

plantação), em escala de preferências, para a radicação do café nas regiões de boa bebida; (6) da eliminação do "espurgo" em proporções não inferiores a 10% do total da safra. Cap. IV, 46.

44 — O preço interno não se forma sob os estímulos de um comércio livre. O monopólio de compra das letras de exportação, a taxas de conversão arbitrariamente fixadas, rompe a natural interdependência entre os preços do mercado externo e interno. Cap. V, 47.

45 — O regime do artificialismo nos preços, por efeito do artificialismo do câmbio, vem prejudicando sensivelmente a lavoura que se sente e, com razões, confiscada em sua renda. Cap. V, 48.

46 — Processa-se muito rapidamente a deterioração, com desvantagem para o café, da relação de troca desse produto com os bens de uso indispensável para a melhoria técnica da exploração cafeeira. Cap. V, 50.

47 — O reajustamento do dólar-café, para a próxima safra, deverá se processar em condições bem favoráveis, pois haverá abundância de recursos não inflacionários, produzidos pelo próprio café, e que não poderão mais ser desviados para beneficiar grupos econômicos que lhe são estranhos. Cap. V, 56.

48 — A afirmação do caráter inflacionário do financiamento da política de defesa do café tem fundamento. Cap. VI, 61.

49 — A lavoura em geral, e particularmente a do café, não é a causa, mas a principal vítima da inflação. Cap. VI, 61.

50 — Dispõe o governo de recursos não inflacionários mais que suficientes para financiar a política oficial de compra dos cafés excedentes. Cap. VI, 66.

51 — Embora constitua um dos maiores comércios internacionais é o café uma mercadoria quase sem propaganda. Cap. VII, 85.

52 — A propaganda do café, a grosso modo, se desenvolve ou através de programas de propaganda coletiva ou mediante propaganda puramente comercial, de caráter privado. Cap. III, 69.

53 — A propaganda comercial disputa preferências dentro do círculo já existente de consumidores. Não objetiva a formação de novos clientes, sendo por isso considerada como fator secundário para alargamento do mercado consumidor do café. Cap. VII, 70.

54 — Observa-se, na evolução do consumo norte-americano do café, ritmo mais acelerado das importações, a partir de 1938, em coincidência com o início da propaganda em favor do consumo geral do café desenvolvida pelo Bureau Pan-Americano do Café. Cap. VII, 71.

55 — Na realidade, existe superprodução de café, desde que consideremos o termo "superprodução" como relação direta entre produção e consumo efetivo.

Encaradas, todavia, as grandes possibilidades de alargamento dos mercados consumidores e a existência de numerosos mercados potenciais, pode-se passar do conceito de "superprodução" para o de "subconsumo". Cap. VII, 74.

56 — Não há, mesmo nos países de maiores índices "per capita" de importação, qualquer saturação do consumo de café. Cap. VII, 76.

57 — Toda propaganda genérica beneficia mais diretamente o produtor que apresenta o tipo preferencial de café no mercado. Cap. VII, 84.

58 — A idéia da criação de escritórios do I.B.C. e de entrepostos, embora tenha sido executada sem planejamento, constitui uma contribuição positiva à causa do café. Cap. VII, 85.

59 — A propaganda específica procu-

CLASSIFICADOS DA PRAÇA DE SANTOS



LEON ISRAEL AGRÍCOLA E EXPORTADORA S. A.

EXPORTADORES DE CAFÉ

End. Teleférico Windelb

SANTOS - Rua do Comércio, 42/44 - Caixa n. 77

Telefones 2-3130 - 2-8235

Rio de Janeiro - Av. Rio Branco, 4 - 18.º andar - Caixa 3104

Jacarezinho - Caixa Postal n. 95 - Telefone, 32

Paranaguá - Avenida Gabriel de Lara, 247 - Caixa 81

Londrina - Praça Willie Davids n. 835 - Telefone, 832

MALZONI S. A.

COMISSARIA — EXPORTADORA

PRAÇA DOS ANDRADAS, 12 — 4.º ANDAR — TELEFONE, 2-7770

CAIXA POSTAL, 839 — END. TELEGRÁFICO: «MALZONI»

SANTOS

Cia. TAMOYO de Armazens Gerais

SANTOS

Rua do Comércio, 76 - Caixa Postal, 1154 - Telefones: { 2-5084
2-5198

End. Electr.: «ARMATAM»

ARMAZENS PRÓPRIOS

Rua Rodrigo Silva, 18-45 - Telefones, 4-5294 e 4-0257

CIA. ALIANÇA DE ARMAZENS GERAIS

Rua do Comércio, 24 - 2.º and. - Cx. Postal n.º 613

Telefones, 2-5076 - 2-5782 - 2-5955 - End. Teleférico: «ALIANÇA»

Despachos à

CIA. ALIANÇA DE ARMAZENS GERAIS

SANTOS

G. LUNARDELLI S. A.

AGRICULTURA — COMÉRCIO — EXPORTAÇÃO

RUA DOS INGLEZES, 446 - Caixa Postal, 1827 - Fone 32-3775

SÃO PAULO

PRAÇA DOS ANDRADAS N.º 12

Caixa Postal, 756 - Fone 2-5035

End. Tel.: «LUNAR» - SANTOS

RUA RIO GRANDE DO NORTE, 1324

Caixa Postal, 61 - Fone 923

LONDRIANA - Paraná

CIA. ARMAZENS GERAIS DE ARARAQUARA

SANTOS

Enderço Teleférico: «ARGEARA»

PRAÇA DOS ANDRADAS, 12 — 5.º ANDAR — C. POSTAL, 676

Tels.: Escritório, 2-8694, 2-2072 — Armazem, 2-6028