



EMPRESAS

Pablo Jiménez, el hombre que 'defiende' a Grupo Modelo

El vicepresidente jurídico y de asuntos corporativos de la compañía logró negociar las condiciones del convenio de inversión para la planta que la cervecera construye en Yucatán.

jue 27 abril 2017 01:13 PM



Más que cerveza. Antes de incorporarse a Grupo Modelo, fue director jurídico y de relaciones institucionales de Cinépolis durante cuatro años y medio. (Foto: Anyú Hinojosa)

Sheila Sánchez @sheisf



Antara cumple XV

[Leer más](#)

¿TIENES POCO TIEMPO?

Infórmate en menos de cinco minutos de lo más importante del día.

[Suscríbete](#)

Revista Digital

Grupo Modelo, de la multinacional AB InBev, inaugurará el próximo 8 de mayo la llamada Cervecería Yucateca, una planta de una inversión de 8,500 millones de pesos con capacidad para producir 7 millones de hectólitros de cerveza al año, y con la posibilidad de expandirse hasta 15 millones.

El logro se debe, en gran parte, a Pablo Jiménez, vicepresidente jurídico y de asuntos corporativos de Grupo Modelo, quien junto al equipo de operaciones estuvo a cargo de negociar las condiciones del convenio de inversión, que consiguió firmar en solo tres meses a partir de su primera visita a Yucatán.

“Esta nueva planta se construyó en el tiempo récord de 12 meses y permitirá a Grupo Modelo atender mejor al mercado de la península, así como realizar exportaciones de cerveza mexicana a diversas partes del mundo desde Puerto Progreso”, asegura el directivo, quien lleva un poco más de tres años en la compañía.

Lee: Grupo Modelo incrementa volumen y participación de mercado por Corona

El abogado, egresado de la Escuela Libre de Derecho y con una maestría en Derecho por la Stanford Law School, también logró formar un equipo de más de 100 personas durante la fusión de Grupo Modelo con AB InBev, mejorar el programa de responsabilidad social 'Mundo Mejor' y desarrollar una práctica de cumplimiento normativo en la zona de Middle Americas (Honduras y el Salvador).

Es una de las 30 Promesas de la edición de este año de la revista Expansión.

¿Cómo llegaste a Grupo Modelo?

Yo estuve trabajando en varios despachos en México. Entre ellos, fui abogado asociado en Galicia y Robles, S.C. (hoy Galicia Abogados) y en Sullivan & Cromwell LLP en Nueva York, y mi práctica estuvo enfocada 100% a cuestiones legales. Cuando llegué a Cinépolis (2009) es cuando empiezo a involucrarme más en la parte de relaciones institucionales, a representar a la empresa ante cámaras, ante asociaciones, ante el gobierno, ante el congreso, etc. Y después de estar ahí cuatro años y medio, se acerca conmigo Grupo Modelo. Yo diría que fue cuestión de tiempo que llegara a esta compañía.

Tenía mucha experiencia en la parte legal y en la parte de asuntos corporativos, además de un profundo cariño por la cerveza. Creo que la combinación era espectacular.

¿Qué cuestiones te llamaron la atención en la empresa?

Cuando me invitaron, habían pasado apenas uno o dos meses de la combinación de AB InBev y Grupo Modelo. Entonces, llegué cuando se acababa de completar la combinación, de manera que a mi me tocó integrar, en las áreas legal y de asuntos corporativos, un nuevo equipo de más de 100 personas que está alineado con la cultura de AB InBev, porque entré a una empresa que se estaba reinventando y con un equipo que tenía la capacidad de reinventarse también.

La cultura de AB InBev tiene dentro de sus principios la meritocracia. La gente crece en función de su talento y los resultados que alcanza, no por el tiempo que lleva en la compañía o porque es amigo de X o Z.

Lee: Estos son los retos del nuevo CEO de Modelo

También tienen muy presente el hecho de nunca estar satisfechos con los resultados y siempre competir contra tus objetivos alcanzados. Y la informalidad, que se refiere no solo a venir de pantalones de mezclilla en la oficina, sino a que no se trata de una compañía con procesos o estructuras jerárquicas. Son bastante horizontales y no tenemos oficinas: la comunicación es muy fluida y no tienes que hacer citas para ver a una persona. Estamos muy abiertos a la retroalimentación y es parte de nuestro crecimiento.

Nunca estamos satisfechos con los resultados. Somos una empresa que celebra poco sus resultados, porque tan pronto llegamos a la meta que nos planteamos, estamos volteando a ver a la siguiente. También somos una empresa que se permite equivocarse y construir a partir de los aprendizajes.

¿Hubo problemas con personas que todavía estuvieran arraigadas a la anterior empresa en este proceso de fusión?

Nuestro CEO global, Carlos Brito, dice que de las siete fusiones o integraciones internacionales en las que ha participado AB InBev, la más eficiente y la más sencilla fue la de Grupo Modelo, porque encontró que los colaboradores tenían muchas cosas en común con la cultura de AB InBev.

Además, el 'amor' y la 'pasión' que los colaboradores de Grupo Modelo siempre tuvieron por sus marcas y por su compañía (al igual que sucede con los empleados de ABInBev) y el esfuerzo constante por crecerlas y protegerlas, fue otro elemento cultural común que hizo que la integración fuera mucho más eficiente y sencilla.

¿Qué otros logros destacas?

Desarrollamos una práctica de cumplimiento normativo, enfocada en temas de competencia económica y anticorrupción, que le daría envidia a cualquier compañía. Ahora nos encontramos llevando a cabo la integración de la zona Middle Americas, que incluye a México, Honduras y El Salvador.

Fortalecer nuestro programa de 'Mundo Mejor' o nuestro programa de responsabilidad social es otro de los grandes orgullos. Como ejemplo está el programa de Voluntarios Modelo. En 2016 cerramos con 193,000 participaciones voluntarias en un año. Se lograron 1 millón de horas de trabajo voluntario en comunidades de consumo responsable, reacondicionamiento de parques, trabajo con niños en casa hogar, animales abandonados, etc.

Recomendamos: Iberdrola invierte 300 mdd para suministrar energía a Grupo Modelo

Bajo el liderazgo de Ricardo Tadeu, relanzamos la cámara en el primer semestre de 2014, para posicionar a Cerveceros de México como una nueva asociación en la que participamos las dos grandes empresas cerveceras, más 16 micro-cervecerías mexicanas.

Trabajamos juntos por el desarrollo de la categoría, para que se conozca el impacto económico que tiene la industria cervecera en el país y para impulsar campañas de consumo responsable, con especial énfasis en "No Te Hagas Güey" que combate la venta y el consumo de alcohol por menores de edad

Y la conformación de un equipo extraordinario también me llena de orgullo. Fieles a la cultura de esta compañía, necesitamos rodearnos de personas que tengan gran potencial; como líder, solo brillas en la medida que brilla tu equipo. Por ello, es necesario contratar gente que, con la preparación y experiencias correctas, sea mejor que tu mismo.

¿Qué has replicado de otras empresas?

Copiar aquello que saben hacer mejor que tú. Desde que decidí pasar de la práctica como abogado externo a la práctica como abogado interno, cuando me mudé de Galicia y Robles en aquel entonces a Cinépolis, lo que he tratado de hacer es buscar a personas que yo respeto y admiro, ya sea conocidos o pares de otras industrias y empresas, no solo en áreas legales, y escuchar cuáles son las mejores prácticas y copiarlas.

**Nota: Un perfil de Pablo Jiménez aparecerá publicado en la edición 1211 de la Revista Expansión, que sale a la venta el 1 de mayo, como una de las 30 promesas.*

Más sobre: [Grupo Modelo](#) [Cerveza](#) [Carrera](#) [Empresas](#) [HardNews](#) [Empresas](#)



Las 500 empresas más importantes de México

[Aviso legal y de privacidad](#)
[Publicidad](#)
[Compliance](#)


Síguenos en nuestras redes sociales:



Visita otros sitios del grupo:

[Expansión](#) [Obras](#) [Life and Style](#) [Quién](#) [Elle](#) [Tec Review](#)

[Grupo Expansión](#)

 comScore Business/Finance

© 2021 DERECHOS RESERVADOS EXPANSIÓN, S.A. DE C.V.