EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
28.07.2009	Dinero	4

DAVID PÁRAMO

Personajes de renombre

dinero@nuevoexcelsior.com.mx

¿Será por eso?

■ *Pachuca se ha* convertido en un equipo de futbol ganador, que actualmente es estudiado como un modelo de negocio.

■ *Cuando el gobierno* de Hidalgo le vendió el club, perdía dos mdd.

Desde muy chico, **Jesús Martínez** aprendió que le gustaba el futbol, que no tenía talento suficiente para ser jugador y que ser dueño era una mejor posición en la cancha. Hay quienes los recuerdan pidiendo patrocinios a los clubes de Leones y Rotarios para que "sus" equipos de quinto y sexto de primaria tuvieran uniformes.

Años después trató de comprar al Atlante, pero la operación se cayó, y hace 14 años, cuando adquirió al Pachuca, eran 22 jugadores, una administración que entre él y su esposa llegaba a las ocho personas. Hoy tiene más 3,400 empleados y hace más de siete meses le mandó una carta al presidente **Felipe Calderón** en la cual decía que pasara lo que pasara con la situación económica no correría a un solo empleado. Más allá, le prometió 400 fuentes de trabajo nuevas y va por la 550.

Cuando el gobierno de Hidalgo le vendió el equipo perdía dos millones de dólares al año y, en realidad, nadie lo quería. Era el último lugar en aficionados y tenía el *rating* más bajo en TV Azteca. Hoy no sólo es el equipo más ganador de los últimos diez años sino que es el quinto equipo con más afición, únicamente superado por los tradicionalmente llamados grandes y registra la mayor audiencia en la televisora de **Ricardo Salinas Pliego**.

Su estrategia ha consistido en buscar nichos poco atendidos. Ayer mismo lanzaron una campaña destinada a niñas y mujeres. De acuerdo con sus datos, 60% de las mujeres no tienen equipo. En muy pocos años el empresario pasó de quedarse con algo que nadie quería a ser señalado por dedos de envidia que lo acusaban de ser prestanombres del gobernador en turno. Durante el gobierno de **Manuel Angel Núñez** cerró las cabeceras del estadio y la venta de palcos (400,000 pesos cada uno) hizo autofinanciable la ampliación. Hoy los palcos se cotizan en 1.2 millones de pesos. Más allá, el diseño del estadio se parece sospechosamente al que está desarrollando Santos de Torreón para hacer su nuevo campo.

En un mercado donde gobiernan la anarquía, los malos resultados y la pérdida de dinero, Pachuca gana dinero todos los años y tiene un programa de reinversión de utilidades que le permite, entre otras cosas, haber desarrollado una serie de negocios paralelos o fortalecido aquellos con los que estaba vinculado **Martínez** desde el tiempo de su padre.

La reinversión de utilidades le ha permitido desarrollar la Universidad del Futbol en un modelo de excelencia académica e institucional que incluso está siendo seguido por organizaciones como los 49's de San Francisco de la NFL. Hoy no sólo tiene 70,000 alumnos sino que el impacto de sus escuelas de futbol cubre una buena parte del territorio nacional sino que, además, tiene presencia en EU, Centro y Sudamérica.

Cuando a **Martínez** se le pregunta cuál es el secreto de su éxito responde que el trabajo institucional y comprometido. Se refiere a todos sus empleados como un grupo de 3,400 líderes con una responsabilidad en crédito. Cuando compró el equipo todos los jugadores fueron comprados, hoy 75% del plantel profesional es producto de sus fuerzas básicas. Vamos, la Universidad del Futbol ya le genera ejecutivos y directivos.

Habla de principios y valores. A pesar de que ganaron el primer partido de la temporada, dice sentirse incómodo porque, a reserva de hablar con él y que le explique, el **Chaco Jiménez** se habría tirado un clavado que derivó en el pénalti de la victoria. Dice que todos los empleados de su empresa tienen la obligación de comprender que son un ejemplo para la comunidad. Es un hombre que cita a su padre en el terreno del agradecimiento y el establecimiento de alianzas con sus clientes.

Su visión sobre la crisis es que se trata de oportunidades de crecer. No sólo concluyó el centro de convenciones sino que le entregó la operación a Camino Real, con lo que Pachuca tiene un hotel de cinco estrellas. Dice que tomó la decisión porque el grupo que dirige **Olegario Vázquez Aldir** ha demostrado seriedad a lo largo del tiempo. Para el presidente del Pachuca, el mercado reconoce a los que se comportan con seriedad y que eso es fundamental para establecer alianzas.

Seguramente por estas razones el IPADE decidió convertir al Pachuca

Continúa en siguiente hoja

en un caso de estudio. No es casual que sea el único equipo de futbol del continente que se estudia en las escuelas de negocios. Boca Juniors también lo ha sido, pero por su manera de formar y vender talento.

RENOMBRADOS

■ El gerente de comunicación social de Pemex envió una carta a este columnista en la que sostiene tres puntos:

Primero. Que **Jesús Reyes Heroles** no estableció ningún plazo fatal... Lástima, todo el mundo entendió otra cosa.

Segundo. Que los gobiernos no desembolsarán los recursos de los terrenos. Asegura que las reglas hablan de que se tienen que presentar contratos de promesa de compra-venta. Vamos, como si no hubiera sanciones cuando se incumple con este contrato. Más allá, que le expliquen a los ejidatarios, quienes creen que están vendiendo.

Tercero. Niega que Salamanca se haya colado sospechosamente al final del proceso, pero reconoce Pemex no lo incluyó en el documento que enviaron al Congreso porque, asegura, suponían que Salamanca sería reconfigurada. También reconoce que el gobierno de Guanajuato les pidió que se considerara como una opción para nueva refinería. Para el funcionario eso no resulta sospechoso.

■ Seguros Interacciones acaba de ganar uno de los más importantes contratos para una aseguradora. En la licitación organizada por CFE para encontrar a la aseguradora que se encargue de cubrir sus riesgos, eligieron a la empresa de **Carlos Hank González**.

■ Después de mucho tiempo, una buena en materia de gas LP. Pemex anunció que invertirán 80 millones de dólares en arreglar las redes distribución en Guadalajara. En esta columna ya le habíamos adelantado sobre el gravísimo riesgo que representan estos ductos. Ahora sólo falta San Juan Ixhuatepec.

Ayer lanzaron una campaña destinada a mujeres, ya que según sus datos 60% no tienen equipo predilecto.