

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE

PESQUISA ANUAL DE COMÉRCIO
NOTAS METODOLÓGICAS

Notas Metodológicas

A Pesquisa Anual de Comércio - PAC tem por objetivo descrever as características estruturais básicas do segmento empresarial do comércio atacadista e varejista no País e suas transformações no tempo.

A série da PAC teve início em 1988, com o objetivo de fornecer informações anuais sobre o setor de comércio nos períodos intercensitários. A partir do ano 1996, a PAC foi adequada aos parâmetros do novo modelo de produção das estatísticas industrial, comercial e de serviços, em que os censos econômicos quinquenais foram substituídos por pesquisas anuais de base amostral. O Cadastro Central de Empresas-CEMPRE, atualizado sistematicamente, é a referência comum para o universo das empresas.

O desenho das pesquisas estruturais anuais leva em conta a concentração da atividade produtiva nos segmentos de maior porte, dando tratamento censitário para empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas no cadastro básico de seleção. As demais empresas são objeto de seleção probabilística.

A PAC, em seu novo formato, é a pesquisa estrutural central do subsistema de estatísticas do Comércio.

1 – Âmbito da Pesquisa

O âmbito da PAC inclui as empresas que atendem aos seguintes requisitos:

1 - estar em situação ativa no Cadastro Central de Empresas do IBGE, classificada como empresa comercial, isto é, ter atividade principal contemplada na seção G - Comércio, Reparação de Veículos, Objetos Pessoais e Domésticos, da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE 1.0 (ISIC Rev.3); e

2 - estar sediada no Território Nacional

Define-se como empresa comercial aquela cuja receita bruta provenha, predominantemente, da atividade comercial, entendida como compra para revenda, sem transformação significativa, de bens novos e usados.

Em consonância com a abrangência das pesquisas anteriores, optou-se por excluir do âmbito da PAC, embora façam parte da seção G da CNAE 1.0 (ISIC Rev.3), os seguintes segmentos:

- serviços de manutenção e reparação de veículos e motocicletas; e
- reparação de objetos pessoais e domésticos e
- representantes comerciais e agentes do comércio

2 - Unidade de Investigação

A unidade de investigação da PAC é a empresa, definida como a unidade jurídica caracterizada por uma firma ou razão social, que engloba o conjunto de atividades econômicas exercidas em uma ou mais unidades locais.

As empresas são as unidades de decisão, de existência jurídica, que assumem obrigações financeiras e estão à frente das transações de mercado. Por outro lado, é sobre as empresas que recai a obrigatoriedade dos registros contábeis, balanços, etc. Portanto, a empresa constitui a unidade adequada tanto para as análises dos comportamentos dos agentes econômicos como para a investigação estatística.

Por unidade local entende-se o espaço físico, geralmente uma área contínua, no qual uma ou mais atividades econômicas são desenvolvidas, correspondendo, na maioria das vezes, a cada endereço de atuação da empresa.

3 - Instrumentos de Coleta

A PAC 2006 utilizou dois modelos de questionários para a coleta de informações e a Folha de Atualização Cadastral - FAC, para os casos de não-coleta:

- Questionário Simplificado - aplicado nas empresas com até 19 pessoas ocupadas no cadastro de informantes da pesquisa;
- Questionário Completo - aplicado nas empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas no cadastro de informantes da pesquisa; e
- Folha de Atualização Cadastral - FAC - aplicada às empresas selecionadas que não preencheram questionário por motivo de paralisação, extinção, mudança para endereço ignorado ou por não exercerem atividade no âmbito da pesquisa.

Os questionários foram aplicados através de formulário em papel ou formulário magnético (disquete ou CD), com envio pela Internet, de acordo com a opção do informante.

4 - Classificação de atividades

A classificação de atividades de referência da PAC é a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 1.0 (ISIC Rev.3), especificamente a seção G - Comércio, Reparação de Veículos, Objetos Pessoais e Domésticos - que define o âmbito da pesquisa.

5 - Aspectos da Amostragem

5.1 - Cadastro Básico de Seleção da Amostra

O cadastro básico de seleção da PAC 2006 foi o Cadastro Central de Empresas - CEMPRE, atualizado, na ocasião, pelos resultados da Pesquisa Anual de Comércio 2005, pela Relação Anual de Informações Sociais - RAIS 2005, e pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados - CAGED, do Ministério do Trabalho, totalizando 2 283 978 empresas de comércio.

5.2 - Plano Amostral

O objetivo contemplado no desenho da amostra foi a obtenção de estimativas dos totais populacionais referentes às variáveis investigadas, por Unidade da Federação e segundo níveis de classificação de atividades definidos previamente.

A PAC visa a obter resultados para certas subdivisões importantes da população. Neste caso, o desenho da amostra usualmente recomendado é o de amostra aleatória estratificada.

A amostra da PAC 2006 é composta por dois tipos de estratos: natural e final. Os estratos naturais foram construídos a partir da reunião de empresas com a mesma combinação de Unidade da Federação e classificação de atividade. Os estratos finais são divididos em outros três estratos: certo, gerencial e amostrado, em cada cruzamento Unidade da Federação x Atividade, ou seja, em cada estrato natural. A alocação das empresas a cada um desses estratos é dada pelo pessoal ocupado e o número de Unidades da Federação em que atuam, de acordo com o cadastro básico de seleção da amostra da pesquisa, segundo os seguintes critérios:

- *Estrato certo*: empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas;
- *Estrato gerencial*: empresas com menos de 20 pessoas ocupadas e que atuam em mais de uma Unidade da Federação; e
- *Estrato amostrado*: empresas com menos de 20 pessoas ocupadas e que atuam em apenas uma Unidade da Federação. Em contraste com a PAC dos anos anteriores, no novo plano amostral o estrato aleatório é ainda subdividido em outros três estratos, a saber:
 - 1) Estrato amostrado A1: empresas com menos de 5 pessoas ocupadas;
 - 2) Estrato amostrado A2: empresas com mais de 4 e menos de 10 pessoas ocupadas; e
 - 3) Estrato amostrado A3: empresas com mais de 9 e menos de 20 pessoas ocupadas.

Cabe ressaltar que existem algumas exceções: empresas que, no cadastro básico de seleção da amostra da pesquisa, possuem menos de 20 pessoas ocupadas são incluídas no estrato certo quando apresentam receita no mesmo patamar das empresas do estrato certo da pesquisa do ano anterior.

5.3 - Cálculo do Tamanho da Amostra

Os tamanhos amostrais foram calculados em cada estrato final amostrado de forma a assegurar que o estimador do total de pessoal ocupado em cada estrato natural tivesse um coeficiente de variação de 10%. Foi arbitrado na PAC um número mínimo de 10 empresas para o tamanho amostral de cada estrato amostrado, arredondando-os para cima em caso de valores fracionários. Com isso, as empresas dos estratos amostrados com menos de 10 unidades na população também foram incluídas na amostra com certeza.

Das 2 283 978 empresas comerciais que compuseram o cadastro de seleção da PAC, 60 761 (2,66 %) foram selecionadas, das quais 42 125 (69,33 %) são do estrato certo; 2 672 (4,4 %) são do estrato gerencial; 6 149 (10,12 %) do estrato amostrado A1; 5 082 (8,36 %) do estrato amostrado A2; e 4 733 (7,79 %) do estrato amostrado A3.

5.4 – Qualidade das Estimativas

Para a divulgação dos resultados da PAC são calculados os coeficientes de variação (CV) das estimativas das principais variáveis. Cada faixa de variação corresponde a uma letra, conforme intervalos definidos no Quadro 1.

Quadro 1 - Faixas de Coeficiente de Variação

Intervalo de valores de CV	Indicador	Conceito
Zero	Z	Exata
Até 5%	A	Ótima
Mais de 5 a 15%	B	Boa
Mais de 15 a 30%	C	Razoável
Mais de 30 a 50%	D	Pouco precisa
Mais de 50%	E	Imprecisa

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Em função das mudanças metodológicas introduzidas na pesquisa neste ano de 2006, algumas estimativas não permitem uma comparação direta com aquelas do ano de 2004.

6 - Disseminação dos Resultados

Existem três meios de disseminação dos resultados da PAC, a saber: publicação em papel, CD-ROM encartado na publicação e Internet. O CD-ROM traz os resultados dos dois últimos anos atualizados. No portal do IBGE na Internet, no endereço <http://www.ibge.gov.br>, são disponibilizados o conteúdo do CD-ROM, além do Sistema IBGE de Recuperação Automática - SIDRA.

Para efeito de tabulação e divulgação dos resultados da PAC 2006 adota-se o detalhamento especificado nos Quadros 2, 3 e 4, a seguir:

Quadro 2 - Comércio de Veículos de Veículos e Motocicletas

Denominação	CNAE 1.0
Veículos automotores	50.10-5
Peças para veículos	50.30-0
Motocicletas, peças e acessórios	50.41-5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Quadro 3 - Comércio por Atacado

Denominação	CNAE 1.0
Produtos agropecuários <i>in natura</i> , produtos alimentícios para animais	51.2
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	51.3
Artigos de uso pessoal e doméstico	
Fios têxteis, tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho	51.41-1
Artigos do vestuário e complementos	51.42-0
Calçados	51.43-8
Eletrodomésticos e outros artigos de uso pessoal e doméstico	51.44-6
Produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, odontológicos, cosméticos e veterinário	51.45-4 e 51.46-2
Artigos de escritório e de papelaria, papel, papelão e seus artefatos; livros, jornais e outras publicações	51.47-0
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	51.49-7
Comércio de produtos intermediários, resíduos e sucatas	
Combustíveis e lubrificantes	51.51-9
Produtos extrativos de origem mineral	51.52-7
Madeira, material de construção, ferragens, etc.	51.53-5
Produtos químicos, adubos e fertilizantes	51.54-3
Resíduos e sucatas	51.55-1
Outros produtos	51.59-4
Comércio de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário, comercial, industrial e para fins profissionais	51.6
Comércio de mercadorias em geral	51.9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Quadro 4 - Comércio Varejista

Denominação	CNAE 1.0
Comércio não-especializado	
Hipermercados e supermercados	52.11-6 e 52.12-4
Outros tipos de comércio não-especializado com predominância de produtos alimentícios	52.13-2 e 52.14-0
Comércio não-especializado sem predominância de produtos alimentícios	52.15-9
Produtos alimentícios, bebidas e fumo	52.2
Tecidos, artigos de armarinho, vestuário e calçados	
Tecidos e artigos de armarinho	52.31-0
Artigos do vestuário e e complementos	52.32-9
Calçados, artigos de couro e viagens	52.33-7
Combustíveis e lubrificantes	52.50-4
Comércio de outros produtos em lojas especializadas	
Produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria, cosméticos e veterinário	52.41-8
Máquinas e aparelhos de uso doméstico e pessoal, discos, instrumentos musicais, etc.	52.42-6
Móveis, artigos de iluminação e outros artigos de residência	52.43-4
Material de construção, ferragens, ferramentas manuais e produtos metalúrgicos; vidros, espelhos e vitais; tintas e madeiras	52.44-2
Equipamentos e materiais de escritório, informática e comunicação	52.45-0
Livros, jornais, revistas e papelaria	52.46-9
Gás liquefeito de petróleo (GLP)	52.47-7
Outros produtos	52.49-3
Comércio de artigos usados	52.50-7

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio

Podem ocorrer pequenas diferenças entre os totais apresentados e a soma das parcelas integrantes em uma mesma tabela, devido aos critérios de arredondamento, uma vez que os dados de receita, custos e despesas são informados em mil reais.

7 - Regras de Desidentificação

Com o objetivo de assegurar o sigilo das informações individualizadas dos informantes da pesquisa, de acordo com a legislação vigente, são adotadas regras de desidentificação na divulgação de resultados da PAC. Quando para um determinado detalhamento da atividade, definido para recorte regional específico e/ou classes de tamanho de empresas, existir apenas uma ou duas empresas, todas as informações da linha correspondente são assinaladas com (x); o mesmo procedimento é adotado para todas as informações de outra linha identificada como a de menor receita líquida de revenda.

8 – Principais Variáveis Investigadas

A PAC realiza levantamento de informações econômico-financeiras que subsidiam o sistema de contas nacionais nas estimativas de valor da produção, consumo intermediário, volume e composição do valor adicionado, excedente operacional, formação de capital e pessoal ocupado. As principais variáveis investigadas na pesquisa são as seguintes:

- Demonstrativo de Receita
 - Receita bruta operacional
 - Revenda de mercadorias
 - Venda de produtos de fabricação própria
 - Serviços de manutenção e reparação
 - Comissões sobre vendas e *royalties*
 - Outras atividades (restaurantes, armazenagem, transportes, etc.)
 - Deduções (vendas canceladas e impostos incidentes sobre a receita bruta)
 - Receita líquida operacional
 - Outras receitas (aluguel, receitas financeiras, receitas não-operacionais, etc.)
- Vendas, por classe de comércio
 - Varejo
 - Atacado
- Destino das vendas
 - Exportação
 - Vendas à empresas
 - Vendas ao governo
 - Vendas ao público em geral (consumidor final)
- Compras, Estoque inicial e Estoque final
 - Mercadorias para revenda
 - Matérias-primas
 - Material de embalagem
- Custo das Mercadorias Revendidas

- Pessoal Ocupado, por trimestre
 - Pessoal assalariado
 - Pessoal ligado á atividade comercial
 - Pessoal não-ligado à atividade comercial
 - Pessoal não-assalariado
 - Proprietários ou sócios
 - Membros da família sem remuneração

- Gastos com Pessoal
 - Salários
 - Participação nos lucros
 - Retiradas de proprietários
 - Contribuição para a Previdência Social
 - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço-FGTS
 - Contribuição para previdência privada
 - Indenizações por dispensa
 - Benefícios concedidos aos empregados (transporte, alimentação, auxílio-educação, planos de saúde, etc.)

- Despesas Operacionais
 - Aluguel e arrendamento de imóveis
 - Aluguel e arrendamento de máquinas e equipamentos (exclusive leasing)
 - Condomínios
 - Comissões pagas à representantes comerciais
 - Publicidade e propaganda
 - Combustíveis, peças e acessórios
 - Serviços prestados por profissionais liberais ou autônomos
 - Serviços prestados por empresas
 - Serviços técnico-profissionais (serviços jurídicos, contabilidade, auditoria, consultoria, informática, etc.)
 - Vigilância, segurança e transporte de valores
 - Fretes e carretos
 - Locação de mão-de-obra
 - Manutenção e reparação de bens
 - Outros serviços prestados por empresas
 - Serviços de comunicação (correio, telefone, fax e Internet)
 - Energia elétrica, gás, água e esgoto
 - Armazenagem e despesas portuárias e aeroportuárias
 - Prêmios de seguros
 - Impostos e taxas
 - Viagens e representações
 - Material de expediente
 - Royalties pelo uso de marcas, patentes e franquias
 - Outras despesas

- Despesas Financeiras

- Depreciação e Amortização
- Balanço Patrimonial
 - Ativo
 - Ativo circulante
 - Ativo realizável a longo prazo
 - Ativo permanente
 - Passivo
 - Passivo circulante
 - Passivo exigível a longo prazo
 - Patrimônio líquido
- Aquisições e Baixas do Ativo Tangível
 - Terrenos e edificações
 - Máquinas e equipamentos
 - Meios de transportes
 - Outros
- Vendas por Sistemas de Comercialização (em %)
 - Lojas
 - Quiosques e trailers
 - Correio
 - Porta a porta
 - Internet
 - Televendas
 - Outros
- Dados de Regionalização
 - Pessoal Ocupado
 - Salários
 - Número de estabelecimentos
 - Receita bruta de revenda