

Governo do Estado da Bahia
Secretaria do Planejamento (Seplan)
Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI)

Pesquisa Mensal de Comércio (PMC)

NOTA TÉCNICA

Nº 2

NOTAS METODOLÓGICAS DA PMC/JANEIRO DE 2004

SALVADOR

AGOSTO DE 2010



NOTA TÉCNICA

Nº 2

NOTAS METODOLÓGICAS DA PMC/JANEIRO DE 2004

AGOSTO DE 2010

Governo do Estado da Bahia
Jaques Wagner

Secretaria do Planejamento (Seplan)
Antônio Alberto Valença

Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI)
José Geraldo dos Reis Santos

Diretoria de Pesquisas (Dipeq)
Thaiz Silveira Braga

Coordenação de Pesquisas Sistemáticas e Especiais (Copese)
Vania Maria Carvalho Moreira

Elaboração Técnica
Maria de Lourdes Caires dos Santos

Coordenação de Biblioteca e Documentação (Cobi)
Raimundo Pereira Santos

Coordenação de Disseminação de Informações (Codin)
Márcia Santos

Padronização e Estilo
Editoria de Arte
Elisabete Cristina Teixeira Barretto

Revisão de Linguagem
Christiana Fausto

Projeto Gráfico
Editoração
Vinícius Luz



Governo do Estado da Bahia
Secretaria do Planejamento

Av. Luiz Viana Filho, 4º Av., 435, CAB.
Cep: 41.745-002, Salvador(BA)
Tel.: (71) 3115 4822 / 3115 4786 Fax.: (71) 3116 1781
www.sei.ba.gov.br sei@sei.ba.gov.br

NOTAS METODOLÓGICAS DA PMC/JANEIRO DE 2004

A Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar a evolução conjuntural do comércio varejista e de seus principais segmentos.

A partir de janeiro de 2004, o Sistema de Índices do Comércio Varejista, em relação à série divulgada até dezembro de 2003, apresenta os seguintes aprimoramentos:

- Expande a abrangência dos indicadores, passando a incluir o comércio de material de construção.
- Passa a divulgar o índice do Comércio Varejista Ampliado, que agrega, aos índices do varejo, as atividades *Veículos, motocicletas, partes e peças* e *Material de construção*.
- Desagrega as estatísticas classificadas anteriormente como *Demais artigos de uso pessoal e doméstico* nas seguintes atividades: *Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos, Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação, Livros, jornais, revistas e papelaria* e *Outros artigos de uso pessoal e doméstico*.
- Amplia a amostra de 5.000 empresas informantes para 9.000 empresas.
- Na série completa dos índices (série encadeada): os índices de janeiro de 2000 até dezembro de 2003 têm por **período de base** o ano de 2000. Os índices de janeiro de 2004 em diante têm por período de base o ano 2003.
- A série encadeada desde janeiro de 2000 tem como **período de referência**, único, a média mensal dos índices de 2003=100.

I – CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

Âmbito – No estágio atual da PMC são investigadas empresas comerciais que possuam 20 ou mais pessoas ocupadas, cuja receita bruta provenha, predominantemente da atividade comercial varejista e estar sediada no território nacional e, em particular, para as Unidades da Federação da Região Norte (Rondônia, Roraima, Acre, Amazonas, Pará, Amapá e Tocantins), são consideradas apenas aquelas que estão sediadas nos municípios das capitais.

Abrangência – A PMC abrange dez grupos de atividades cuja correspondência com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), está indicada no Quadro abaixo. Deste total, oito segmentos têm receitas geradas predominantemente na atividade varejista e dois (*Veículos e motos, partes e peças* e *Material de construção*), abarcam varejo e atacado.

Descrição da Atividade	Código CNAE
Combustíveis e lubrificantes	5050
Supermercados, hipermercados, produtos, alimentícios, bebidas e fumo	5211, 5212, 5213, 5214, 5221, 5222, 5223, 5224 e 5229
Tecidos, vestuário e calçados	5231, 5232 e 5233
Móveis e eletrodomésticos	5242 e 5243
Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos	5241
Equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação	5245
Livros, jornais, revistas e papelaria	5246
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	5215 e 5249
Veículos e motocicletas, partes e peças	5010, 5030 e 5041
Material de construção	5153 e 5244

Unidade de investigação – A empresa, definida como entidade jurídica caracterizada por firma ou razão social, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), é a unidade básica de informação da PMC.

Variável investigada – É a receita bruta de revenda, Total e por Unidade da Federação, definida no âmbito da empresa como a receita bruta mensal proveniente da revenda de mercadorias, não deduzidos os impostos incidentes e nem as vendas canceladas, abatimentos e impostos incondicionais. Não estão incluídas as receitas financeiras e não-operacionais.

Amostra – Com base na Pesquisa Anual de Comércio 2001 e dentro do âmbito e da abrangência previamente definidas, foram selecionadas cerca de 9.000 empresas distribuídas nas 27 Unidades da Federação.

II – CONSTRUÇÃO DE INDICADORES

Séries nominal e de volume – A partir da receita bruta de revenda investigada são construídos indicadores para duas variáveis: *Receita Nominal de Vendas* e *Volume de Vendas*. Esta última resulta da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do IPCA. Na construção dos índices de preços das UFs não cobertas pelo IPCA, foram usados os relativos de preços da área geográfica mais apropriada.

Divulgação dos resultados – Os índices nominal e de volume de vendas são divulgados dentro do seguinte quadro esquemático:

1 – **Índice de Comércio Varejista** – Índice-síntese dos grupos de atividades relacionados abaixo, cujas receitas provêm preponderantemente da atividade do varejo. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

- Combustíveis e lubrificantes;
- Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo;
- Vestuário, calçados e tecidos;
- Móveis e eletrodomésticos;
- Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria e cosméticos;
- Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação;
- Livros, jornais, revistas e papelaria;
- Outros artigos de uso pessoal e doméstico

2 – **Índices de Comércio Varejista por atividade** – Para os segmentos do varejo, relacionados acima, são divulgados índices em nível Brasil e 12 Unidades da Federação selecionadas: Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal. Neste nível de abrangência geográfica divulga-se, ainda, resultados para *Supermercados e hipermercados*, que corresponde a um detalhamento da atividade de *Supermercados, hipermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*.

3 – **Índices de Comércio Varejista Ampliado** – Índice-síntese dos grupos de atividades que compõem o varejo e mais os segmentos de *Veículos e motocicletas, partes e peças* e de *Material de construção*. Divulgados para o Brasil e suas 27 Unidades da Federação.

4 – **Índices de Comércio Varejista Ampliado por atividade** – Para todas as atividades relacionadas no item 1 além de *Veículos e motos, partes e peças* e de *Material de construção* são calculados índices para o Brasil e as 12 Unidades da Federação citadas no item 2.

Tipos de índices – São divulgados quatro tipos de índices:

- **Índice de base fixa:** Compara os níveis nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com a média mensal obtida no ano de 2003;
- **Índice mensal:** Compara os índices nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda do mês com os obtidos em igual mês do ano anterior;
- **Índice acumulado no ano:** Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda de janeiro até o mês do índice com os de igual período do ano anterior;
- **Índice acumulado de 12 meses:** Compara os índices acumulados nominais e de volume da Receita Bruta de Revenda dos últimos 12 meses com os de igual período imediatamente anterior.

III – ENCADEAMENTO

O IBGE encadeou a série de Índices de Base Fixa que encerrou em dezembro de 2003 (base 2000=100) com a série que se inicia em janeiro de 2004 (base 2003=100). A série encadeada tem como referência a média mensal de 2003=100. Este procedimento não altera as séries dos índices mensal, acumulado no ano e acumulado de 12 meses já publicadas.

A série encadeada é, pois, uma série histórica de índices de volume com período de base **móvel**. Esta mudança traz como vantagem o uso de uma estrutura de ponderação mais atualizada, pois incorpora as mudanças nos preços relativos.

IV – OBSERVAÇÕES

1 – Para a Pesquisa Mensal de Comércio do Estado da Bahia, o IBGE passou a divulgar o **ÍNDICE MÊS/MÊS ANTERIOR** apenas para o indicador geral do Comércio Varejista.

2 – Os índices do mês poderão ser alterados na divulgação do mês subsequente, em virtude de retificações nos dados primários por parte dos informantes da pesquisa.