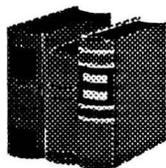
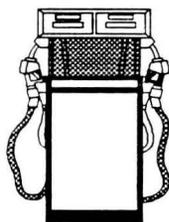


SUPERMERCADO



LOJA DE DEPARTAMENTOS

PMC

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO

RELATÓRIO METODOLÓGICO

(Versão Preliminar)

ABRIL / 1995

IBGE / DPE / DECSE

APRESENTAÇÃO

Este documento, conjuntamente com o início da produção dos indicadores na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, representa a síntese dos trabalhos desenvolvidos até aqui, visando a implantação da Pesquisa Mensal de Comércio - PMC em todas as Regiões Metropolitanas do País.

O texto reflete os diversos estudos e trabalhos desenvolvidos ao longo da etapa de planejamento da pesquisa, organizados de forma a efetuar uma apresentação sistematizada dos conceitos básicos e dos principais aspectos metodológicos que foram definidos para a concepção e que sustentam a realização do projeto.

Estas atividades foram desenvolvidas pôr técnicos do Departamento de Comércio e Serviços, da Diretoria de Pesquisas do IBGE, apoiados pôr consultores e especialmente contratados para o objeto, através de convênio celebrado com a Confederação Nacional do Comércio - CNC.

A todos eles, pelas contribuições importantes que trouxeram, e à CNC pela compreensão que demonstrou da importância do seu apoio institucional, muito deve a Pesquisa.

Em conclusão, espera-se que a descrição relativamente detalhada dos procedimentos metodológicos adotados contida nesse documento, possa dar uma visão compreensiva aos interessados sobre o alcance e as limitações da PMC, assim permitindo a melhor utilização de seus resultados.

DEPARTAMENTO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

INTRODUÇÃO

- 1 - UNIDADE DE INVESTIGAÇÃO
- 2 - CARACTERÍSTICAS INVESTIGADAS
- 3 - ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA
- 4 - CLASSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES
- 5 - ÂMBITO POPULACIONAL
- 6 - CADASTRO-BASE DA PESQUISA
- 7 - PLANO AMOSTRAL
- 8 - PESQUISA DE IMPLANTAÇÃO
- 9 - SISTEMA DE CÁLCULO

ANEXOS

- I - QUESTIONÁRIO DE IMPLANTAÇÃO
- II - QUESTIONÁRIO DE OPERAÇÃO
- III - ESQUEMA DO SISTEMA DE CÁLCULO DOS INDICADORES
- IV - RELAÇÃO DAS REGIÕES METROPOLITANAS
- V - FLUXOGRAMA DA CLASSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUÇÃO

A Pesquisa Mensal de Comércio - PMC, foi idealizada para suprir a necessidade de acompanhar o comportamento conjuntural do Comércio Varejista no País, complementando, através da análise de sua evolução a curto prazo, o mapeamento da estrutura dessa atividade efetuado pela Pesquisa Anual de Comércio.

Nesse sentido, a Pesquisa se propõe a calcular mensalmente indicadores das principais variáveis das Unidades Locais dedicadas ao comércio varejista, situadas nas Regiões Metropolitanas, pertencentes a empresas formalizadas, a partir de uma amostra representativa das suas principais atividades. Além disso, procurou-se uma forma de produzir dados indicativos da evolução do consumo final, solicitando aos grandes revendedores não especializados e de veículos a desagregação de suas vendas por grupos de produtos específicos.

O Projeto foi estruturado na direção de obter um funcionamento ágil, para que possa tornar-se um instrumento útil, interagindo com as expectativas dos Agentes Econômicos e auxiliando-os nas tomadas de decisões. Com isso, espera-se ainda obter uma maior racionalização dos seus custos. No mesmo sentido, a PMC foi preparada para vir a ter a sua coleta de dados através da Rede de Coleta do IBGE, como também, futuramente, através de outros meios, como fax, telefone, etc.

Como é de praxe, a feição global da Pesquisa se construiu a partir das definições adotadas dos seus principais aspectos, como a Unidade de Investigação e a Classificação de Atividades, efetuadas em função dos objetivos que se havia traçado. Cada um deles é apresentado em tópicos separados adiante.

Tomadas estas definições, elas permitiram a identificação da população que seria objeto da Pesquisa, que pode então ser especificada dentro do cadastro geral com que se trabalhou (Relação Anual de Informações Sociais - RAIS), formando o cadastro básico da PMC. Dadas as suas características, foi necessário efetuar um cuidadoso trabalho de depuração deste cadastro, excluindo os mal classificados, antes de obter-se o cadastro final utilizado para o desenho e seleção da amostra. Esta, uma vez sorteada, requereu, pelos mesmos motivos, uma etapa prévia ao funcionamento da Pesquisa, destinada basicamente à confirmação do efetivo funcionamento do informante, da atividade que desenvolve e atualização dos seus dados cadastrais.

Os trabalhos necessários ao desenho da amostra da Pesquisa por sua vez envolveram o estudo de várias alternativas, para que se pudesse minimizar o seu tamanho e garantir estimativas de boa qualidade. Um sumário das conclusões alcançadas, bem como das atividades de depuração realizadas são apresentadas em tópicos posteriores do documento.

Finalmente foram desenvolvidos sistemas destinados à entrada e armazenamento dos dados, seu tratamento e para o cálculo dos indicadores, cujas características são igualmente descritas.

1 - UNIDADE DE INVESTIGAÇÃO

As Pesquisas Econômicas podem adotar como Unidade de Investigação as empresas ou partição delas, conforme as características que investiguem. Em nosso caso, trata-se de produzir informações que se tornem mais compreensíveis e relevantes, quando referidas a um determinado espaço geográfico. Isto, a princípio, recomendaria a adoção do Estabelecimento, como Unidade de Investigação.

Este define-se como uma unidade de operação da empresa localizada em área contínua, onde se exerce uma atividade econômica prevista na classificação de atividades.

No comércio, na maioria dos casos, o Estabelecimento corresponde ao conceito de Unidade Local, definida como todas as atividades econômicas realizadas por uma Empresa num mesmo endereço ou parte dele. Além disso, os registros do cadastro disponível referem-se ao dos endereços de Empresa, ou seja, das suas unidades locais. Assim, considerando-se este conjunto dos aspectos decidiu-se tomar como Unidade de Investigação da Pesquisa a UNIDADE LOCAL que tem como atividade principal o comércio varejista.

2 - CARACTERÍSTICAS INVESTIGADAS

As Pesquisas Conjunturais têm o objetivo de indicar com rapidez a tendência das principais características do seu objeto de estudo. Apenas desse modo podem ser realmente efetivas, no sentido de que, no caso de uma pesquisa econômica, possa interagir com as expectativas dos Agentes Econômicos e auxiliá-los em suas tomadas de decisões.

Desse modo, é recomendável que levantem apenas as variáveis mais relevantes, para caracterizar a evolução da atividade, com possibilidade de serem fornecidas com rapidez pelos informantes. Estes critérios levaram a que se optasse na PMC pela investigação de três delas. Como característica da atividade, o faturamento ou vendas brutas e como características dos fatores de produção, o emprego assalariado e suas remunerações.

Entende-se por faturamento ou vendas brutas, o total faturado pela Unidade Local no mês considerado, em função da venda de produtos ou prestação de serviços, no exercício da atividade principal ou de qualquer atividade secundária que se realize na Unidade Local.

Incluem-se todos os impostos e taxas que incidem sobre os bens vendidos ou serviços prestados, excetuando-se qualquer outro gasto imputado ao cliente, como transporte, embalagem sem retorno, etc.

O pessoal assalariado na Unidade Local é formado pelo número total de pessoas que trabalham na empresa, em uma data determinada, contribuindo para realização da atividade e que percebe uma remuneração por isto, seja ela a base de salário ou comissão.

As remunerações correspondem às despesas realizadas pela Unidade Local referentes a salários, ordenados, vantagens adicionais, comissões e demais encargos pagos aos empregados, independente de terem ou não vínculo empregatício, pôr terem participado da realização de suas atividades.

3 - ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

A adoção da Região Metropolitana como a área a ser abrangida no âmbito da Pesquisa partiu da constatação de que existe uma significativa concentração do comércio varejista nessas regiões.

Os dados do Censo Comercial de 1985 mostram que, em conjunto, participavam com 40,92% das vendas, 38,29% do pessoal ocupado e 43,52% dos salários, retiradas e outras remunerações, além de serem expressivas em cada Unidade da Federação, onde estão localizadas como demonstra a tabela a seguir.

TABELA 1

PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DO COMÉRCIO VAREJISTA NAS REGIÕES METROPOLITANAS EM RELAÇÃO ÀS UNIDADES DA FEDERAÇÃO E BRASIL - 1985

REGIÃO METROPOLITANA	PESSOAL OCUPADO	SALÁRIOS RETIRADAS E OUTRAS REMUNERAÇÕES	RECEITA DE VENDAS DE MERCADORIAS
BELÉM	30,78	38,87	48,93
FORTALEZA	55,00	55,51	65,44
RECIFE	53,16	59,60	60,59
SALVADOR	36,38	46,16	45,34
BELO HORIZONTE	28,24	37,12	32,08
RIO DE JANEIRO	82,86	86,13	85,21
SÃO PAULO	49,68	56,00	51,73
CURITIBA	27,36	31,58	29,51
PORTO ALEGRE	36,44	41,39	37,98
TOTAL - BRASIL	38,29	43,52	40,92

Fonte: Censo Comercial de 1985

É importante ressaltar, ainda, que a principal variável investigada na Pesquisa, o faturamento, só encontra o seu pleno significado quando convenientemente deflacionada de modo a expressar sua variação real. Para efetuar este cálculo, o IBGE dispõe de índices de preços ao consumidor calculados para as Regiões Metropolitanas do País.

Além disso, sua adoção implica numa logística para a coleta mais simples do que para as Unidades da Federação como um todo, permitindo a adoção de amostras menores com impactos positivos nos custos e nos prazos necessários a produzir resultados.

4 - CLASSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES

A Classificação de Atividades é um instrumento utilizado na orientação do levantamento estatístico e na divulgação de seus resultados. Visa organizar as informações obtidas nas pesquisas. Os dados são agrupados segundo categorias de atividades, cujas características sejam semelhantes, propiciando condições para que se possa efetuar as diversas formas de análises, sejam elas estruturais ou conjunturais.

A elaboração da Classificação de Atividades da PMC, tendo em vista suas características e suas especificidades, obedeceu aos seguintes pressupostos:

- 1 - Por se tratar de uma pesquisa conjuntural e de periodicidade curta (mensal), os níveis da classificação deveriam ser agregados;
- 2 - Uma vez que o âmbito da pesquisa se restringiu às atividades mais representativas do comércio varejista em termos de receita, pessoal ocupado e salário, a Classificação de Atividades deveria espelhar tais atividades através da avaliação dos resultados do Censo Comercial de 1985 e da Pesquisa Anual de Comércio;

- 3 - Tendo em vista que o desenho amostral da PMC baseou-se no cadastro da RAIS, haveria de considerar sua classificação de atividades, para que pudesse haver uma compatibilização.
- 4 - Devido a necessidade de compatibilização entre a Classificação de Atividades da PMC e a nova proposta de classificação elaborada pelo IBGE, seguindo as orientações internacionais que veio a ser adotada a partir de janeiro de 1995, ficou estabelecido que a mesma deveria ser derivada dessa nova classificação.
- 5 - Para aquelas atividades onde predominam grandes unidades, classificadas como "não especializadas" (Supermercado e Lojas de Departamentos) e aquela que, embora especializada, apresentava em seu faturamento uma parcela significativa de receita proveniente da atividade de serviços (Automóveis e motos, peças e acessórios), considerou-se a possibilidade de divulgação de indicadores por grupos de produtos homogêneos.

A tabela a seguir demonstra a participação percentual da receita de atividades selecionadas do comércio varejista segundo o Censo Comercial de 1985 e a Pesquisa Anual de Comércio 1990

TABELA 2

PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS ATIVIDADES NA RECEITA DO COMÉRCIO VAREJISTA EM 1985 e 1990

ATIVIDADE	CE/85 BRASIL ESTABELECIMENTO	CE/85 RJ ESTABELECIMENTO	PAC/90 BRASIL EMPRESAS
SUPER E.HIPERMERCADOS	17,72	24,76	14,58
PRODUTOS ALIMENTÍCIOS BEBIDAS E FUMO	11,61	8,64	11,10
LOJAS DE DEPARTAMENTOS	3,09	2,90	3,27
FARMÁCIAS, DROGARIAS E PERFUMARIAS	4,77	3,62	4,21
TECIDOS, VESTUÁRIO, CALÇADOS E BOLSAS	10,51	13,02	12,06
OUTROS PRODUTOS DE USO PESSOAL	1,01	1,68	1,26
MOVEIS E ELETRODOMÉSTICOS	6,31	6,83	6,42
VEÍCULOS, PEÇAS E ACESSÓRIOS	16,04	13,41	20,13
COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES	13,53	11,41	11,29
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO, ELÉTRICO E PEÇAS	8,50	8,62	8,39
OUTROS	6,91	5,11	7,29
TOTAL	100	100	100

Fontes: Censo Comercial de 1985
Pesquisa Anual de Comércio de 1990

Como se pode verificar, a participação dessas atividades, no Estado do Rio de Janeiro, não apresenta diferença significativa em relação às demais Regiões Metropolitanas (exceto na atividade super e hipermercados). O mesmo pode ser concluído quando se compara a evolução entre os anos de 1985 e 1990 (exceto para a atividade de veículos, peças e acessórios).

É importante ressaltar que, mesmo havendo diferenças, o importante é a representatividade dos segmentos no comércio varejista total. Neste caso, somente a atividade "Outros Serviços Pessoais", apresenta representatividade baixa (em torno de 1,5%). Entretanto, trata-se de um segmento específico do comércio varejista, que engloba estabelecimentos variados de produtos de uso pessoal (livros, jornais, jóias, material fotográfico, etc) não possíveis de serem classificados nos demais segmentos.

Uma vez analisadas e avaliadas as atividades do comércio varejista, levando em conta a comparabilidade com outras classificações e a sua representatividade, a Classificação de Atividades da PMC foi definida da seguinte forma:

- 01 - Supermercados e hipermercados
- 02 - Produtos alimentícios, bebidas e fumo
- 03 - Lojas de departamentos
- 04 - Farmácias, drogarias e perfumarias
- 05 - Tecidos, e seus artefatos, vestuário e artigos de armarinho
- 06 - Outros artigos de uso pessoal
- 08 - Móveis e eletrodomésticos
- 10 - Automóveis e motos, peças e acessórios
- 11 - Combustíveis e lubrificantes
- 12 - Material de construção, elétrico e de eletrônica e peças para eletrodomésticos

Haviam sido especificados dois outros grupos da classificação a saber:

- 07 - Gás liquefeito de petróleo
- 09 - Outros artigos de uso residencial e produtos de higiene e limpeza.

Entretanto, com a Pesquisa de Implantação, constatou-se que uma significativa quantidade de empresas que desenvolviam estas atividades já não existiam mais, levando a conclusão de que tais atividades encontram-se em processo de extinção.

Neste sentido, por decisão de caráter gerencial, já que este poderia vir a afetar metodológica e operacionalmente a concepção da pesquisa, optou-se por excluir tais segmentos do âmbito originalmente definido para a Pesquisa e, conseqüentemente, da sua Classificação de Atividades.

Uma vez definida a Classificação de Atividades da PMC, estabeleceu-se que os segmentos deveriam ser hierarquizados e agrupados de acordo com as suas características. (Anexo V)

Com relação às atividades não especializadas 01 - Supermercados e Hipermercados e 03 - Lojas de Departamentos, definiu-se, que os indicadores de receita poderão vir a ser classificados através dos seguintes grupos de produtos

- 01 - Alimentos

02 - Uso pessoal

03 - Uso residencial

04 - Outros

Da mesma forma, para a atividade 10 - Automóveis e Motos, Peças e Acessórios, definiu-se que os indicadores de Receita poderão vir a ser classificados através dos seguintes grupos de produtos:

01 - Veículos novos

02 - Veículos usados

03 - Peças e Acessórios

04 - Outros (serviços)

Assim, os indicadores para o comércio varejista podem expressar atividade x produto, para todos os segmentos da classificação, como é demonstrado na matriz a seguir:

TABELA 3

MATRIZ ATIVIDADE X GRUPO DE PRODUTOS												
ATIVIDADE \ GRUPO DE PRODUTOS \	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ALIMENTAÇÃO												
USO PESSOAL												
USO RESIDENCIAL												
VEÍCULOS NOVOS												
VEÍCULOS USADOS												
PEÇAS E ACESSÓRIOS												
OUTROS												

ATIVIDADE

01) SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS

02) PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO

03) LOJAS DE DEPARTAMENTOS

04) FARMÁCIAS, DROGARIAS E PERFUMARIAS

05) TECIDOS E SEUS ARTEFATOS, VESTUÁRIO E ARTIGOS DE ARMARINHO

06) ARTIGOS DE USO PESSOAL

08) MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

10) AUTOMÓVEIS E MOTOS, PEÇAS E ACESSÓRIOS

11) COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES

12) MATERIAL DE CONSTRUÇÃO, ELÉTRICO E DE ELETRÔNICA E PEÇAS PARA ELETRODOMÉSTICOS

5 - ÂMBITO POPULACIONAL

Conforme os estudos apresentados nos itens anteriores a população objeto da pesquisa ficou definida pelas Unidades Locais pertencentes às empresas formalizadas, cuja atividade econômica principal se classifica de acordo com as atividades relacionadas no item 5 - Classificação de Atividades.

Dentro dos objetivos da Pesquisa, além daquelas desenvolvidas por empresas sem Constituição Jurídica, foram excluídas ainda algumas atividades comerciais ou algumas vezes tidas como tal, a saber:

- . atividade comercial cuja receita predominante seja proveniente da forma de comercialização - ATACADO;
- . atividade comercial exercida por vendedores ambulantes;
- . intermediação e outros serviços auxiliares do comércio, cuja função limita-se a colocar em contato comprador e vendedor ou, por intermédio de terceiros, atuar em operações de comercialização (corretores, representantes comerciais, etc.);
- . fornecimento de alimentação e bebidas para consumo imediato, exercido por bares, botequins, cafés, restaurantes, lanchonetes, etc., classificados pelo IBGE como Serviços de Alimentação; e
- . aluguel e arrendamento ou "leasing" de máquinas e equipamentos.

Além destas, decidiu-se não incluir um conjunto de atividades de Comércio Varejista de pouca importância econômica e difícil classificação junto a outras ou tipicamente não dedicadas a atender o consumo final. São elas:

- . sucatas e resíduos industriais - ferro-velho, máquinas usadas, aparas de papel e de tecido;
- . gás liquefeito de petróleo;
- . produtos de uso agropecuário - ração, produtos veterinários, sementes, fertilizantes, plantas, etc.;
- . matérias-primas em geral - couros, borrachas, plásticos e outros artigos para profissionais;
- . produtos ervanários e de cultos religiosos;
- . comércio de carvão vegetal;
- . artigos funerários e pirotécnicos;
- . floricultura;
- . animais vivos para criação doméstica;
- . artigos de uso residencial e produtos de higiene e limpeza doméstica;
- . comércio de bilhetes lotéricos;
- . comércio de ônibus, caminhões e embarcações; e
- . comércio de máquinas industriais e comerciais, para uso na agropecuária, de uso técnico e profissional

6 - CADASTRO BASE DA PESQUISA

O Cadastro Base da Pesquisa Mensal de Comércio - PMC, foi construído a partir dos registros disponíveis na Relação Anual de Informações Sociais - RAIS, de 1992, que ficou constituído de 57.693 Unidades Locais comerciais. Sua montagem foi efetuada segundo as etapas descritas, conforme se descreve a seguir:

- 1ª Seleção das Unidades Locais que informaram situação de funcionamento normal e localizados na Região Metropolitana do Rio de Janeiro;
- 2ª Classificação, via tradutor, dessas Unidades locais, de acordo com a Classificação de Atividades definida para a PMC; e
- 3ª Limpeza de Cadastro, através de palavras-chaves, conhecimento do mercado, razão social e verificação de auto-classificação.

7 - PLANO AMOSTRAL

Para que se possa entender melhor o plano amostral concebido, torna-se útil recapitular inicialmente algumas características da Pesquisa que, evidentemente, condicionam o desenho da amostra.

A PMC visa o cálculo, a cada mês, de índices que mostrem a evolução da receita, do emprego assalariado e das remunerações percebidas por estes empregados no Comércio Varejista. Serão produzidos indicadores da evolução dessas variáveis para as principais atividades, definidas na Classificação, estratificadas por porte, de acordo com o número de pessoas ocupadas.

Para isto, utilizou-se o método de amostragem estratificada, definindo-se um estrato considerado como "certo", contemplando os maiores estabelecimentos em termos de pessoal ocupado por atividade, e um estrato aleatório, retirado do restante da população, com uma distribuição mais homogênea.

Assim, o ponto fundamental a ser resolvido para a definição do desenho amostral foi a determinação do tamanho do corte para o estrato certo, ou seja, do número mínimo de pessoas ocupadas que uma unidade (local) deveria possuir para ser incluída nesse estrato.

O método empregado foi o proposto pôr "LAVALLÉE-HIDIOGLOU", que permite calcular um tamanho mínimo para a amostra, fixado o coeficiente de variação e, ao mesmo tempo, o menor valor da variável utilizada para o corte, definindo os elementos que comporão o estrato certo. Para as atividades 01 - Supermercado e Hipermercados e 03 - Lojas de Departamentos, foram incluídas no estrato certo todas as Unidades Locais que apresentaram 500 ou mais pessoas ocupadas.

Esta foi uma decisão gerencial porque estas atividades tem como característica possuir elevado número de pessoas ocupadas e, caso se aplicasse o método conjuntamente com as demais, atividades, ficariam poucas unidades a serem amostradas, prejudicando a representatividade no estrato aleatório.

Para o cálculo do tamanho da amostra, definiu-se a utilização de um coeficiente de variação de 10%, sendo que para as atividades 10 - Automóveis e Motos, Peças e Acessórios, 11 - Combustíveis e Lubrificantes e 12 - Material de Construção, Elétrico e de Eletrônica e Peças para Eletrodomésticos, definiu-se um coeficiente de variação de 5%.

Assim, os estratos por classe de PO ficaram definidos como 0 a 9, 10 a 19, 20 a 49 e 50 ou mais, sendo que no último estrato está incluído o estrato certo. O desenho final da amostra para a Região Metropolitana do Rio de Janeiro, antes da etapa de implantação, foi o seguinte:

TABELA 4

PMC - DESENHO AMOSTRAL

ATIVIDADES	(0,10)		(10,20)		20,50)		Acima de50		Estrato Certo	Total	
	N	n	N	n	N	n	N	n		N	n
1 Super e hipermercados	22	19	31	10	142	10	380	39	28	603	106
2 Alimentícios	14867	126	1579	10	660	10	127	16	4	17237	166
3 Lojas de departamentos	0	0	0	0	0	0	56	23	6	62	29
4 Farmácias e drogarias	1941	51	397	10	305	10	73	10	4	2720	85
5 Vestuário e têxteis	7882	64	1732	10	958	10	205	26	3	10780	113
6 Outros pessoais	5104	71	771	10	325	10	68	12	7	6275	110
7 Gás liquefeito de petróleo	471	173	11	10	17	10	9	9	11	519	213
8 Móveis e eletrodomésticos	1693	60	294	10	187	10	30	10	11	2215	101
9 Outros residenciais (bazares)	3403	125	232	10	75	10	22	10	7	3739	162
10 Automóveis, motos e peças	4156	85	463	10	227	10	87	10	52	4985	167
11 Combustíveis(postos)	307	34	502	10	289	10	23	10	6	1127	70
12 Material de construção	5942	72	1040	10	364	10	61	10	24	7431	126
Total	45788	880	7052	10	3549	110	1141	185	163	57693	1448

Onde:

N = Número de estabelecimentos no Universo

n = Número de estabelecimentos na Amostra

8 - PESQUISA DE IMPLANTAÇÃO

A experiência acumulada com o uso do cadastro da RAIS nas pesquisas anuais do comércio - PAC e do transporte rodoviário - PATR desde 1988 indicava que muitas unidades ali englobadas já não existiam na época da coleta, possuíam dados cadastrais errados ou exerciam atividades distintas das que estavam registradas. Como ainda assim era o melhor e mais atualizado cadastro de unidades locais existentes, decidiu-se utilizá-lo, mas cercar o seu uso de alguns cuidados.

Dessa decisão originou-se a etapa denominada Pesquisa de Implantação. Nesta etapa, executada previamente à operação normal da PMC, aplicou-se aos informantes e as unidades sorteadas como reserva para cobrir eventuais encerramentos de atividades das primeiras, um questionário específico (Anexo I), aproveitando ainda para apresentá-los à pesquisa. (Anexo I)

Além de verificar o funcionamento normal da unidade e corrigir ou atualizar seus dados cadastrais e a atividade desenvolvida a Pesquisa de Implantação incluiu mais dois blocos de questões. O primeiro levantou informações de ordem operacional visando principalmente checar o período do mês em que os dados solicitados estão disponíveis e a melhor forma de obtê-las. Na segunda, foram feitas algumas indagações visando caracterizar melhor os informantes e auxiliar na análise dos dados levantados, como por exemplo se aceita cartão de crédito, se está localizado em Shopping Center, etc..

9 - SISTEMA DE CÁLCULO

O Sistema de Cálculo da Pesquisa, atualmente em desenvolvimento no Departamento de Atendimento (DEATE) da Diretoria de Informática, foi objeto de um cuidadoso detalhamento, no sentido de facilitar a concepção dos subsistemas que deverão compô-lo. Nesta primeira versão da metodologia da Pesquisa optou-se por apresentá-lo numa forma apenas esquemática (Anexo 4), reservando uma versão mais completa para depois que esteja plenamente desenvolvido e operando.

Os indicadores a serem calculados mensalmente, relativos as variáveis emprego, salários e vendas, são os seguintes:

Índice mês/mês anterior - variação mensal do mês t em relação ao mês $t-1$;

Índice de base fixa no mes t - variação do mês t relativa ao mês base da pesquisa;

Índice mensal - variação do mês t , relativa a igual mês do ano anterior;

Índice acumulado no ano - variação acumulada no ano, relativa a igual período do ano anterior, e

Índice 12 meses - variação acumulada nos últimos 12 meses, relativa a período imediatamente anterior.

ANEXO I

ANEXO 1



SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E COORDENAÇÃO
FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE
DIRETORIA DE PESQUISAS - DEPARTAMENTO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS
PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC - IMPLANTAÇÃO

CGC: 33026014.0015.39	MÊS	ANO	GST.	UF	ATIV	CL. PO	STATUS	SITUAÇÃO	CONTR.
	10	1994	1463	33	06	04	AR	01	01128

1 RAZÃO SOCIAL: CASA MATTOS PAPELARIA E LIVRARIA S A

FAX: (021) 264-8099 TELEEX: 21-37055 UF: 33 AGÊNCIA: 33.04557.13 - TIJUCA TELEFONE: (021) 284-8755 RAMAL:

2 **INFORMANTE**

SUFIXO CGC: 0015-39 NOME FANTASIA: CASA MATTOS

ENDEREÇO DE COLETA: R CONDE DE BONFIM, 318 - STO AFONSO 101

BAIRRO/DISTRITO: TIJUCA MUNICÍPIO: RIO DE JANEIRO UF: RJ

CEP: 20530-000 DDD: TELEFONE: RAMAL: FAX: TELEX: CÔD LOCALIDADE (USO DO ÓRGÃO REGIONAL):

3 **ESTABELEC**

SUFIXO CGC: 0015-39 NOME FANTASIA: CASA MATTOS

ENDEREÇO PESQUISADO: R CONDE DE BONFIM, 318 - STO AFONSO 101

BAIRRO/DISTRITO: TIJUCA MUNICÍPIO: RIO DE JANEIRO UF: RJ

CEP: 20530-000 DDD: TELEFONE: RAMAL: FAX: TELEX: CÔD LOCALIDADE (USO DO ÓRGÃO REGIONAL):

4 **ATIVIDADE DO ESTABELECIMENTO**

DESCRIÇÃO DO IBGE	DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE DO ESTABELECIMENTO (USO DO ÓRGÃO REGIONAL)	CÓD. USO IBGE
06 - ARTIGOS DE USO PESSOAL (LIVROS, DISCOS, ETC) - EXC VESTUÁRIO		

5 **INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES**

1 - A PARTIR DE QUE DIA, ENTRE OS DEZ PRIMEIROS DIAS DO MÊS, PODERÁ INFORMAR O FATURAMENTO DO ESTABELECIMENTO NO MÊS ANTERIOR?

2 - A PARTIR DE QUE DIA, ENTRE OS DEZ PRIMEIROS DIAS DO MÊS, PODERÁ INFORMAR O TOTAL DE EMPREGADOS, SEUS SALÁRIOS E REMUNERAÇÕES PAGAS NO ESTABELECIMENTO NO MÊS ANTERIOR?

3 - INFORME O NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS (PROPRIETÁRIOS, EMPREGADOS, MEMBROS DA FAMÍLIA SEM REMUNERAÇÃO) NO ESTABELECIMENTO, NO MÊS ANTERIOR

4 - DE QUE MODO GOSTARIA, MENSALMENTE, DE PRESTAR AS INFORMAÇÕES ACIMA? 1 - TÉCNICO IBGE 2 - TELEFONE 3 - FAX 4 - CORREIO

5 - O ESTABELECIMENTO ESTÁ LOCALIZADO EM SHOPPING CENTER? 1 - SIM 2 - NÃO

6 - O ESTABELECIMENTO FUNCIONA EM SISTEMA DE FRANCHISING? 1 - SIM 2 - NÃO

7 - O ESTABELECIMENTO ACEITA CARTÕES DE CRÉDITO? 1 - SIM 2 - NÃO

8 - O ESTABELECIMENTO VENDE PREPONDERANTEMENTE (MAIOR RECEITA) MERCADORIAS PRODUZIDAS PELA PRÓPRIA EMPRESA? 1 - SIM 2 - NÃO

9 - SE O ENDEREÇO DE COLETA (CAPÍTULO 2) FOI ALTERADO, A QUEM ELE PERTENCE? 1 - À PRÓPRIA EMPRESA 2 - A UMA EMPRESA COLIGADA 3 - AO CONTADOR

10 - QUAL A ÁREA DE VENDAS DO ESTABELECIMENTO (EM NÚMERO INTEIRO DE M²)?

FAVOR INFORMAR NOV0 CEP

F P M C O I

ANEXO II



1988

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E COORDENAÇÃO
 FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE
 DIRETORIA DE PESQUISAS - DEPARTAMENTO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS
 PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO - PMC

CGC :	MÊS	ANO	QST.	UF	ATIV	CL. PD	STATUS	SITUAÇÃO	CONTR.
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

1 RAZÃO SOCIAL :

FAX : _____ TELEX : _____ UF : _____ AGÊNCIA : _____ TELEFONE : _____ RAMAL : _____

2 **I N F O R M A N T E**

SUFIXO CGC : _____ NOME FANTASIA : _____
 ENDEREÇO DE COLETA : _____
 BAIRRO/DISTRITO : _____ MUNICÍPIO : _____ UF : _____
 CEP : _____ DDD : _____ TELEFONE : _____ RAMAL : _____ FAX : _____ TELEX : _____
 Cód LOCALIDADE (USO DO ÓRGÃO REGIONAL) : _____

3 **E S T A B E L E C**

SUFIXO CGC : _____ NOME FANTASIA : _____
 ENDEREÇO PESQUISADO : _____
 BAIRRO/DISTRITO : _____ MUNICÍPIO : _____ UF : _____
 CEP : _____ DDD : _____ TELEFONE : _____ RAMAL : _____ FAX : _____ TELEX : _____
 Cód LOCALIDADE (USO DO ÓRGÃO REGIONAL) : _____

4 **A T I V I D A D E D O E S T A B E L E C I M E N T O**

DESCRIÇÃO DO IBGE	CÓDIGO
_____	_____

5 **V A L O R D O F A T U R A M E N T O T O T A L D O E S T A B E L E C I M E N T O E M R E A I S . D E S P R E Z E O S D E N T A V O S**

MÊS	MÊS	CÓDIGO CAUSA
_____	_____	_____

6 **T O T A L D E E M P R E G A D O S A S S A L A R I A D O S N O E S T A B E L E C I M E N T O**

MÊS	MÊS	CÓDIGO CAUSA
_____	_____	_____

7 **V A L O R T O T A L D O S S A L Á R I O S E O U T R A S R E M U N E R A Ç Õ E S P A G A S N O E S T A B E L E C I M E N T O E M R E A I S . D E S P R E Z E O S D E N T A V O S**

MÊS	MÊS	CÓDIGO CAUSA
_____	_____	_____

8 **G R U P O S D E P R O D U T O S D O E S T A B E L E C I M E N T O**

DESCRIÇÃO	CÓDIGO
_____	_____

8 **R E G I S T R E O P E R C E N T U A L E M R E L A Ç Õ E A O V A L O R D O F A T U R A M E N T O T O T A L D O E S T A B E L E C I M E N T O**

MÊS	%
_____	_____ %
_____	_____ %
_____	_____ %
_____	_____ %

UTILIZE NÚMEROS INTEIROS TOTALIZANDO 100%

ANEXO III

Os indicadores a serem calculados mensalmente na PMC podem ser divididos em 2 grupos: indicadores básicos e indicadores derivados, sendo que os segundos serão derivados a partir dos primeiros. Cada um desses indicadores será calculado para as 3 variáveis da pesquisa: salários, pessoal ocupado e vendas.

No grupo dos indicadores básicos podemos destacar os índices mês/mês anterior e os índices de base fixa. Tais indicadores serão calculados para cada atividade, para cada classe de PO e para o comércio varejista global. As séries de índices de base fixa serão todas iniciadas com o valor 100 para o primeiro mês da pesquisa, o que equivale a definir inicialmente o mês base da pesquisa como sendo o primeiro mês da pesquisa; no futuro tal base poderá ser alterada para um valor mais conveniente.

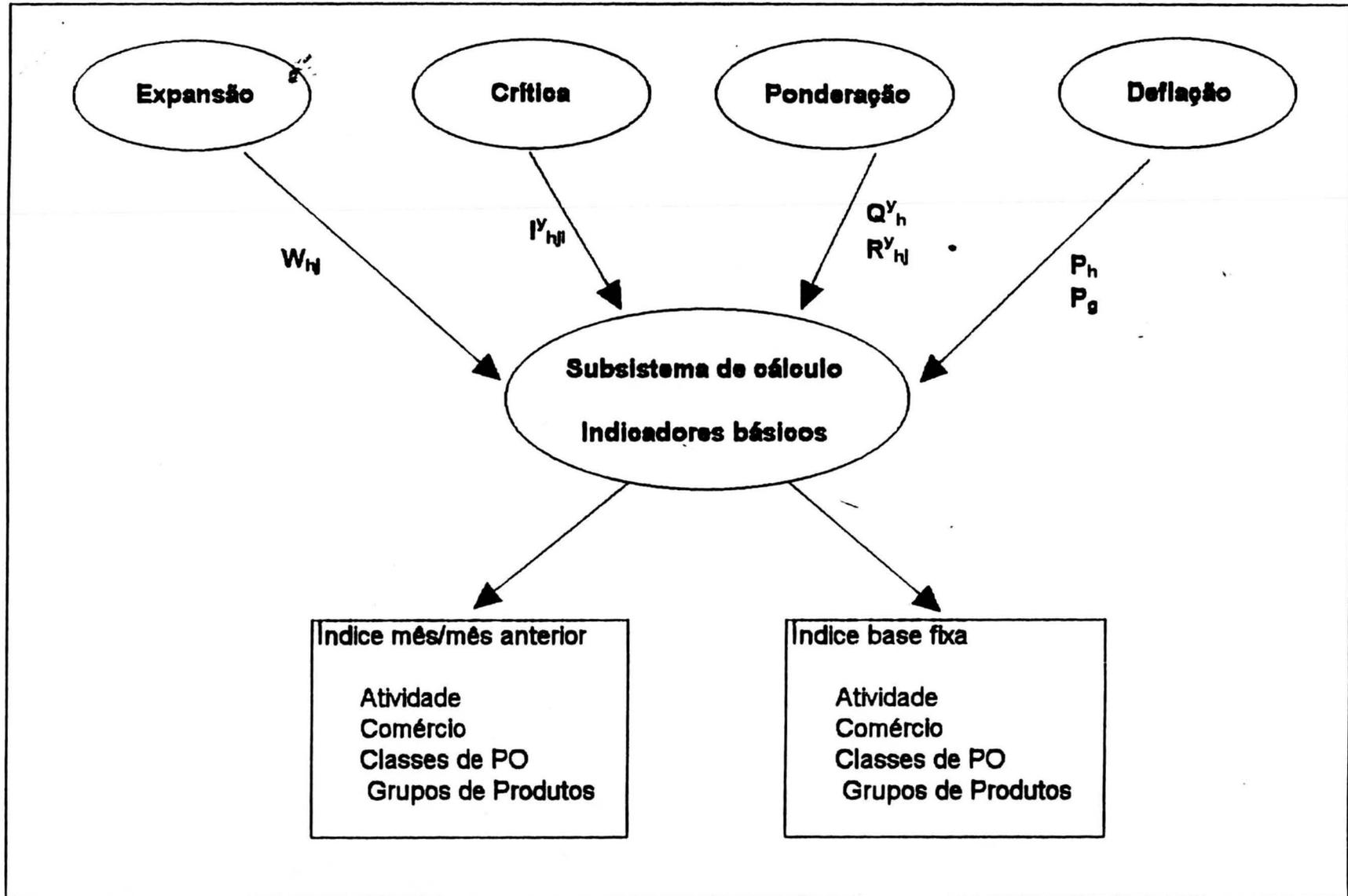
No grupo dos indicadores derivados podemos destacar os índices mensais, os índices acumulados no ano, os índices 12 meses, os índices trimestrais e os índices semestrais. Todos esses índices serão derivados a partir dos índices de base fixa.

Como um subproduto da PMC teremos os indicadores por grupos de produto, que envolverão apenas algumas atividades.

O subsistema de cálculo vai ser alimentado pelos seguintes subsistemas, conforme esquematizado na figura a seguir:

- Expansão
- Crítica
- Ponderadores
- Deflatores

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO
Estrutura relacional dos subsistemas



ANEXO IV

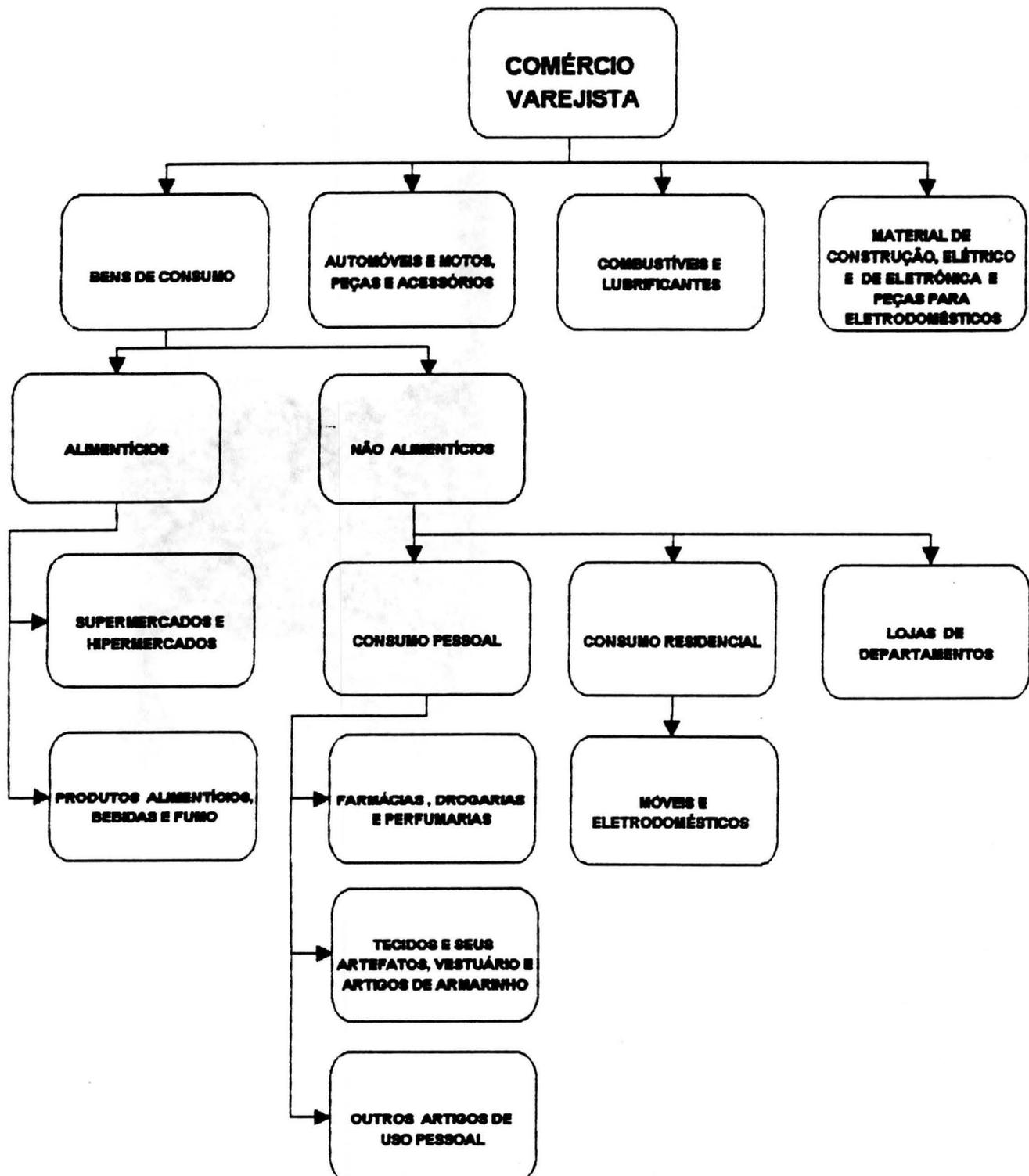
REGIÕES METROPOLITANAS

- BELEM
- FORTALEZA
- RECIFE
- SALVADOR
- BELO HORIZONTE
- RIO DE JANEIRO
- SÃO PAULO
- CURITIBA
- PORTO ALEGRE

ANEXO V

PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO

CLASSIFICAÇÃO DE ATIVIDADES



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BANKIER, Pedro Nizar M. D.(1988) POWER ALLOCATIONS, DETERMINING SAMPLE SIZES FOR SUBNATIONAL AREAS.THE AMERICAN STATISTICIAN, 42(3) PP 174-177
- FARIAS, A. M. L. E BARBOSA, M. T. S. (1995) - PESQUISA MENSAL DE COMERCIO - RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE CONSULTORIA
- HIDIROGLOU, M. A. (1986) - THE CONSTRUCTION OF A SELF-REPRESENTING STRATUM OF LARGE UNITS IN SURVEY DESIGN. THE AMERICAN STATISTICIAN
- IBGE (1990) - CENSOS ECONÔMICOS DE 1985. CENSO COMERCIAL - VOLUME 1 - BRASIL E 2 - UNIDADE DA FEDERAÇÃO
- IBGE (1991) - INDICADORES CONJUNTURAIS DA INDÚSTRIA. SÉRIE RELATÓRIOS METODOLÓGICOS - VOLUME 11.
- IBGE (1991) - PESQUISA ANUAL DE COMÉRCIO. SÉRIE RELATÓRIOS METODOLÓGICOS, VOLUME 12
- IBGE (1994) - PESQUISA ANUAL DE COMÉRCIO 1990.
- IBGE (1995) - CLASSIFICAÇÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ECONÔMICAS
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA/ESPAÑA (1992) - ANTE-PROJECTO DE LOS INDICADORES COYUNTURALES DEL COMERCIO AL POR MENOR
- LAVALLEE, P. e HIDIROGLOU, M.A. (1988) - ON THE STRATIFICATION OF SKEWES POPULATIONS. SURVEY METHODOLOGY, 14(1), PP 33-43
- NACIONES UNIDAS (1990) - CLASSIFICACION INDUSTRIAL UNIFORME DE TODAS LAS ATIVIDADES ECONOMICAS (TERCERA REVISION). INFORMES ESTADÍSTICOS, SERIE M N.4,REV.3
- OFICINA ESTADISTICA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1991) - MANUAL METODOLOGICO DE ESTADISTICAS DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS. COMERCIO VERSION 4.0
- SINDER, M. e SANT'ANNA, R. N. (1993) - PESQUISA MENSAL DE COMÉRCIO ANTEPROJETO. DPE/DECSE / DOCUMENTOS PARA DISCUSSÃO INTERNA