O CURTUME

BOLETIM DO CENTRO DAS INDÚSTRIAS DE CURTUMES DO BRASIL

NESTE NÚMERO:

ELEIÇÃO E POSSE DA NOVA DIRETORIA
EFEITOS DO ABUSO DA MARCAÇÃO A FOGO
CAMPANHA EM PROL DA SOLA DE COURO
MERCADO DE COUROS, PREÇOS DE PRODUTOS QUÍMICOS E OUTRAS NOTAS DE INTERÊSSE PARA OS CURTIDORES

ANO I — RIO DE JANEIRO, JANEIRO DE 1958 — NÚMERO 9

O CURTUME

BOLETIM MENSAL INFORMATIVO

DIRETORIA
DO CENTRO DAS
INDÚSTRIAS DE
CURTUMES DO
BRASIL

Presidente:
PAULO ZIMMERMANN

Vice-presidente:
AUGUSTO CANTÚSIO

1.º Secretário:
FERNANDO DA CUNHA ANDRADE

2.º Secretário:
PEDRO LOSI

1.º Tesoureiro:
JUAN HENRIQUE ARIETA

2.º Tesoureiro:
NESTOR GUILHERME BIER

Conselho Administrativo:
EGON RENNER
CARLOS OTTE
EDGAR DE GÓIS MONTEIRO
FREDERICO BUSATO
JOÃO MOTTA
JOAQUIM MEDEIROS
JOSÉ PIRES GUERREIRO
JOSÉ FASOLO
JUSTINIANO GRANJO
AIRES NORONHA ADURES
MÁRIO CAPELO
PAULO ROTSEN DE MELO

Conselho Fiscal:
(Efetivos)
CARLOS FELIPE ROSSI
CARLOS TERMIGNONI
JOSÉ BONIFÁCIO DA SILVEIRA

(Suplentes)
MÁRIO RUBENS COSTA
ANDRÉ JACOBSEN JUNIOR
MÁRIO ABDALLA

Secretário Executivo:
MAURÍCIO DEJANIR HERNANDORENA

☆

S e d e

RUA MÉXICO, 111
Grupo 1.701
End. Teleg.:
CURTIDORES
Telefone 42-6374
RIO DE JANEIRO
B r a s i l

Começo de Nova Etapa

O Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil começa um novo ano de atividade com um programa de trabalhos visando a elevar ainda mais o nome da classe que representa. Começando em 1957, pôde, em poucos meses, sentir a fôrça dos curtidores, à medida que êstes se uniam, sob a sua legenda. As inscrições prosseguem num ritmo animador.

O C.I.C.B. procedeu, em janeiro, como determina os seus Estatutos, à eleição da sua nova Diretoria. A confirmação nos postos de comando dos primeiros diretores e a inclusão de novas figuras de real evidência, de vários Estados, provam a confiança no trabalho executado. Hoje, ao mesmo tempo em que cumprimentamos os nossos leitores, no abrir de um novo exercício, convidámo-los a verificar, pelas páginas seguintes dêste Boletim, um esbôço das campanhas que o C.I.C.B. passará, em breve, a realizar.

COMO DEVEM SER INSTRUÍDOS OS PEDIDOS DE TRANSFERÊNCIA DE ALÍQUOTAS

Em nosso Boletim n.º 6, edição de outubro de 1957, publicamos a Instrução n.º 1, baixada pelo Conselho de Política Aduaneira, que estabelecia o critério para as propostas de modificações de taxação "ad valorem" para produtos importados. Sendo o Conselho de Política Aduaneira um órgão novo e desejando os seus membros dar-lhe uma orientação firme, sobretudo quanto aos critérios da revisão das tarifas, assunto que exige muita acuidade, chamamos a atenção dos industriais de curtumes, especialmente os associados do C.I.C.B., para a observância do que trata a Instrução n.º 1. Isso fazemos, pois temos notado que muitos curtumes, encaminhando pedidos de modificação de alíquotas, por intermédio do C.I.C.B., deixam de instruir aquêles pedidos com a documentação exigida pala Instrução. Tal fato faz com que haja dificuldade, ao Conselho e ao Centro, para o atendimento de cada pleito.

Os novos sócios do CICB

Inscrições de firmas de vários pontos do País

Continuam a inscrever-se no quadro social do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil curtidores de vários pontos do País. Durante o mês de dezembro tivemos o prazer de registrar em nosso fichário mais as seguintes firmass

— Curtume Amazônia Ltda., de Belém, Estado do Pará. Diretor: Sr. Luiz Ertler.

— Jorge Age & Companhia, de Belém, Estado do Pará. Diretor: Sr. Jorge Abrão Age.

— Curtume Deodoro S. A., de São Paulo, Capital de São Paulo. Diretores: Srs. Benedito da Cunha Milano, Ernesto Liviero e Edmundo Pezzoni Jr.

— Emprêsa Nacional de Curtume, Ltda., de Nova Friburgo, Estado do Rio. Diretor Sr. Edmundo Weidlich.

— Huscher Irmãos Ltda., de Blumenau, Estado de Santa Catarina. Diretoress Srs. Artur Huscher, Eugenio Huscher e Leopoldo Huscher.

— Curtume Brasília, de Nova Iguaçú, Estado do Rio. Diretor: Sr. Nestor Lemos.

CAMPANHA E FOGO

MAURICIO DEJANIR HERNANDONERA
SECRETÁRIO EXECUTIVO DO CICB

Estamos divulgando, nas últimas edições do nosso Boletim, substancioso material relacionado com os defeitos apresentados ùltimamente pelo couro brasileiro, oriundos na sua maioria pelo excesso de marcas a fôgo aplicadas no gado bovino. Fizemos um estudo analítico profundo sôbre os aspectos gerais da desvalorização do couro crú e curtido nos mercados internos e externos, ocasionados pelo uso imoderado da marca de fôgo em nossos rebanhos.

Publicamos trabalhos técnicos elaborados pelos melhores classificadores de couro das emprêsas curtidoras, sempre ilustrando com fotografias os defeitos produzidos em nossa matéria prima. Os prejuízos decorrentes da falta de observância de local na marcação do boi ascendem a milhões de cruzeiros anualmente, quantia esta que se dilui entre o fazendeiro, o frigorífico ou marchante, as indústrias de curtumes e os fabricantes de artefatos de couros em geral. À medida que vão surgindo no mercado novos sucedâneos concorrentes do couro curtido, como, por exemplo, os produtos plásticos, observa-se com mais clareza a extensão e profundidade do imenso prejuízo proporcionado à economia do couro pela marcação a fôgo. Todos os produtos concorrentes são elaborados por processos eminentemente mecânicos, o que não permite ao consumidor observar as falhas de fabricação, como acontece com o couro curtido.

A marca a ferro em brasa deixa na matéria prima um sinal indelével de sua aplicação, pois mesmo com as novas técnicas dos equipamentos mais modernos da indústria de curtumes nunca se poderá fazer desaparecer do couro curtido o defeito gravado pela marcação a fôgo.

Foi feita no Brasil, há muitos anos, uma campanha de âmbito nacional visando esclarecer os nossos fazendeiros sôbre tão importante problema. Nessa oportunidade o Govêrno Federal, através do Ministério da Agricultura, baixou o Decreto-Lei n.º 1 176 de 29 de março de 1949, fixando a localização de marcas de fôgo no gado bovino. Como o Decreto 1 176 não previsse nenhuma penalidade ou multa aos criadores e fazendeiros pela sua inobservância, os resultados práticos obtidos foram de insignificantes reflexos na conjuntura do mercado.

Ùltimamente, o fenômeno vem se agravando de ano para ano, ganhando proporções assustadoras tal a incidência do número de marcas apostas nos animais, o que nos leva a concluir por uma revisão imediata do Decreto-Lei que trata da matéria. As próprias emprêsas frigoríficas, que detêm em suas mãos a exploração da industrialização da carne e sub-produtos do boi, sendo naturalmente os maiores clientes da pecuária nacional, devem sentir e arcar com grandes prejuízos financeiros no momento da venda do couro aos curtumes do País e nos mercados internacionais pelos defeitos apresentados. Uma das principais razões que concorrem para desinteressar os cur-

tumes do exterior a disputar o couro brasileiro é, exatamente, o defeito da flôr, aviltando desta forma o preço da matéria prima nacional nos grandes centros mundiais de couros. No momento de ser colocado, nesses mercados, o pequeno saldo exportável disponível, é que os frigoríficos nacionais sentem em tôda magnitude a depreciação do valor comercial do couro, se comparado ao similar de outros países exportadores. Vê-se por aí que o problema suscitado pelos defeitos da flôr de nossa matéria prima atinge a várias categorias econômicas sem incidir no maior responsável que seria, no caso, o próprio criador nacional.

Para levarmos até aos olhos e à bôlsa do nosso fazendeiro as conseqüências decorrentes da má aplicação da marca de ferro a fôgo, só uma solucão restaria, capaz de apresentar resultados práticos e objetivos e que consiste na regulamentacão do Decreto-Lei 1.176. Através desta regulamentacão poder-se-ia estabelecer as multas e sancões em que venham incorrer os nossos produtores no caso de inobservância do texto legal da Lei.

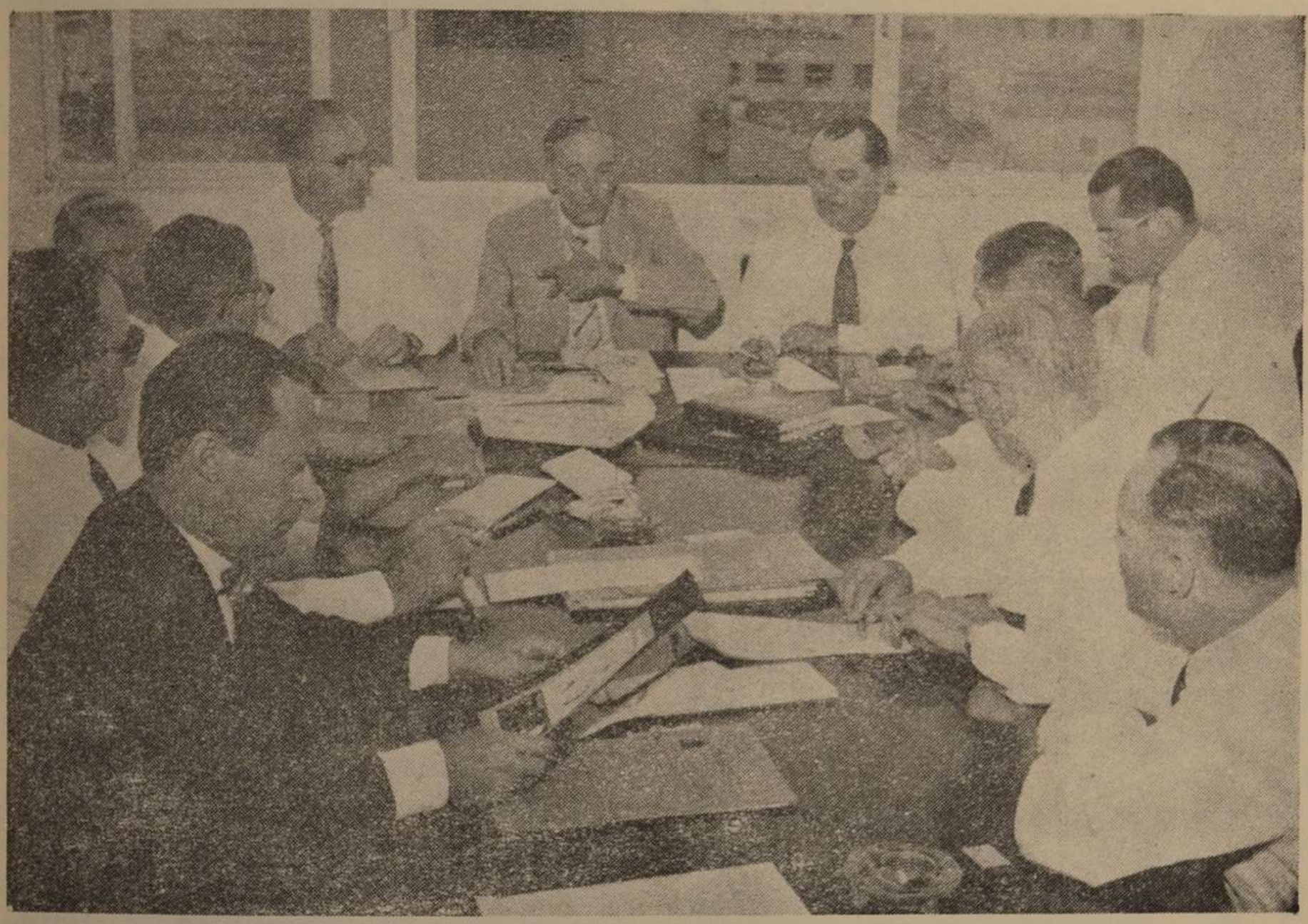
Para a equacão do problema em têrmos definitivos, tivemos a honra de contar com a presenca do ilustre Diretor do Departamento de Produção Animal do Ministério da Agricultura, Dr. Paulo Fróis da Cruz, à reunião de Diretoria desta Entidade, realizada a 18 de dezembro passado, e que tão bem conhece o problema afeto à sua direcão. Mostramos ao ilustre Diretor do D.P.A. diversos tipos de couro curtido com os defeitos naturais da marcacão e pudemos sentir a reacão daquela autoridade diante da gravidade do problema. Entendeu o Dr. Paulo Fróis da Cruz que, pela magnitude e significação do assunto, também deveríamos expô-lo ao Exmo. Sr. Ministro da Agricultura, Dr. Mário Meneghetti, a fim de que fôssem acertadas as bases de uma campanha de âmbito nacional capaz de esclarecer os produtores simultâneamente com a elaboração da regulamentação do Decreto-Lei 1.176.

No dia imediato, visitamos o ilustre titular da Pasta da Agricultura, quando então merecemos de sua Excia. plena acolhida aos pontos de vista defendidos pela Diretoria do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil sôbre o assunto. Nessa oportunidade, entendeu o Ministro da Agricultura que a solução mais viável, capaz de apresentar resultados plenamente satisfatórios, embora a longo prazo, seria a regulamentação do Decreto-Lei 1.176 precedido de uma vasta campanha de âmbito nacional desenvolvida por intermédio da Confederacão Rural Brasileira, das Federacões Rurais nos Estados e as Associacões Rurais Municipais. A campanha que se pretende iniciar será feita através da dis distribuicão de cartazes por intermédio dessas Entidades aos fazendeiros e criadores filiados a êstes órgãos. Os cartazes serão confeccionados por êste Centro, estudando-se no momento a melhor disposicão gráfica a fim de que os mesmos possam ser observados atentamente pelos fazendeiros e criadores de todo o território nacional.

A cooperação da Confederação Rural Brasileira afigura-se-nos de alto e real valor, pois ao mesmo tempo em que oficializa uma campanha de objetivos patrióticos e sentido eminentemente técnico, permitir-nos-á chegar com maior facilidade até ao produtor rural, uma vez que aquela Entidade representa o pensamento de aproximadamente 1.400 Associações Rurais Municipais.

ELEITA E EMPOSSADA A NOVA DIRETORIA DO CICB

– Tratados, na ocasião, os problemas da marcação a fogo e da campanha em prol da Sola de Couro.
– As representações presentes à assembléia geral.



Flagrante colhido na ocasião da assembléia geral

Às 14 horas do dia 21 de janeiro reuniram-se, na sede do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil, em assembléia geral, os industriáis de curtumes associados da entidade, para, de acôrdo com o disposto no Capítulo IX dos Estatutos, elegerem a Diretoria, inclusive o Conselho de Administração e o Conselho Fiscal.

Feita a convocação e precedida à votação, apurou-se o seguinte resultado:

Presidente, Paulo Zimmermann; vice-presidente, Augusto Cantúsio; 1.º secretário, Fernando da Cunha Andrade; 2.º secretário, Pedro Lósi; 1.º tesoureiro, Juan Enrique Arieta; 2.º tesoureiro, Nestor Guilherme Bier.

Conselho Administrativo: Egon Renner, Carlos Otte, Edgard de Góes Monteiro, Frederico Busato, João Mota, Joaquim Medeiros, José Pires Guerreiro, José Fasolo, Justiniano Granjo, Aires Noronha Adures,

Mário Capelo e Paulo Rotsen de Melo.

Conselho Fiscal (efetivo): Carlos Felipe Rossi, Carlos Termignoni e José Bonifácio da Silveira.

Conselho Fiscal (suplentes): Mário Rubens da Costa, André Jacobsen Júnior e Mário Abdala.

Representação Proporcional

Para a composição da Diretoria do C.I.C.B. obedeceu-se ao critério da representação proporcional, pelos Estados. Assim é que foram sufragados:

S. Paulo — Augusto Cantúsio, Pedro Lósi, Carlos Felipe Rossi, Mário Rubens de Costa e André Jacobsen Júnior.

Rio Grande do Sul — Nestor Guilherme Bier, Egon Renner, Aires Noronha Adures, Carlos Termignoni, José Bonifácio da Silveira e José Fasolo.

Pernambuco — Fernando da Cunha Andrade e Joaquim Medeiros.

Bahia — Justiniano Granjo.

Minas Gerais — Juan Enrique Arieta, Edgard de Góes Monteiro, Paulo Rotsen de Melo e Mário Abdala.

Santa Catarina — Carlos Otte.

Paraná — Frederico Busato.

Rio Grande do Norte — João Mota.

Pará — José Pires Guerreiro.

Ceará — Mário Capello.

Distrito Federal — Paulo Zimmermann.

Os que compareceram

Estiveram presentes à assembléia geral os seguintes associados:

Paulo Zimmermann, representando Justiniano Luiz dos Santos Granjo, Curtume Bragança, Salvador, Bahia: Scheffel & Cia. Ltda., Novo Hamburgo, R.G. doSul; Adures S.A. Indústria e Comércio, Pelotas, R.G. do Sul; Arthur Lange, Filhos & Cia. Ltda., Pelotas, R.G. do Sul; Curtume Júlio Hadler S.A., Pelotas, R.G. do Sul; Carlos de Almeida Guido Filho, Pelotas; Carvalho, Teixeira & Cia., Pelotas; Francisco de Paula Coutinho, Pelotas; Gomes Silva & Cia., Pelotas; Herbert Hadler & Cia., Pelotas; Irmãos Reis, Curtume Antônio Reis, Pelotas; João Thompsen & Filhos, Curtume Luz, Pelotas; Orlando Fonseca & Cia., Curtume Augusto Fonseca, Pelotas; Viúva Francisco Galvão Azevedo, Curtume Santa Fé, Pelotas; Yurgel S.A., Indústria e Comércio, Pelotas; Irmãos Chaves Ltda., Curtume Sete Lagoas, Sete Lagoas, Minas Gerais; Mombeli & Cia., Indústrias Alto Jacuí, Tapera, R.G. do Sul; S.A. Curtume Curitiba, Curitiba, Paraná; e Albano Boutin & Cia. Ltda., Curtume Glória, Curitiba, Paraná.

Juan Enrique Arieta, representando a Companhia de Curtume Riacho Fundo, Curvelo, Minas Gerais; Curtume Cearense S.A., Fortaleza Ceará; e J. Recamonde, Curtume Santo Antônio da Floresta, de Fortaleza, Ceará.

Augusto Cantúsio, representando Curtume Cantúsio S.A., de Campinas, S. Paulo; Companhia Curtidora Campineira, de Campinas, S. Paulo: e Curtume Firmino Costa S.A., de Campinas, S. Paulo.

Nestor Guilherme Bier, representando Curtume Rio dos Sinos, de S. Leopoldo, R.G. do Sul; Roberto Uebel, Filhos & Cia., Curtume Bôa Vista, Estação Portão, R.G. do Sul; e Irmãos Andrade Silveira, Curtume Cruz de Malta, de Novo Hamburgo, R.G. do Sul.

Francisco Costa Clóvis Bevilacqua, represenando Curtume Tortoriello Ltda., de São João del Rei, Minas Gerais.

Pedro Lósi, representando Curtume Bela Vista S.A., de Botucatu, S. Paulo; Curtume Paulista, de Botucatu, S. Paulo.

. *Fernando da Cunha Andrade,* representando Curtume Santa Maria Ltda., de Olinda, Pernambuco; S.A. de Curtumes do Recife, Curtume Barbalho, de Recife, Pernambuco.

Alfredo João Hadler, representando João Basso & Cia. Ltda., Curtume Santo Angelense, de Santo Ângelo, R.G. do Sul; Sociedade Industrial Curtume Araguarino S.A., Curtume Araguarino, de Araguari, Minas Gerais.

Fernando Camilo Monteiro, representando S.A. Curtume Carioca, Distrito Federal.

Helmut Dornfeld, representado H. Dornfeld & Budens, de Uberaba, Minas Gerais.

..*Roberto Zietemann* e *Manuel Roseira Campos,* representando S.A. Inca Indústria Nacional de Couros e Afins, S. Paulo, Capital.

Joaquim Ribeiro da Silva, representando Irmãos Surerus S.A., de Juiz de Fora, Minas Gerais.

Guissardo Pilati, representado Curtume Ahú Ltda., de Curitiba, Paraná.

Empossada

Por proposta da assembléia foi em seguida empossada a Diretoria eleita do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil, tendo, na oportunidade, o Sr. Presidente Paulo Zimmermann enaltecido a compreensão e o espírito de unidade reinante na classe dos curtidores.

O problema da marcação a fogo

Após a eleição e posseda nova Diretoria do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil, debateu-se, na oportunidade, o problema da marcação a fogo. O S. Presidente comentou a entrevista mantida com o Mnistro da Agricultura, em 19 de dezembro último, quando se assentou a preparação de um memorial àquela pasta no sentido de ser elaborada uma mensagem ao Sr. Presidente da República, solicitando encaminhamento, ao Congresso Nacional, de um anteprojeto de Lei regulando o uso da marca de fogo no gado bovino, tendo-se em vista a inoperância do Decreto-Lei n.º 1176, de 29 de março de 1939, que dispõe sôbre a matéria.

Assentou-se, em princípio, como ponto de partida para se levar a bom termo as medidas visadas, a realização de uma campanha de esclarecimento, de âmbito nacional, em articulação com o Ministério da Agricultura, a Confederação Rural Brasileira, as Secretarias de Agricultura dos Estados, os frigoríficos, os matadouros, as Associações Rurais nos Municípios e os curtumes nacionais. Essa campanha será concretizada através de cartazes elucidativos e farta literatura a respeito, em linguagem simples e direta, bem como por meio de exposições dos artigos de couro prejudicados pela marcação defeituosa, de modo a demonstrar, pràticamente, quanto a economia do produto pode melhorar, apenas se evitando o estrago do "croupon". As exposições agropecuárias, assim, contarão com "stands" de tal natureza e desmontáveis, a fim de serem fàcilmente remontados em diversos locais. Os "stands" serão confeccionados pelo Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil e remetidos aos diretores da entidade nos Estados de maior índice de criação de gado bovino. Os "stands", ainda, serão levados às exposições mais importantes e um representante do C.I.C.B. estará presente para pronunciar palestras aos fazendeiros, esclarecendo-os sôbre os

prejuízos causados pelo excesso da marcação.

Campanha em prol da sola de couro

Outro assunto em pauta na mesma reunião foi ventilado pelo Sr. Augusto Cantúsio, vice-presidente do C. I.C.B., sôbre a premência da campanha em prol da sola de couro nos calçados. Campanhas dessa natureza são promovidas pelos curtumes dos Estados Unidos da América do Norte e da Europa através dos seus respectivos órgãos de classe e têm como objetivo principal alertar os consumidores sôbre as vantagens oferecidas pelo couro, mormente na proteção da saúde.

Como é sabido, a indústria de plásticos invadiu o mercado de couro, sem que se fizesse qualquer disciplina de propaganda para distinção dos artigos. Mas a reação esclarecedora promovida nos Estados Unidos e na Europa resultou num êxito, favorecendo não só os produtores como consumidores dos artefatos de couro. Ali, através da referida campanha se alertaram as próprias autoridades públicas que, por exemplo na França, intervieram com legislação adequada e coibiram o uso indevido de denominações como "couro sintético" e outras, a fim de evitar confusão na preferência popular.

No Brasil, a necessidade de um movimento dos fabricantes de sola é flagrante e a iniciativa do Vice-Presidente Augusto Cantúsio foi justamente aplaudida pelos seus companheiros do Centro. Assim, a entidade, cônscia dos seus deveres, resolveu mandar preparar os "lay-outs" de matéria elucidativa a ser divulgada sobretudo em duas conhecidas revistas nacionais. Vários curtumes já hipotecaram o seus apôio e o C.I.C.B. foi incumbido de dirigir um convite a todos os fabricantes de sola para calçados a fim de que participem da campanha em defêsa dos seus legítimos interêsses e também da saúde dos consumidores.

Máquinas para Curtumes

Procurando servir aos associados do C. I. C. B. em todos os setores, divulgamos abaixo uma oportunidade comercial, de interêsse para firmas que tenham máquinas disponíveis para venda. O Curtume Brasília S. A., com escritório na Praia de Botafogo, 246, no Rio de Janeiro, deseja adquirir as seguintes unidades: máquina de dividir, largura útil 2.720mm., marcas Turner Moemus ou Badische; máquina de plonchar e satinar, com chapa de 2.000 mm por 3.000 mm; máquina de lixar oscilante, com 450mm, largura útil; máquina de descarnar, largura útil 450mm; máquina de rebaixar, largura útil 450 mm; máquina de medir; máquina de estirar, largura útil 1.800 mm. As marcas de preferência são Turner, Moemus e Badische.

Assim, os associados que dispuserem de máquinas constantes da relação acima e que as desejem vender, solicitamos o obséquio de se dirigirem diretamente ao Curtume Brasília.

CURTIDOR.
TORNE SUA CLASSE MAIS FORTE FILIANDO-SE AO
C. I. C. B.

Deficiência de Crédito

A. J. RENNER

O sr. Ministro da Fazenda, em sua recente visita a Pôrto Alegre afirmou à imprensa e, depois, aos que participaram da mesa-redonda realizada na Associação Comercial, que não há restrição de crédito para a economia do Rio Grande do Sul. Acrescentou, mesmo, que êsse crédito foi ampliado.

Considerando o todo, o sr. Ministro talvez tenha razão e isso porque os preços que servem de base para o financiamento de todos os produtos da pecuária e da agricultura foram reajustados, tendo em conta a inflação. Mas é preciso não esquecer que o Rio Grande possui também uma desenvolvida indústria, que teve da mesma forma, aumentados todos os fatores que influem no custo de sua produção, tais como matéria prima, mão de obra, impostos, etc. etc., devido à depreciação do valor aquisitivo da moeda. Entretanto, salvo raras exceções, não só não foram seus créditos reajustados como, em muitos casos, até mesmo restringidos.

Ainda admitindo que existam razões para êsse procedimento, elas não podem ser, de forma alguma, de ordem geral, o que seria um absurdo. Todavia, a indústria manufatureira não conseguiu até hoje o que foi concedido à pecuária e à agricultura — um reajustamento de seus créditos aos valores necessários para manter, pelo menos sua produção normal. E isto se torna indispensável além de outros por dois motivos que devem interessar de perto aos govêrnos: a questão social provocada pelo desemprêgo e a redução das quantias arrecadadas com os impostos de consumo e da renda, no setor federal, e de vendas mercantis, no estadual. Igualmente pode sofrer o Município, quando, como em Pôrto Alegre, baseia alguns de seus impostos no movimento econômico.

Como prova das enormes dificuldades que provocou o não reajustamento dos meios para a indústria manufatureira na atual conjuntura, citaremos alguns dados, que, há tempos, colhemos em nossa principal indústria — a do Vestuário. Esses dados mostram que houve em um ano uma redução de 20 por cento do número de operários e 30 por cento nos faturamentos. Apesar dessa grande redução de produção houve uma elevação nos débitos dos compradores de 26 por cento motivada por prorrogação e aumento de prazos que fomos obrigados a conceder em vista da crise provocada justamente pela falta de reajustamento do crédito proporcional à perda de valor da moeda. E mais ainda, o circulante, que se compõe de matéria prima até o estoque de artigos prontos, aumentou em cêrca de 50 por cento. Essas percentagens evidentemente, podem oscilar para mais ou para menos. Mas podem ser adotadas como médias sem incorrermos em exagêros.

Por tudo isso, cremos que os responsáveis pela nossa política financeira devem revisá-la, sem perda de tempo, de modo que a indústria ma-

nufatureira conte com o mesmo reajustamento concedido a outros setores da produção. E não só a indústria, também a distribuição o comércio merece igual tratamento pois êle necessita, da mesma forma, de muito mais dinheiro para poder manter seus estoques no nível costumeiro e suportar o aumento da conta de seus compradores, aumento êste provocado pelo custo superior de tudo que adquire. É precisamente por falta dêsse reajustamento que todos são obrigados a reduzir seus estoques em unidades. Portanto, no interêsse geral e do próprio govêrno deve ser encontrado um meio de atender tanto a indústria como o comércio nas suas necessidades essenciais, visando preservar o rítmo normal de suas atividades.

Durante a mesa-redonda efetuada na Associação Comercial e referindo-se a uma exposição do sr. Ministro em que afirma não ter havido restrição de crédito, o dr. Egidio Michaelsen disse com muita propriedade que, se não há restrição de crédito no sentido técnico, há, entretanto acentuada deficiência dêsse crédito. Isso, na prática, para os homens de emprêsa, é a mesmíssima cousa.

Deve-se ainda considerar, de outra parte, que a indústria tem absoluta necessidade de reequipar. Desde que a instrução 70 da SUMOC entrou em ação, pràticamente não houve, como antes permanentemente havia, uma renovação da maquinaria. E isso antes pelos elevadíssimos ágios a que se sujeitava a importação de bens de produção e depois pela deficiência do meio circulante. Devido a essa deficiência não sobra nada para o reequipamento como acabamos de provar, como não há o meio circulante suficiente para manter a produção normal. Entretanto, os estrangeiros podem importar, sem cobertura cambial tudo que querem, pagando pelo câmbio, livre, irreal, subvencionado mesmo.

É uma situação injusta, inexplicável, como tantas vêzes temos acentuado, e cujos reflexos da nossa economia já se vêm fazendo sentir.

E, por conseguinte, medida imprescindível que se dê a indústria manufatureira os recursos materiais de que necessita para manter e desenvolver a sua produção, pois assim não só estaremos consolidando nossa situação economica, num periodo difícil como êste que atravessamos como evitaremos os dois males antes apontados, o desemprêgo e a queda da renda pública, pelo menos da proveniente daqueles impostos que incidem sôbre as atividades econômicas.

Assim, se no todo talvez não tenha havido uma restrição de crédito para o Rio Grande, a verdade é que há insuficiência para a indústria e o comércio. E enquanto a pecuária e a agricultura foram favorecidas com o reajustamento que se impôs merecidamente em face da desvalorização crescente da moeda, outro tanto não aconteceu com a indústria manufatureiro e o comércio. Estes, como assinalamos em mais de uma oportunidade vivem um pequeno drama, não sabendo para quem apelar já que lhe negam os meios indispensáveis, em alguns casos, à sua própria sobrevivência. E compreende-se que não fique tranquilizada com as palavras do sr. Ministro, quando sente na própria carne as "deficiências de meios" a que aludiu, com a autoridade de banqueiro, o dr. Egídio Michaelsen.

A Alemanha prestigia a propaganda do couro

Definição de "Couro Legítimo" e uma atitude dos industriais para abrir novos horizontes

É conhecida a supremacia da indústria alemã de couros. A dedicação dos técnicos e o interêsse dos curtidores sempre imprimem maiores aprimoramentos à produção. Hoje, O CURTUME transcreve uma notícia da reunião do Conselho dos industriais Alemães de Couros, em Bad-Soden. O nosso objetivo é o demonstrar como ali é tratada a propaganda do couro, diante das transformações modernas, quando se artificializam produtos e se ameaçam mercados tradicionais.

A notícia foi divulgada com êste título: "A propaganda do couro está em bôas mãos". E a explicação dêsse título é a matéria, que a seguir se lê:

"No dia 30/10, reuniu-se o Conselho dos Industriais Alemães de Couros em Bad-Soden, para receber o relatório do presidente e do administrador e também receber propostas de melhoramentos da ação de propaganda para o ano de 1958. Sôbre os acontecimentos desta reunião, nós já falamos no último número. Estas linhas foram escritas para resumir a atividade do Conselho e dar os pontos de vista principais para atividades futuras.

Um observador sem preconceitos não saberia como criticar o trabalho do Conselho. A administração fêz um relatório tão interessante e convincente e obteve resultados tão consideráveis, que qualquer um que contribuiu para a propaganda pôde ter a convicção de que os sacrifícios relativamente pequenos foram bem aproveitados.

Êstes resultados do Conselho têm valôr ainda maior, já que foram obtidos com meios substancialmente menores do que nos anos anteriores. Nêste caso, as experiências dos anos passados facilitaram os testes para fazer as medidas de propaganda úteis.

Desta forma, o elemento pessoal e técnico juntou-se de uma forma harmoniosa para obter para o futuro resultados ainda superiores para a onte de popaganda. Nêste fato, que possibilitou obter, com recursos menores, resultados consideráveis, vemos um princípio de utilizar os fundos de propaganda maiores para o ano de 1958, na importância de meio milhão de marcos alemães, de dar ainda nêste ano resultados ainda bem mais amplos. Não temos a intenção de satisfazer-nos com os resultados obtidos. Nestas circunstâncias, a discussão do problema é de que forma se deve interessar aos desinteressados a necessidade especialmente de receber também dêles a participação na propaganda.

Estas convicções se juntaram ao problema de que forma interessar ainda aos grupos de produtores e de comerciantes que por razões diferen-

tes se omitiram no apôio financeiro. Nêste caso, tivemos que entrar em contato com as associações internacionais de negociantes de couros crús, por intermédio da Associação Internacional, especialmente com os fabricantes de extratos de acácia na África do Sul, que já contribuiram com meios financeiros substanciais durante dois anos.

Não havia dúvida de que também na República Federal a moleza encontrada, em vista do trabalho do Conselho, deveria ser eliminada. Especialmente num tempo de prosperidade, nenhum dos curtumes deveria ter o ponto de vista de que a ação do Conselho é agora dispensável, já que a situação econômica é bôa.

A culpa da falta de interêsse não é só de um ramo, mas de outro. Pràticamente, todos os ramos pecavam no caso. Assim, discutiu-se também o problema de contabilização das contribuições com certas emprêsas e carregaram essas importâncias aos compradores de couro, algumas vezes com somas muito pequenas. Mas achamos lógico que os interessados pagariam de si mesmos as despesas de propaganda. Naturalmente, faremos, como no ano de 1957, o máximo para juntar os aproveitadores da nossa propaganda, também incluindo os interessados indiretos na participação nas despesas.

Falando da forma de propaganda, estudando as disposições que deverão ser tomadas para 1958, temos que considerar, pràticamente, três setores: 1:º) trabalho com os curtumes; 2.º) trabalho com a imprensa; e 3.º) com as indústrias manufaturadoras de couros.

No ano de 1957, tivemos três ações: 1ª.) a propaganda Diapositiva; 2ª.) ação de sacos de papel; e 3ª.) serviço Matern.

Essas três ações representaram o essencial das disposições desse ano e receberam ajuda dos interessados para um financiamento de mais ou menos meio milhão de marcos. Esta importância já deveria ser compensada pelo serviço Matern.

Foi muito interessante que os membros do Conselho não se satisfizeram em receber puramente o relatório, mas se esforçaram em dar sugestões, especialmente estudando as razões psicológicas para um e outro defeito e, finalmente, fazendo outras propostas positivas.

Pensamos, então, sôbre a forma pela qual as participações de propaganda eram recebidas. Pensamos também nas propostas de melhorar o serviço dos sacos de papel de propaganda, quando se falou em utilizar sacos de celofane, em vez de papel. e se isso seria possível do ponto de vista financeiro.

Deu-se, igualmente, grande interêsse na propaganda da imprensa e anúncios nos jornais e sôbre as atividades do instituto de sapatos, bem como nas decorações das lojas.

O serviço de propaganda aumentou as atividades para definir bem a palavra "couro legítimo", em confronto com sucedâneo. Também um outro problema foi ventilado: de que forma raspas ou couro, de 2ª. qualidade poderiam ser considerados como legítimo, especialmente na propaganda das lojas. Queremos ainda informar que tivemos uma cooperação muito interessante com o Congresso Internacional dos Químicos em Roma, que deu resultado a uma cooperação firme entre a ciência e a vida prática,

Uma raça de deformados?

Quando encetamos uma campanha de esclarecimento sôbre as vantagens das solas de couro em calçados, torna-se oportuno o pequeno mas incisivo artigo do Sr. G.F. Jacoby, que a seguir reproduzimos.

Há certa preocupação da Federação Nacional de Sapatos com meninos que usam sapatos com sola de borracha ou sola de plástico. Na sua conferência anual, a entidade chamou a atenção do Conselho Nacional para que previna o público a respeito do risco que correm êsses meninos ao usar ditos calçados.

O mesmo tema foi submetido também à reunião anual da "York Boot Trades Association", onde o médico oficial de York disse que 30% da população dêsse país tinham pés defeituosos.

Procedendo a um exame dos meninos da escola em York, o médico concluiu que de 1 000 dêles 275 tinham pés planos e 280 tinham joelhos, tornozelos e outras partes deformadas. Num exame de 4 000 pessoas em Burnley, uma de cada três usava botinas ou sapatos que não calçavam bem.

Esta é, portanto, uma terrível situação. Vale dizer que os preços têm muito que ver com êsse problema.

As mães compram para seus filhos sapatos sem levar em conta a qualidade e a durabilidade dos mesmos e do material, mas sim se o calçado é barato e vistoso. Elas não usariam um par de óculos se não foram receitados especialmente, nem tãopouco permitiram estragarem os seus dentes. quem esquecidos?

O Ministro da Saúde não encontrou explicação científica para justificar a proibição de sapatinhos de sola de borracha, mas um jornalista da "Shoe and Allied Trades Research Association" em 1954 acentuou que era realmente evidente que os sapatinhos de borracha tinham um efeito contrário, comparado com os de solas de couro.

Êste estado de coisas exige uma campanha publicitária, para fazer claros tais perigos, antes que nos convertamos numa raça de deformados.

(Traduzido de "The Leather Trades Review" para "Boletín de la Câmara Gremial de Curtidores" de Buenos Aires, e dêste para O CURTUME)

mesmo no setor da propaganda de couros.

Em tudo isso, as perspectivas para o futuro são muito interessantes, notadamente na forma e direção da propaganda de couros.

Para terminar êste tema, queremos ainda frisar que uma propaganda mais firme no comércio de couros, especialmente entre sapateiros nas províncias, seria proveitosa. Primeiro, porque nestes setores a propaganda está muito relaxada; segundo, porque os meios para êsses fins eram reduzidos. Para isso, seria necessário que os produtores de couro, que são menos afetados com os sucedâneos também se juntassem com tôda a fôrça de contribuição dos meios de propaganda. Desta forma, seria de grande interêsse considerar como a propaganda deveria ser utilizada, não só para os assuntos diretos, mas, também, para finalidades indiretas em favor de todos.

Fabricam Couro Lavável

As indústrias de couros não deixam de esforçar-se para alcançar novos padrões, conquistar melhorias, oferecer novidades, enfim, que correspondam às exigências cada vez maiores dos consumidores. Uma notícia divulgada por "El Universal", do México, sob o título acima, dá-nos conta dêsse esfôrço. Reproduzimo-la, pois, considerando o seu alto merecimento.

"Nos últimos dez anos, os industriais têm sonhado com um couro para luvas que possa ser lavado na lavanderia particular, sem perder côr, forma e suavidade. Agora que as luvas de couro lavável e peças de vestir passam a aparecer nas lojas, a revista "Chemical Week" informa que há provas de que não se tem sonhado em vão.

O couro lavável, que se tornou possível devido às novas técnicas de tingir e curtimento, deve significar uma ajuda ao decaído — embora forte — mercado de luvas de couro, cujas transações alcançam os 50 milhões de dólares anuais. E êle, por sua vez, deverá ter um profundo efeito na indústria química que vende, provàvelmente, 0 1,5 milhões dos seus produtos aos fabricantes de luvas de couro.

Dois em um

Dois grupos têm estado fazendo independentemente grandes avanços no desenvolvimento do couro lavável: a Washable Leathe Research Corp. (Gloversville, N. Y.), uma organização auspiciada pelos curtidores, e a General Anilini & Film Corporation (Nova York).

Precisamente nesta semana, WLRC informou que havia conseguido obter, pela primeira vez, em forma comercial, um couro branco lavável. Anunciam que agora têm produtos laváveis na gama completa de côres. A GAF, por sua parte, tem estado fazendo um progresso comparável, ainda quando toma uma relação diferente.

Ademais, informa-se que a GAF tem descoberto técnicas de fazer um couro que possa ser limpado a sêco. E tanto o grupo dos curtidores como a companhia química estão ocupados, investigando os métodos para fazer um couro que possa ser lavado e limpado a sêco. Êsse projeto, diga-se de passagem, é objeto de grande atenção por parte da indústria de roupas.

Corantes ligados

O Sr. Gerald Snyder, chefe de investigação na WLRC, tem trabalhado intensamente em couros laváveis desde que se organizou a companhia, faz três anos. A êsse respeito, tem experimentado corantes (que incluem os tipos usuais diretos de súlfuros e naftoles), assim como muitas variedades de tinturas. Finalmente se resolveu por processo que utiliza corantes ao enxofre; e seu método, de acôrdo com uma patente que solicitou, é apropriado para couros de grão (cabritos, ovelhas do Cabo e camurças).

Sustenta-se que o processo Snyder liga e fixa os corantes e os bânhos "fat liquor" (que emprestam suavidade ao couro) na fibra. No caso dos couros para luvas curtidos em

forma corrente, os corantes e os banhos "fat liquor" se depositam na superfície e são lavados numa solução de sabão.

Manifesta Snyder que, uma vez que se fixa o processo, se obtêm resultados fàcilmente reproduzíveis. Mas admite que o fixá-lo é de certo modo complicado, pois são necessárias proprorções precisas e contrôle estrito. Eis aqui por que: No curtido comum, o pH se mantém debaixo de 7. Isso é devido a que o cromo complexo se faz solúvel em pH mais altos e é lavado. E o cromo complexo é a chave para tôda a operação do curtido; é o que dá ao couro suas propriedades características.

Mas os corantes a enxofre podem ser aplicados sòmente a pH mais altos. O encontrar como manter o cromo complexo insolúvel a um pH superior a 7 é o segrêdo de Snyder. Êle informa que o couro de seu proceso é tão forte como o feito pelos métodos correntes de curtido. E isso é notável, pôsto que o pH relativamente alto é uma condição mais severa para o couro. Não pode deixar-se no banho de tintura demasiado tempo, pois perderá sua fôrça. Entretanto, o trabalho não pode apressar-se ou a tintura será desigual. (No processo comum, um corante desigual pode ser lavado e voltar-se a tingir o material. Mas isto, por suposto, não tem relação com os corantes ao enxofre insolúvel de Snyder).

Ligação com o couro

Todavia, não se compreende muito da química da reação. Não obstante, Snyder teoriza que o corante se une a grupos amino e carboxi na fibra, convertendo-se em parte do couro.

Diz-se que os banhos de graxa são igualmente ligados na sua respectiva posição, proporcionando uma lubrificação permanente do couro. Embora Snyder tãopouco divulgará o segrêdo dessa fase do processo, uma conjectura é que o Quilon de Su Ront figura nêste processo. A teoria é de que o Quilon, descrito como um estearato de cloro crômico, une-se quìmicamente com o colágeno (a proteína no couro), formando uma união permanente e insolúvel.

Qualquer que seja o método de Snyder, aparentemente mancha. Êle diz que alguns couros têm passado por 50 lavagens sem nenhuma perda de suavidade.

Uma desvantagem dos corantes de enxofre é que não permitem matizes brilhantes, especialmente vermelhos. Snyder se encontra agora investigando êste problema.

Fixação do Pigmento

O Dr. Stanley Kirk, da General Anilina, tem experimentado por vários anos com corantes para couros, laváveis e resistentes aos dissolventes. Atualmente, êle realiza grande parte de seu trabalho em corantes naftoles de tipo pigmento para couros laváveis. O objetivo é estruturar o tamanho da partícula de pigmento a um ponto em que a água de sabão não o afete. A Kirk agradam os naftoles devido a que têm o brilho que falta aos súlfuros. Mas êles também são difíceis de aplicar e não dão com facilidade bons azuis ou verdes.

Para os couros resistentes aos solventes (usados nas roupas que em geral se limpam a sêco), Kirk tem encontrado efetivo o Fenafix LT da GAF, que fixa certos tipos de corantes cromo dirétos no couro. Fenafix LT, um agente de seqüestração, se descreve como agente fixador líquido, catiônico, resinoso. A teoria é de que os grupos sulfônicos do corante

estão ligados e feitos sólidos aos solventes pelo agente fixador. A desvantagem é que nem todos os matizes podem ser produzidos por êste método.

Embora o Dr. Kirk se esteja concentrando nas duas técnicas mencionadas, também está realizando trabalhos com corantes (tina leuxo e corantes ao enxofre).

Pergunte-se ao Comprador

A WLRC iniciou suas operações quando um grupo de curtidores contratou os serviços de uma firma investigadora de mercados para averiguar por que haviam descido tão drásticamente as vendas de luvas de couro. Eis aqui a resposta: os compradores desejavam algo lavável.

De modo que os curtidores formaram uma subsidiária para investigar — WLRC — e contrataram a Snyder (que então se encontrava na Universidade de Cincinnati) para que realizasse o trabalho fundamental de investigação na Universidade. Êsse trabalho foi seguido por uma planta pilôto e produção nos curtumes de Gloversville. Ao findar 1954, as provas indicaram que comercialmente se podia fazer um couro lavável. Isso deu lugar à transferência dos laboratórios para Gloversville.

Além da investigação, WLRC prova e certifica cada grupo de couros laváveis feitos mediante tal processo. Os couros laváveis certificados levam a marca registrada da companhia: Launder Lehher (couro lavável).

Trabalhos futuros

Tanto Snyder como Kirk admitem que há bastante trabalho pela frente neste campo relativamente novo da tintura. No momento, estão muito ocupados mudando suas idéias do laboratório para o curtume. Mas terão bastante apôio pelos seus esfôrços, a julgar pelo entusiasmo que seus trabalhos têm despertado."

CURTUMES MOBILIZAM-SE EM ENTIDADES DE CLASSE

Em 30 de dezembro último, reuniram-se na sede do Centro das Indústrias de Pelotas, no Rio Grande do Sul, curtidores que então fundaram a Associação Profissional das Indústrias de Curtumes e Artefatos de Couro. Da sessão participou o secretário executivo do Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil, Sr. Maurício Dejanir Hernandorena, que fêz, na oportunidade, uma exposição sôbre a conveniência de se consolidar, naquele importante parque de Artefatos de Couro de Pelotas conta com os Srs. Aires Noronha Adures na presidência, Hugo Regulli na secretaria e Appio Thonpsen na tesouraria.

A sessão foi grandemente concorrida, o que patenteou o interêsse geral pela organização da entidade fadada a ser a primeira de categoria sindical, em Pelotas, já se tendo encaminhado o necessário pedido de registro à Delegacia Regional do Trabalho.

A diretoria da Associação Profissional da Indústria de Curtumes e

PREÇOS PARA IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS

EXTRATO DE QUEBRACHO

	Dólares convênio	
Solúvel a frio, FOB-Buenos Aires.....	Arg $ 205	p/tonelada
Idem, CIF-Buenos Aires	Arg $ 230	"
Solúvel a quente, CIF-Buenos Aires ...	Arg $ 185	"
Idem, CIF-Buenos Aires	Arg $ 210	"

BICROMATO DE SÓDIO

CIF-Japão	Jap $ 295	p/tonelada
CIF-Polônia	Pol $ 300	"
CIF-Alemanha, USA, Inglaterra	$ 315	"

OUTROS PRODUTOS

Sulfito de sódio anidro	Acl $126 — CIF	p/tonelada
Dióxido de titânio italiano	$500 — CIF	"
Idem, idem, alemão	$495 — CIF	"

PREÇOS NACIONAIS

Extrato de Acácia solúvel ...	Cr$ 21,00	p/k, p/P.	Alegre
Extrato de quebracho	Cr$ 19,50	" p/,P.	Murtinho
Hipossulfito de sódio	Cr$ 9,50	" p/,S.	Paulo
Sulfato de sódio	Cr$ 5,00	" p/,S.	Paulo
Ácido fórmico 90%	Cr$ 25,00	" p/,Rio	Claro

raria. São êles tradicionais figuras da indústria pelotense, tendo o Sr. Aires Noronha Adures, por largo tempo, comandado, com segurança e êxito, os destinos da Associação Comercial de Pelotas, o que o reafirmou como líder na Zona Sul do seu Estado.

A iniciativa dos curtidores pelotenses sugere aos demais colegas de todo o País a aglutinação, também nas suas regiões, em órgãos de caráter sindical, de modo a fortalecerem a defêsa dos seus interêsses e ficarem aptos, através dêles, a melhor tratar de problemas comuns com a classe dos trabalhadores, os quais já se acham arregimentados.

Marcação correta dos animais

O problema da marcação do gado vem sendo um dos que mais preocupação tem causado aos curtidores. É que a marcação defeituosa prejudica grandemente a matéria prima, o que quer dizer, prejudica também o criador, que, assim, tem reduzida a cotação do seu produto. Um dos que batalham pela solução do assunto, particularmente, é o Sr. Iron Pereira de Araújo e Silva, através de valiosos artigos esclarecedores. Hoje reproduzimos mais uma peça da sua lavra, estampada no "Correio da Manhã", de 8 de dezembro de 1956.

O trabalho de marcação, seja qual fôr o gado, vem de há muito tempo. Visa identificar os animais de uma propiredade e até para distingulí-los por grupos ou individualmente. Neste último caso, facilitam-se os contrôles, sejam de doenças, ou no que respeita à genética.

A preferência pela marcação a fogo reside na facilidade, tanto do trabalho de ferrar, como no de recohecer a rês, à distância.

Acontece, porém, que no Brasil, grande parte dos criadores ainda marca seu gado erradamente, desvalorizando o couro, pelo simples fato de marcá-lo em lugar impróprio.

Para evitá-lo, há leis que regulam a marcação correta dos animais, instruindo o seguinte: a) As marcas serão feitas na cara, pescoço, junto à inserção da cauda e nas partes inferiores e externas das pernas; b) as marcas não podem ultrapassar o tamanho que caiba em um círculo de 11 centímetros de diâmetro. Em caso de inobservância dessas regras, o criador ficará sujeito a multas.

Em geral, e muito erradamente, o criador não se preocupa com a correta marcação, porque vende os animais a intermediários que os levam vivos em "boiadas". Poderia êste mesmo criador obter melhor preço para seus animais se êstes fôssem marcados tendo-se em mira distinguí-los, porém, visando explorar a valorização do couro.

Já se observou que as melhores fontes de couros superiores são as charqueadas. Isto se deve ao fato dos charqueadores terem sentido a vantagem do bom prêço de um dos seus principais derivados — o couro. Nestas emprêsas, o objetivo não é sòmente a venda da "carne sêca", mas, também, de outros produtos, tais como os ossos e chifres e, sobretudo, o couro, que é uma das bôas fontes de renda, pois que os curtumes pagam melhor, quando encontram couros perfeitos.

Assim como o charqueador lucra com a valorização desta matéria-prima, qualquer criador que queira melhorar sua técnica e, sobretudo, os seus negócios, também, poderá tirar partido das providências que tomar para melhorar o couro dos seus animais.

A PERFEITA MARCAÇÃO A FOGO

Além do local preferido para correta marcação, considerando-se a integridade da parte aproveitada do couro sem prejudicar a visibidade ao longe, há ainda o que levar em consideração o tamanho da marca e a "legibilidade" do "ferro".

RESENHA DO MERCADO DE COUROS

U.S.A. — O mercado nos EE.UU. manteve-se calmo durante dezembro e os preços para "Heavy Native" Steers" foram cotados entre 9 e 9½ cents por libra. No início de janeiro o mercado começou a firmar-se e as cotações do dia 10 estão entre 9½ e 10 cents para êste tipo de couro.

Tudo está indicando que o ano de 1957 apresenta um novo "record" nas exportações. As vendas para ultramar atingiram, até novembro, cêrca de 6.000.000 de couros grandes e 3.000.000 de "calf and kips" contra 4.500.000 e 2.600,000, respectivamente, em 1956. O preço baixo e a bôa qualidade que causou a pronta aceitação no mercado do exterior foram algumas das razões para êste acontecimento.

ARGENTINA — O mercado na Argentina, depois da venda voluptuosa para os países da Cortina de Ferro no mês de novembro, esteve calmo na 1.ª quinzena de dezembro e só começou a firmar-se no fim do mês até meados de janeiro, quando na bolsa de Liverpool" heavy ox" foi cotado a 15-7/8 d. por libra contra 15½ d. por libra no mês de dezembro.

O mercado doméstico em janeiro foi um tanto mais ativo, com preços subindo ligeiramente, refletindo os rumores que os aforos para exportação serão modificados favorecendo os tipos superiores de couros.

Circulam rumores de que o pêso Argentino será desvalorizado e que o mercado deve voltar para o sistema de câmbio livre. Êsses boatos foram desmentidos pelo Govêrno e em vista da grande diferença entre 37 pêsos por dólar no mercado livre contra 18 pêsos do dólar oficial, esta medida não pode ser adotada sem ter grandes repercussões na economia e na política.

URUGUAI — Devido à greve quase não houve matanças no mês de dezembro nos frigoríficos e a situação do mercado foi inalterada. Uma pequena venda de 3.500 couros foi efetuada para a Espanha. Nota-se que o frigorífico pertencente à companhia Armour fechou completamente devido às inúmeras greves no País e às dificuldades de comprar gado para o abate a preços compensadores.

MERCADO BRASILEIRO — Não houve alterações no mercado de couros em dezembro e os preços dos couros dos frigoríficos paulistanos mantiveram-se na base anterior. Só poucas vendas foram efetuadas para o mercado interno e os estoques dos frigoríficos estão aumentando novamente em vista dos cortumes locais preferirem abastecer-se na maioria de outras fontes que estão cotando preços bastante mais acessíveis.

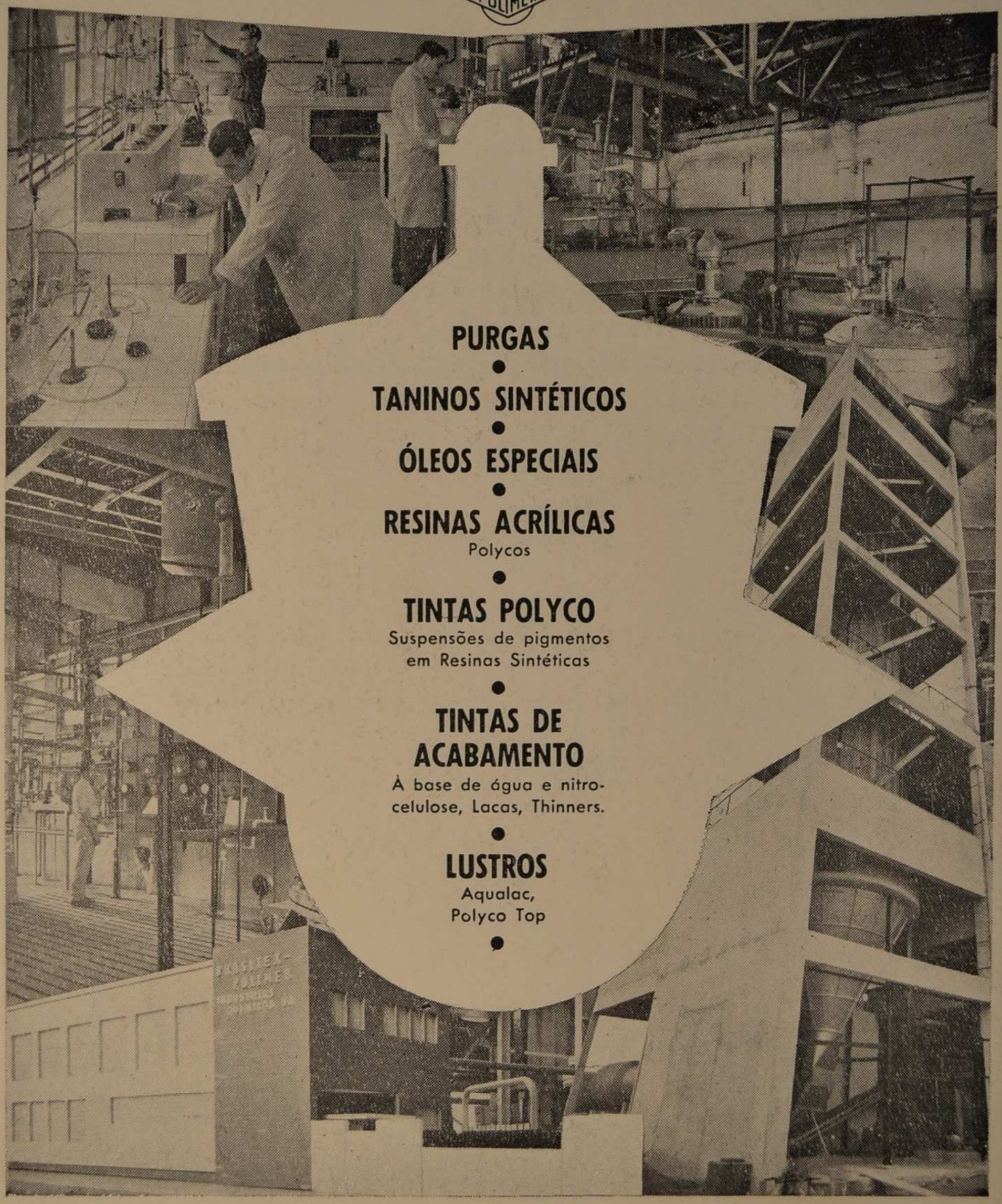
Tanto o Norte como o Sul não mostraram alterações.

BRASITEX · POLIMER

INDÚSTRIAS QUÍMICAS SA

Rua Marconi, 124 - 4.º and.
Fone 37-7195 - Teleg.: SABRASITEX
C. Postal, 8108 - São Paulo

Fábricas: Rua Baraldi, 390-414
Rua São Jorge, 230
São Caetano do Sul



Lito-Tipo Guanabara S. A.