vinetur

Presidente da CFTC ordena análise do prémio do Midwest na formação dos preços do alumínio

A análise poderá alterar os custos das latas, os contratos de fornecimento e a cobertura de risco dos cervejeiros e de outros fabricantes de bebidas

segunda-feira, 16 de novembro de 2026



A Beer Business Daily noticiou na segunda-feira, 16 de novembro, que Michael Selig, presidente da Commodity Futures Trading Commission (CFTC), ordenou uma análise dos mecanismos de formação dos preços do alumínio, incluindo o prémio do Midwest, e pediu opções para uma possível reforma.

A medida aborda uma questão levantada há anos pelos cervejeiros e por outros grandes consumidores de alumínio. O prémio do Midwest é um encargo habitualmente acrescentado aos preços de referência do alumínio para refletir o custo de entrega do metal na América do Norte. Na prática, tornou-se uma componente importante do preço pago pelo alumínio utilizado em muitos contratos de fornecimento físico, incluindo o metal que acaba por ser usado em latas de bebidas.

Para as empresas cervejeiras, a questão vai muito além da estrutura dos mercados de matérias-primas. O alumínio representa um custo importante de embalagem, sobretudo para os cervejeiros que dependem fortemente das latas. Uma alteração na forma como o prémio é calculado ou utilizado poderá, a prazo, afetar os custos das latas, os contratos de compra e as estratégias de cobertura de risco em todo o setor das bebidas, incluindo cerveja, cocktails enlatados e outras bebidas que dependem de embalagens de alumínio.

Segundo a Beer Business Daily, Selig abordou o assunto na reunião anual do Beer Institute. A publicação descreveu o desenvolvimento como uma mudança significativa num debate que se prolonga há décadas, com poucos avanços para os cervejeiros e outros compradores industriais. A Beer Business Daily noticiou ainda que Mary Jane Saunders, assessora jurídica de longa data do Beer Institute, considerou que o desenvolvimento era “muito importante para nós”, após as declarações de Selig.

O Beer Institute tem defendido há muito que o prémio aumenta os custos dos cervejeiros de formas que nem sempre estão relacionadas com os princípios económicos básicos da produção ou do consumo de alumínio. Os críticos do sistema de preços afirmam que o prémio pode ser influenciado por fatores como a armazenagem, a logística, as condições de financiamento e a estrutura do mercado, e não apenas pela oferta e procura atuais do próprio metal. Estas queixas são importantes para os cervejeiros porque os custos das embalagens podem subir rapidamente quando os preços do alumínio aumentam, e os grandes produtores compram frequentemente latas e cobrem a sua exposição ao risco com meses de antecedência.

O papel da CFTC é importante porque a agência supervisiona os mercados de derivados dos EUA, onde o risco associado ao alumínio é frequentemente gerido através de futuros e contratos relacionados. Qualquer análise conduzida pela comissão poderá chamar a atenção para a forma como são definidos os preços de referência, como os participantes no mercado os utilizam nos contratos e se algumas componentes do sistema de preços provocam distorções para as empresas que utilizam alumínio na economia real. A notícia da Beer Business Daily não indicou um calendário para a análise nem detalhou que forma poderiam assumir eventuais propostas de reforma.

Esta incerteza é importante para as empresas de bebidas porque mesmo uma alteração técnica restrita poderá ter efeitos abrangentes. Os cervejeiros e outros produtores de bebidas não compram latas apenas a preços à vista. Muitos recorrem a contratos de fornecimento de longo prazo, a fabricantes de latas e a programas de cobertura de risco que estão, de alguma forma, associados a referências reconhecidas para o alumínio. Se o prémio do Midwest mudar, o efeito poderá não ser imediato nem uniforme, mas poderá influenciar a forma como os fornecedores fixam os preços das latas e como as empresas de bebidas gerem a sua exposição às oscilações dos custos do metal.

A questão já chamou a atenção em Washington, sobretudo em períodos em que restrições comerciais, perturbações no abastecimento ou constrangimentos logísticos fizeram subir os custos do alumínio nos EUA acima das referências globais. Para os fabricantes, esses aumentos podem ser difíceis de absorver, sobretudo em setores de grande volume e margens reduzidas. Na cerveja, onde as embalagens representam uma parcela significativa do custo unitário, mesmo pequenas variações nos preços do alumínio podem ter impacto quando se multiplicam por milhões de latas.

As declarações de Selig sugerem que a questão está agora a ser analisada de forma mais direta pela liderança da CFTC do que no passado, segundo os cervejeiros. Não se sabe ainda se a análise dará origem a um processo formal de regulamentação, a um estudo de mercado ou a recomendações para alterar as práticas de formação de preços. Para as empresas cervejeiras, os fabricantes de latas e outros produtores de bebidas, a análise abre a possibilidade de um custo há muito contestado, incorporado

no mercado do alumínio, ser alvo de um exame regulatório mais aprofundado.