

**PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA
REPÚBLICA, ANDRÉS PASTRANA ARANGO, CON
MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE LOS 40 AÑOS DE
“JUAN VALDEZ”**

Bogotá, septiembre 13 de 2000

A los cuarenta años Juan Valdez parece más joven que nunca. Como si no le pesaran los años de dura labor en el campo, lo hemos visto recientemente saltar abismos nevados o sortear escarpados picos con su ala delta. De seguro animado por el saludable efecto del café, Juan tiene aún unos pulmones olímpicos y unos nervios inmunes a los obstáculos. Quienes ya entramos a los cuarenta, al ver estas proezas, nos tomamos ahora el tinto con mayor devoción.

Sin embargo usted, Juan, no sólo nos ha revelado el secreto de la juventud sino que le ha revelado al mundo –óigase bien, ¡al mundo!– el significado de ser colombiano. Usted ha viajado desde los gélidos fiordos de Noruega hasta las tibias aguas de Hawaii, para enseñar lo mejor de nuestra nación. Gracias a su labor nuestra industria cafetera ha prosperado como nunca antes, pero también, -lo cual no es menos meritorio-, ha logrado que buena parte de los huéspedes de este globo cósmico se enteren de una gran verdad: que somos gente de

coraje, que tenemos unas tierras hambrientas de cultivos, que no hacen falta sino una mula y dos alpargatas para alcanzar el éxito.

Esta tarea, que merecería por sí sola inmensos homenajes, debe ser la envidia de nuestros mejores embajadores. Al respecto, permítanme contarles una anécdota:

En la reciente y exitosa visita del Presidente Clinton, su Secretaria de Estado, la señora Madeleine Albright, recibió una de las mayores sorpresas de su vida. Mientras departía con algunos invitados en una plaza de Cartagena, vio pasar a su lado a una figura de carriel, sombrero y nutrido bigote, que se parecía notablemente al logotipo con las mismas características del sello Café de Colombia. Con la misma estupefacción con que quedaría cualquiera de nosotros si nos encontráramos a Johnnie Walker paseando con su sombrero de copa y su bastón por una calle de Londres, caminó aceleradamente tras el personaje con el ánimo de confirmar sus sospechas. ¡Y se confirmaron! Efectivamente era Juan Valdez. Sorprendida y emocionada, la señora Albright, una de las mujeres más importantes de la política mundial, sólo le pidió un favor: quería tomarse una foto con él. Creo que

pocos, fuera de nuestro querido Juan, podrían contar esta historia.

Este reconocimiento, como es obvio, es el resultado de un largo y arduo esfuerzo. Juan Valdez, al fin y al cabo, es la cara de más de 70 años de trabajo de nuestra Federación de Cafeteros, la cual es, sin duda alguna, uno de los gremios más emprendedores e importantes del país. Ha sido gracias a la visión de la Federación para enfrentar los nuevos retos del mercado internacional, mediante una ambiciosa campaña publicitaria, como se han podido mantener unas condiciones de vida dignas para las familias de nuestros pequeños y medianos cultivadores.

Los buenos resultados conseguidos hasta ahora no han sido casuales. Desde su nacimiento ese ha sido el fin último de la agremiación y, con el paso del tiempo, sólo han cambiado los medios para lograrlo. Los triunfos novelescos de Juan Valdez son, por eso, los triunfos de una moderna y visionaria conducción gerencial, destinada, como siempre, a promover los intereses de nuestros campesinos dedicados al café.

Esa labor que, valga recordarlo aquí, es una prueba de cómo una buena gestión empresarial no riñe con una organización participativa y democrática, ha sido una estrategia integral. Aunque lo más visible para el público son, quizá, sus méritos en el campo de la publicidad -gracias a los cuales nos hemos enterado de que los extraterrestes vinieron a la tierra en busca de un tinto hecho con café arábigo y hemos podido establecer que Eva tentó a Adán con algo más aromático que una manzana-, detrás de ellos hay, además, una vasta y coordinada planeación de la Federación en los terrenos de la asistencia social y técnica.

La primera, por una parte, ha procurado otorgarle el máximo bienestar posible a nuestros caficultores. A través del establecimiento de precios de sustentación, de garantías para la compra de las cosechas y de la promoción de servicios como la educación, la salud o, en términos de infraestructura física, el trazado de caminos o de redes eléctricas, la Federación no ha desamparado las condiciones de vida de los artesanos del grano. No casualmente son las regiones cafeteras las que cuentan con las mejores del campo colombiano.

Respecto a la asistencia técnica, por otra parte -la cual siempre ha estado precedida por juiciosos estudios agronómicos-, cabría mencionar acciones como la promoción de sistemas de tratamiento del café que reducen sustancialmente la cantidad de agua requerida para su beneficio o el combate contra la seria amenaza de la broca que, teniendo en cuenta el medio ambiente y la integridad de las personas, fue llevado a cabo con los plaguicidas menos tóxicos.

Tales estrategias, creo yo, han logrado mantener unas condiciones estables para los cafeteros en medio de las variaciones del competitivo comercio internacional del café. Es un hecho inocultable que, ante una situación tan adversa como la planteada actualmente por el mercado mundial, sólo una mezcla de buena planificación, imaginación y -dado el impredecible comportamiento de los precios- de paciencia, nos podrá sacar adelante.

No son buenos tiempos para el negocio del café. Con un precio actual de 90 centavos por libra, que es proporcional al de hace cincuenta años, es difícil sostener la confianza del

caficultor en que, de aquí a unos años, podrá heredar a sus hijos una parcela hermosa y rentable.

La llegada al mercado de nuevos productores que ostentan unos ínfimos costos laborales o condiciones geográficas más fáciles que las de nuestra accidentada topografía cafetera, ha generado, por el exceso de oferta, una reducción de los precios. Como el café es un producto agrícola caracterizado por lo que los especialistas llaman una demanda inelástica, esto es, que un pequeño excedente deprime fuertemente los precios, el impacto de esta sobreproducción no ha traído ningún beneficio a nuestros caficultores.

Como es poco lo que un solo país puede hacer para remediar estos comportamientos del mercado, le daremos un gran apoyo político y económico al esfuerzo de racionalización de la oferta. A través de los programas conjuntos de retención con los más importantes países productores, los cuales la Federación ha venido liderando durante el último año, buscaremos refrenar los efectos negativos de los procesos antes mencionados. La colaboración entre la empresa privada y el Estado es aquí, como en tantos casos, la única forma de mejorar el ingreso y las condiciones sociales de la población.

Ante los sinsabores del mercado sólo resta a nuestros caficultores seguirse esmerando por conservar el reconocido sabor del café colombiano. Nuestro grano, elogiado en el mundo entero por su calidad, deberá conservar esa honrosa diferencia. No obstante, aparte de su ligera acidez natural, de su cuerpo, de su aroma a sol y a volcán y a río, de su grato amargo, debemos aprovechar también que el mundo, hoy día, empieza a valorar algunos aspectos hasta hace algunos años considerados románticos.

Hoy en día el consumidor tiende a abandonar la idea según la cual el objetivo de su compra es obtener el menor costo para la mayor cantidad. Otros factores también intervienen: ante el reconocimiento de la fragilidad del planeta, por ejemplo, ya no se aceptan productos que impliquen un tratamiento despiadado a nuestros recursos naturales. Asimismo asuntos como qué tan saludables son los alimentos o qué tan dignas son las condiciones de vida de los productores, son cada vez más relevantes para las nuevas generaciones de consumidores.

La Federación, aprovechando las sanas y artesanales condiciones de producción de nuestro café y, también, recurriendo a su largo bagaje en la asistencia social al campesinado, cuenta así con nuevas herramientas para surcar las asperezas del mercado. La imagen de Juan Valdez, en ese sentido, seguirá siendo decisiva.

No pocos especialistas han señalado la alta rentabilidad de las inversiones que, año tras año, han mantenido a nuestro cafetero emblema circulando por los televisores y los medios escritos del planeta. Tanto así que, de acuerdo con algunas estadísticas, su imagen es el tercer logotipo más recordado en los Estados Unidos de América. Ese reconocimiento acumulado, justamente ahora que se hace necesario apelar a la nueva sensibilidad del consumidor, es un bien invaluable.

Al fin y al cabo, Juan Valdez, nuestro único embajador de carriel y alpargatas, ha transmitido durante sus cuarenta años de vida la imagen del hombre entregado con amor a la tierra, del hombre que espera ansioso la cosecha para luego lavarla y secarla, con sus propias manos, acompañado únicamente por la brisa y el sol.

Por eso, cuando se escucha su nombre, no se piensa en sofisticados complejos industriales sino en algo tan sencillo y hermoso como unas manos cargando pepitas en sacos de arpillera o en solitarias montañas acariciadas por la figura de un hombre y una mula. Esa imagen no puede perderse.

Gracias a usted, Juan, sabemos que los frutos del café son también los frutos de la fe. Y digo de la fe porque, fuera de representar a Colombia ante el mundo, usted nos recuerda palabras como patria, trabajo y dignidad, que son justamente aquellas que nos impulsan a confiar en lo nuestro.

La condecoración que hoy le entrego es así un agradecimiento por la exitosa labor comercial que ha realizado en el mundo, pero es también el reconocimiento a unos valores dignos de repetirse y valorarse. ¡Sus cuarenta años, bien vividos y bien trabajados, señor Valdez, nos sirven a todos de inspiración!

Le deseo un feliz cumpleaños, ¡y salúdeme a Conchita!

Muchas gracias