

EMBARQUES

de couro apresentam recuo

De janeiro a maio, exportações chegaram a 60 milhões de metros quadrados



Nos cinco primeiros meses do ano, os curtumes brasileiros exportaram 60,2 milhões de metros quadrados de couro, totalizando US\$ 551,8 milhões.

Em relação ao mesmo período de 2021, o resultado corresponde a quedas de 21,9% em área e de 1,6% em valor. Os dados são da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do Ministério da Economia e foram compilados pelo Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB).

Entre janeiro e maio, o presidente-executivo do CICB, José Fernando Bello, observa que as exportações de couros do Brasil apresentam leve tendência de queda em valores no comparativo com o mesmo período do ano passado, e decréscimo quando observada a metragem quadrada. “Trata-se de uma movimentação difundida, verificada em vários países com relevância no setor, com influência da situação ocorrida pontualmente neste ano com a China (nosso principal mercado) no que tange à pandemia, além das questões que a indústria mundial vem enfrentando devido ao conflito entre Rússia e Ucrânia”, aponta o dirigente.

A China foi o principal mercado internacional para o couro nos cinco primeiros meses do ano. No período, os chineses importaram 19 milhões de metros quadrados (32,9% da área total exportada), que somam US\$ 133 milhões (24,1% do valor total das exportações brasileiras de couro).

O Curtume AP Müller (Portão/RS), que exporta a totalidade de sua produção de couros curtidos

ao vegetal para o segmento de artefatos em geral, registrou estabilidade nos embarques no período de janeiro a maio. “Com exceção da China – por conta das questões de lockdown –, os demais mercados internacionais responderam de forma positiva e bastante razoável, com posicionamento de mercado bom e crescimento nas vendas”, analisa o diretor da empresa, Cezar Müller. Segundo ele, o conflito na Ucrânia somado a outras questões políticas e econômicas trouxeram instabilidade para o mercado, especialmente, a partir de maio.

OPORTUNIDADES PARA O COURO BRASILEIRO

O executivo do CICB salienta que a entidade está atenta ao que acontece no mercado externo e também em relação às oportunidades para o couro brasileiro. “É preciso que todas as empresas do setor tenham parceiros, ferramentas e invistam em comunicação e marketing, de modo que o couro possa ser valorizado como o material de grande qualidade, sustentabilidade e durabilidade que é. A mensagem com nossos atributos precisa chegar a mais públicos, como clientes finais, influenciadores, novas indústrias e outros. Esse posicionamento tem o potencial de apoiar o trabalho dos curtumes não só no Brasil, mas em todo o mundo”, sustenta Bello.