

Metodologia Cepea – Formação de Preços de Ovos

Os referenciais de preços são compostos por ovos tipo extra, branco e vermelho, comercializados por produtores de postura incluindo também preços de compra de seus clientes, na unidade de caixa com 30 dúzias no atacado.

A coleta de informações é feita junto aos agentes envolvidos na negociação/formação do preço do ovo: são consultados preços de venda com produtores e preços de compra com atacadistas e varejistas. Os preços referidos acima são coletados sistematicamente todos os dias úteis da semana, sendo que cada colaborador é questionado sobre as condições de mercado na sua região de atuação de uma a duas vezes na semana. Os dias de contato são adaptados à frequência de negociação de cada agente colaborador.

Como resultado da coleta de informações, os preços passam por um tratamento estatístico, atendendo os seguintes critérios metodológicos: a média diária (μ) da região será constituída dos preços coletados no dia corrente e nos sete anteriores (média móvel de oito dias corridos).

Após o cálculo da média, são descartados os valores inferiores à média subtraindo-se dois desvios padrão ($\mu-2\sigma$) e os valores superiores à média acrescida de dois desvios-padrão ($\mu+2\sigma$), simultaneamente, também são eliminados os valores que extrapolem o coeficiente de variação de 2,5. Em seguida é calculada uma nova média.

Outras informações que não sejam condizentes com o mercado também são excluídas mediante exclusividades a serem definidas após a análise da amostra inicial de cada região. Caso haja um novo contato com colaborador em período inferior à eliminação da informação antiga da amostra, a informação é substituída pela mais recente.

O Cepea se compromete em manter o sigilo das informações coletadas, não divulgando os nomes de quem às informou e nem informações individuais. No entanto, em prol de uma maior transparência é elaborado um sistema de métrica e classificação diária dos dados, com base no volume de caixas com 30 dúzias comercializado e informado pelos colaboradores mensalmente, em forma de porcentagem. A adesão da pesquisa por parte dos agentes colaboradores é voluntária. Quando a adesão não ocorre em sua totalidade, ou seja, não atinge cem por cento da amostra, é informado o percentual do volume de preços que foram computados na amostra apenas.