra informação relevante sobre a coleta no local, tais como:

- *registro da informação de que o local não comercializa nenhum dos produtos solicitados no questionário;*
- *registro da data e percentual de reajuste dos serviços públicos;*
- *outras informações relevantes, mesmo que a mensagem dispense informações no RE.*

Observações do SNIPC

Esta parte é reservada ao registro de observações técnicas elaboradas pela equipe do SNIPC.

Consta ainda no RE, espaço reservado para a data da coleta e assinatura do entrevistador.

A seguir encontra-se um modelo do Relatório do Entrevistador.

SEÇÃO 3 - INSTRUÇÕES GERAIS PARA A COLETA DE PREÇOS

Nesta seção encontram-se as instruções gerais aplicadas durante a realização da coleta de preços, bem como os conceitos básicos.

LOCAL

É a unidade de pesquisa considerada para a coleta de preços, abrangendo estabelecimentos comerciais, domicílios, etc.

*Cada local é pesquisado uma vez por mês em um período denominado remessa, definido através do **Calendário Anual de Coleta**.*

O local é identificado através dos elementos constantes na parte do QP destinada à identificação do local.

Existindo divergência entre a identificação do local constante do QP e a de fato encontrada, a identificação correta é registrada no RE. São exemplos: erro na descrição do nome do local, mudança no nome do local sem alteração de ramo de atividade, etc.

Sempre que houver impedimento para a realização da coleta, o motivo é registrado no RE.

São considerados fatores de impedimentos para a realização da coleta:

- *endereço não localizado;*
- *informante não localizado;*
- *mudança de endereço;*
- *mudança de ramo de atividade;*
- *local fechado temporariamente;*
- *local fechado definitivamente ou demolido.*

PRODUTO OU SERVIÇO

Um produto ou um serviço constitui-se no objeto de pesquisa para o qual o preço é coletado. Um produto ou um serviço é identificado através de sua descrição. Apenas os produtos ou serviços descritos no questionário de um local são objetos de pesquisa. Na ausência de um deles, nenhum outro pode ser pesquisado em seu lugar.

*Em um local são pesquisados 1 ou mais produtos e serviços, que encontram-se organizados nas páginas do questionário conforme o tipo de descrição. Nas páginas “tipo campo”, encontram-se os produtos e os serviços com **descrição completa**. Nas páginas “tipo usuário”, encontram-se os produtos e os serviços com **descrição incompleta**.*

O questionário de um local tanto pode ter páginas “tipo campo” quanto “tipo usuário”. Ou seja, em um mesmo local, tanto podem ser pesquisados produtos e serviços com descrições completas quanto incompletas.

O tipo de descrição - completa ou incompleta - determina o número possível de preços a coletar para um produto ou serviço em cada local.

<i>Descrição Completa</i>

Constitui-se na descrição através da qual apenas um produto ou um serviço é identificado no local e, portanto, apenas 1 preço e/ou mensagem pode ser coletado.

Exemplos:

- ***Café Pilão embalado a vácuo - 500 g***
- ***Açúcar refinado União - 1 kg***
- ***Lavagem de lençol de algodão - solteiro***

Nestes casos é encontrado em cada local apenas 1 produto ou 1 serviço que corresponda exatamente à descrição, e apenas 1 preço e/ou mensagem é coletado.

Descrição Incompleta

Constitui-se numa descrição abrangente através da qual mais do que 1 produto ou mais do que 1 serviço podem ser identificados num mesmo local. Desta forma, há possibilidade de coletar mais do que 1 preço, que podem ser iguais ou diferentes.

Tais produtos ou serviços encontram-se nos questionários tipo usuário. Nestes questionários uma descrição encontra-se repetida por 5 ou 10 vezes, dependendo do produto ou serviço. O número máximo de preços a coletar para cada descrição num local é igual ao número de vezes que a mesma se repete.

Os produtos com descrições incompletas são usualmente chamados de U05 e U10, com referência aos 3 últimos dígitos de seus códigos:

- U05** *coleta-se de 1 a 5 preços*
- U10** *coleta-se de 1 a 10 preços*

Para os questionários (QPs) do tipo usuário são coletados os preços de, no máximo, 5 ou 10 produtos diferentes, dentre os mais vendidos compatíveis com a descrição. Um produto é considerado diferente de outro em função de sua natureza. No caso de eletrodomésticos, por exemplo, referências determinam produtos diferentes. Em calçados, os produtos podem ser diferentes em função do modelo, fabricante ou do material

Exemplo:

- ***Tênis de couro n° 39 a 43***

Por ser abrangente, a partir desta descrição, são identificados vários modelos e marcas diferentes num mesmo local. Encontrando-se a descrição repetida 5 vezes no questionário significa que são coletados os preços de 1 a 5 produtos mais vendidos, conforme a indicação do informante.

Se esta descrição estivesse repetida 10 vezes seriam coletados os preços de 1 a 10 produtos mais vendidos.

A indicação dos produtos mais vendidos é obtida junto ao informante mais adequado, que pode indicar 1 ou mais produtos até o máximo de 5 (no caso do U05) ou 10 (no caso do U10).

PREÇO

É o valor cobrado no local referente ao pagamento à vista dos produtos ou serviços descritos no questionário que estejam disponíveis para venda ao consumidor.

O preço coletado corresponde:

• ao pagamento à vista

É coletado o preço de venda à vista, pago em cheque ou dinheiro. Ou seja, o preço cobrado aos consumidores que efetuam o pagamento integral no ato da compra. São considerados, portanto, os descontos que os comerciantes possam conceder para pagamento à vista.

• ao valor cobrado ao público em geral

É coletado o preço cobrado aos consumidores em geral. Não são levados em conta, portanto, preços especiais cobrados a determinados consumidores, tais como conveniados, bolsistas, atacadistas, pechinchas, etc.

• ao produto ou serviço descrito no questionário

É coletado o preço do produto ou do serviço que corresponda à descrição constante do questionário. Apenas os produtos ou serviços descritos no questionário de um local são objetos de pesquisa. Na ausência de um deles, nenhum outro pode ser pesquisado em seu lugar.

Exemplo:

.Café Pilão, embalado a vácuo - 500 g

Apenas o café da marca Pilão, na embalagem a vácuo e contendo 500 g do produto pode ter seu preço coletado. O preço de nenhuma outra marca de café, nenhuma outra embalagem ou outra unidade de medida pode ser coletado.

Portanto, não se faz conversão de preço em função da unidade de medida. Ou seja, na ausência de embalagem de 500g do café Pilão, embalado a vácuo, não é coletado o preço da embalagem de 1kg dividido por dois.

Ressalte-se, ainda, que encontrando eventualmente mais de um preço para um único produto num local, o preço vigente é obtido junto ao informante adequado.

• ao produto disponível no momento da pesquisa ou ao serviço possível de ser realizado

É coletado o preço do produto disponível para venda no momento da pesquisa, ainda que esteja em estoque.

É coletado o preço do serviço possível de ser realizado, ainda que sob encomenda.

Portanto, são coletados os preços:

- *para pagamento à vista;*
- *para pagamento em dinheiro ou cheque;*
- *de produtos ou serviços descritos no questionário;*
- *de produtos disponíveis na loja e em estoque;*
- *de serviços possíveis de realização;*
- *de produtos ou serviços cobrados ao público em geral;*

MENSAGENS

As mensagens de campo são transmitidas através de códigos numéricos caracterizando situações específicas.

As mensagens são as seguintes:

Mensagem 27

É registrada a mensagem 27 e coletado o preço quando for verificado que o produto ou serviço está com preço em oferta no local.

Mensagem 35

É registrada apenas a mensagem 35 quando o produto ou serviço é comercializado no local mas está em falta temporária.

Mensagem 43

É registrada apenas a mensagem 43 quando o produto não é comercializado no local ou quando o serviço não é realizado.

Mensagem 51

É registrada apenas a mensagem 51 em todos os produtos e/ou serviços de um local cuja coleta não é realizada pelos seguintes motivos:

- *endereço não é localizado;*
- *mudança no ramo de atividades;*
- *local fechado temporariamente;*
- *local fechado definitivamente ou demolido;*
- *informante não localizado;*
- *mudança de endereço.*

O motivo da não realização da coleta é descrito no RE sempre que a mensagem 51 é registrada no questionário.

Mensagem 60

É registrada apenas a mensagem 60 quando o produto é encontrado vinculado a algum tipo de brinde no local.

Mensagem 78

*É registrada apenas a mensagem 78 quando um produto descrito no questionário “tipo campo” leva a identificar dois ou mais produtos com **preços diferentes** no local. Significa que a descrição deveria ser completa de forma a identificar um único produto mas falta alguma característica.*

Além de registrar a mensagem 78 no questionário, as descrições completas dos produtos identificados com preços diferentes são anotadas no RE, assinalando o produto mais vendido.

Exemplo:

Azeitona verde Beira Alta - 1 kg

Se a “Azeitona verde Beira Alta - 1kg” é encontrada em lata e também na embalagem de vidro, e se os preços são diferentes entre esses dois produtos, apenas a mensagem 78 é registrada no questionário do local. Significa que falta a característica “embalagem” para que a descrição se torne completa.

Assim, as descrições completas dos produtos identificados e seus respectivos preços são anotados no RE da seguinte forma:

** Azeitona verde Beira Alta, vidro - 1 kg - Preço*

Azeitona verde Beira Alta, lata - 1 kg - Preço

Neste caso, o produto assinalado identifica o mais vendido.

Mensagem 86

É registrada a mensagem 86, em casos eventuais, quando, de acordo com a equipe de SNIPC, há orientação específica do supervisor para a sua utilização.

Mensagem 94

É registrada a mensagem 94 em casos específicos observados durante a coleta e que não estão previstos. O motivo da utilização da mensagem 94 é descrito no RE sempre que a mesma é registrada no questionário.

Assim, a relação do preço com a mensagem é a seguinte:

- mensagem 27 - sempre é acompanhada de preço;*
- mensagens 35, 43, 51, 60, 78 e 94 - nunca são acompanhadas de preço;*
- mensagem 86 - pode ou não ser acompanhada de preço.*

SEÇÃO 4 - INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS PARA A COLETA DE PREÇOS

Em razão das peculiaridades de um conjunto de produtos ou serviços ou, ainda, de locais, são adotados alguns critérios diferentes daqueles contidos nas instruções gerais.

Trata-se de:

MENSALIDADES

São serviços cujo preço se refere a um pagamento mensal:

- *Aluguel*
- *Condomínio*
- *Transporte Escolar*
- *Clínicas*
- *Asilo*
- *Clubes*
- *Creche*
- *Cursos Formais*
- *Cursos Diversos*

O preço coletado é :

- *correspondente ao valor do mês anterior ao mês de referência da pesquisa;*
- *correspondente ao valor “Puro”. Considera-se “Puro” o valor pago em prazo normal sem desconto ou acréscimo, isento de taxas extras, impostos ou tarifas, multas, etc.;*
- *independente do pagamento ter sido efetuado ou não por ocasião da coleta.*

EXCURSÕES E MENSALIDADES DE CLÍNICAS E DE ASILO

Na coleta de preços de Excursões e Mensalidades de Clínicas e de Asilo, sempre que for utilizada a mensagem 43 é registrada no RE a descrição de outro serviço mais procurado.

SERVIÇOS PÚBLICOS

Para os serviços públicos abaixo relacionados:

- *taxa de água e esgoto*
- *gás encanado*
- *energia elétrica*
- *ônibus urbano*
- *trem*
- *táxi*
- *ônibus à distância*
- *avião*
- *metrô*
- *correio*
- *telefone*

- *O preço coletado é correspondente ao último dia útil da remessa. Na ocorrência de reajuste, a data e o percentual são registrados no RE.*

Para Imposto Predial e IPVA, cobrados a cada início de ano, os preços são obtidos através das portarias ou ofícios que estipulam os valores e/ou percentuais de reajuste, além da data e início dos pagamentos.

FEIRAS-LIVRES E MERCADOS COM BOXES

Tanto nas feiras-livres quanto nos mercados com boxe, o preenchimento de coleta é o seguinte:

- *iniciar a coleta no máximo às 9:00h;*
- *terminar a coleta no máximo às 11:00h;*
- *fixar uma barraca (boxe) como ponto de referência do início da pesquisa;*
- *percorrer a feira (ou mercado) visitando tantas barracas (boxes) quantas(os) forem necessárias(os) para o preenchimento total do questionário.*
- *coletar, nos Qps tipo U, os produtos mais vendidos na barraca (boxe), que pode indicar um ou mais produtos, até no máximo 5 (caso de U05) ou 10 (caso U10), não sendo necessário completar o número de preços em outra barraca (boxe).*