

Política de Café no Oriente

O Sr. Plínio Cavalcanti de Albuquerque, diretor do Departamento de Café da S. R. B., permaneceu por algum tempo no Oriente Próximo e Médio, onde fora incumbido da instalação do entreposto de café de Beirute. Sobre essa organização, elaborou longo e documentado relatório cuja publicação damos a seguir:

I — OBSERVAÇÕES GERAIS

Destina-se o entreposto de café de Beirute a servir aos países do Próximo e Médio Oriente. Sua finalidade, como muito bem acentuou o Grupo de Trabalho, constituído pelo Exm.^o Sr. Presidente da República para estudo e sugestões sobre o assunto, consiste na execução de uma política de café para preservações de mercados já existentes, recuperação de mercados quase inteiramente perdidos e, finalmente, criação de novos mercados.

A área tributária é grande, abrangendo, além do mundo árabe, países como Turquia e o Iran (Pérsia). A inclusão do mundo árabe, elimina automaticamente Israel da zona de influência do entreposto. Os países árabes, em sua totalidade, sabotam com rigor qualquer transação ou empresa que, se ligue ao novo Estado israelita.

A capacidade de consumo das nações de toda essa vasta região, conceituada a maioria delas como merca-

dos novos dentro do instrumento do acordo internacional do café, foi levantada pelo IBC, em documento oficial. Os dados estatísticos, no entanto, não são precisos, embora tenhamos tido o cuidado, nas pesquisas de mercado realizadas, de retificá-los na medida do possível.

El-los, limitados aos anos de 1960:	
Libano	70.358 sacas
Síria	35.300 "
Egito	93.000 "
Turquia	30.000 "
Iraque	15.000 "
Jordânia	18.000 "
Iran (considerado o café contrabandeado)	16.000 "
Arábia Saudita e demais emiratos do Golfo Pérsico (Kuwait, Bahrein, Qatar, Oman e Muscat)	9.800 "

TOTAL 287.458 sacas

Brasil	39.981 sacas
África (Robusta)	9.625 "
Abissínia	1.413 "
Ecuador	526 "

TOTAL ... 51.545 sacas

E ainda tempo de mantermos esse importante mercado e o melhor sistema para esse fim é o da ativação de vendas através de preços competitivos, que constitui o princípio cardinal do entreposto.

Embora seja relativamente baixo o atual nível de consumo na região de cerca, como vimos, de meio milhão de sacas, o que nos anima e plenamente justifica a execução de uma política de venda agressiva é a capacidade de ampliação desse consumo. E muito grande e inspira a convicção de uma duplicação a curto prazo, do volume do café importado.

O árabe é bebedor de café. O hábito do café é, entre esse povo, multisséculo. O Ocidente conheceu a bebida, no século XVII, por intermédio das invasões turcas.

E famoso o estilo de venda do café, entre os povos árabes, venda dissimulada na massa popular, fácil e tipicamente barulhenta. Por outro lado, a hospitalidade árabe, das camadas socialmente mais baixas às mais elevadas, se traduz, de início e indefectivelmente, no oferecimento de um copo de água a preceder uma xícara de café, geralmente "à moda turca".

O uso é difundido, mas o processo conservador do preparo e, sobretudo, o processo primitivo da aquisição do café têm constituído a explicação mais aceitável do estacionamento do consumo em níveis relativamente baixos.

O árabe, bem como o turco e o grego, dão preferência à compra do café em grão. Torram em casa e o moem dentro de um primitivismo pitoresco, ainda mantido em populações interioresanas de muitos países. Moem dentro de um receptáculo de metal, parecido com o nosso pequeno pilão, dentro de um ritmo harmonioso que chegou, em outros tempos, a ser ritual e com características tribais.

A principal função do entreposto deve ser, a nosso ver, a constituição da indústria de torrefação em todo Oriente Próximo e Médio. Através dessa organização, de início nos principais centros urbanos, cria-se, o comércio de distribuição do café o que representa mobilização de capitais, de trabalho e sobretudo de empreendedores. Quando nos referimos a necessidade dessa organização, não lembramos, de forma alguma, o interesse de qualquer participação direta. A política do entreposto deve se orientar no sentido da abstenção à participação direta no comércio de distribuição do café. Consiste, sim, na criação de estímulos para animar o parti-

lembramos a conveniência da inclusão da Grécia e de Chipre na área tributária do entreposto de Beirute, dada a proximidade desses países àquele entreposto e, sobretudo, à imperiosa necessidade da ativação de uma política de venda do café brasileiro, de caráter competitivo, nessa região.

O consumo da Grécia e de Chipre atingiu em 1960 a cerca de 139.000 sacas. O entreposto de Beirute, passaria, com essa inclusão, a servir a um conjunto de países com uma capacidade de consumo já existente de cerca de meio milhão de sacas.

Contra a inclusão da Grécia, na zona tributária do entreposto de Beirute, se levanta, como argumento, a existência de um acordo de comércio e de pagamento entre aquele país e o Brasil.

Devemos acentuar que se trata de um acordo provisório, concluído em 30-7-1960, de duração de 6 meses, prorrogado até 30-1-1962. A tendência é para a denúncia desse acordo. De resto, praticamente o comércio do café não tem sido por ele regulado. A exiguidade do crédito rotativo recíproco, de apenas 500.000 dólares, naturalmente exclui desse acordo, as operações de café que atingem a cifras bem mais vultosas.

O mercado grego de café foi sempre brasileiro. Ultimamente, entretanto, e o mesmo fenômeno se observa nos mercados do Oriente Próximo e Médio, tem havido penetração substancial dos nossos concorrentes. O movimento comercial no corrente ano, de janeiro a julho inclusive, denuncia um processo muito rápido de abastardamento do café brasileiro que, de um predomínio praticamente total do mercado grego, caiu para pouco mais de 50 por cento. Num total de 51.545 sacas importadas de janeiro a julho, observou-se a seguinte decomposição por origem de fornecimen-



LEIA, ASSINE E DIVULGUE A REVISTA:

« A RURAL »

Assinatura Anual: Cr\$ 600,00