

Os Grandes Consumidores Compram Primeiro os Cafés de Boa Bebida e Bom Aspecto

Os tipos inferiores relegados sempre a uma posição secundária — O Brasil em condições excepcionais para produzir excelente café em quantidade insuperável — Apenas uma lição nos podem dar: nossos concorrentes tímbram em apresentar um produto de boa qualidade — O que se depreende da análise de um documento

Os mercados tradicionais estão bebendo mais café e novos centros de consumo estão sendo conquistados. As estatísticas revelam aumento no consumo mundial de café e os especialistas denunciam a existência de uma nítida e promissora tendência para o incremento do consumo cafeeiro, fato esse realmente auspicioso.

A observação dos dados estatísticos mostra que os nossos concorrentes estão extraindo melhores resultados nessa elevação do consumo, não apenas com uma entrega de volumes cada vez mais altos, como na obtenção de preços mais remuneradores.

Tal fato se deve à qualidade do produto que oferecem aos grandes mercados consumidores. Isso se deve aos cuidados que o precioso fruto lhes merece, ao esmero que dedicam ao cultivo, à colheita e ao preparo do café, o que lhes possibilita a apresentação de grandes quantidades de cafés de fina bebida aos principais centros compradores.

O QUE SE COMPRA PRIMEIRO

Preferindo, como realmente preferem, os grandes consumidores, os cafés de boa bebida e de bom aspecto, buscam êles em primeiro lugar o produto que mais lhes agrada, ficando, conseqüentemente, os tipos inferiores relegados a uma situação secundária que cada dia mais se acentua.

O que está referido acima não se observa apenas em ocasiões em que a oferta é muito superior à procura. Consta-se em períodos de equilíbrio estatístico, como o que atravessamos, em que o consumidor primeiro canaliza seus pedidos aos fornecedores de cafés de qualidade, cogitando depois de suprir as faltas com o produto de reputação inferior.

É, aliás, a lei natural e que prevalece em relação a todos os demais produtos, sejam agrícolas, sejam industriais, assumindo caráter tão nítido e inflexível no domínio da economia cafeeira.

Como conseqüência desse fato, basta que citeamos o exemplo do passado, quando, em determinada época, alimentamos monumentais floreas com dezenas de milhões de sacas de café, enquanto que os nossos concorrentes vendiam integralmente suas safras e mais os excessos que porventura se verificassem.

Prova evidente de que quem manda é a qualidade reside no fato de nossos concorrentes produtores de cafés finos jamais cansarem de produzir safras cada vez maiores, sem nunca terem seus excessos relidos, pelo contrário, até todos inteiramente absorvidos pelo consumo e a bons preços.

HÁ SEMPRE PROCURA PARA O BOM CAFÉ

Os produtores de cafés finos quando sofrem revés por ocasionais e surpreendentes medidas de proteção em mercados que têm interesse em amparar produtos coloniais, não encontrar outros mercados sempre ávidos de um produto superior. Os bons cafés sempre conseguiram ofertas plenamente satisfatórias e podemos assegurar que as perspectivas futuras não alterarão esse proceder verificado tão expressivamente no passado.

A exposição acima é para concluir que o comércio cafeeiro dá franca preferência aos produtos de fina qualidade.

Por isso mesmo é que o governo federal, através do Instituto Brasileiro do Café, os órgãos especializados estaduais e todos os setores da divulgação, vem insistindo na tática da necessidade da produção, em grandes quantidades, de cafés de bebida fina, ao mesmo tempo que aponta os processos racionais indicados pela técnica, para a obtenção de um bom produto.

Já não pode padecer dúvidas a afirmativa de que todos os lavradores se devem esforçar no sentido de obter cafés finos, que se distingam pela isenção de defeitos, pela boa seca, pela boa torração, boa bebida e rendimento em xcaras.

ATENTOS À CAMPANHA BRASILEIRA

Despachos enviados dos Estados Unidos através de agências telegráficas internacionais dão conta do interesse com que os americanos, quer das classes comerciais, quer da indústria, estão acompanhando o nosso esforço, no sentido de apresentarmos aos mercados consumidores maiores quantidades de cafés de qualidade superior.

Consignamos os despachos aludidos extensa exposição sobre a situação do Brasil no que diz respeito a esse produto e transmitemos tópicos de órgãos especializados — jornais e revistas dedicados a assuntos econômicos — em que se reflete, particularmente, o interesse existente nos Estados Unidos sobre a perspectiva da campanha, movida no Brasil, em favor da produção de cafés de tipo superior, bem como sobre a atenção cada vez maior dada pelos produtores às necessidades dos consumidores.

Em um artigo intitulado «Quality Coffee», um industrial norte-americano, demonstrando altos conhecimentos em assuntos cafeeiros, depois de minuciosa análise sobre o problema dos tipos, das qualidades e dos negócios do café, afirmar que a procura dos cafés finos mantém inalterada progressão, o mesmo não se verificando com os tipos inferiores, periodicamente sujeitos às depressões e oscilações que tanto prejudicam a lavoura cafeeira.

Na verdade, pelo que se observa, tanto os americanos como os demais povos consumidores, cada vez mais exigentes se tornam quanto à qualidade do produto. A prova mais evidente desse fato reside na circunstância de que, fornecedores de 80% do café consumido pelo mundo, hoje não vamos muito além de 40 por cento. Quer isso dizer que os outros produtores já conquistaram quase 60 por cento do consumo mundial.

EXCEPCIONAIS CONDIÇÕES DO BRASIL

Enquanto assistimos aos outros cafeicultores de cafés de qualida-