



Sevilla Fútbol Club, SAD

Es habitual escuchar o leer en los medios de comunicación frases recurrentes que en cierta medida simplifican un mundo enormemente complejo como el del fútbol. O al menos como el del fútbol actual, que dista mucho del de hace unas décadas, cuando los presupuestos se cuadraban con los torneos de verano y la venta de abonos, eso cuando no quedaba otra que vender al mejor jugador de la plantilla.

El fútbol es así.

En el fútbol está todo inventado.

Fútbol es fútbol...

Son afirmaciones que escuchamos día a día y que en ocasiones elevamos a verdad, tal vez de forma equivocada, sobre todo ateniéndonos a los tiempos que corren.

Soy de los que piensa que en el fútbol NO está todo inventado y que el fútbol NO siempre tiene que ser así.

Y cuando me refiero al fútbol lo hago en el sentido más amplio del término, más allá del campo de juego.

Fútbol es fútbol, pero el fútbol ya no es al que se refería Boskov, cuando acuñó esta famosa frase a finales de los setenta en el Real Zaragoza.

El fútbol, como cualquier realidad, evoluciona y es permeable a los nuevos tiempos, a la brutal revolución tecnológica, a los nuevos usos de la comunicación, a la globalización que nos envuelve y que marca unas reglas del juego diferentes a las que tradicionalmente hemos conocido.

Para los que crecimos en el fútbol de los sesenta o setenta, en el fútbol en el que los jugadores hacían sus carreras casi por completo en sus clubes, en el que el amor por los



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

colores era una regla y no una excepción, en los partidos de las cinco de la tarde y los domingos de transistores, en ocasiones nos cuesta asimilar esta nueva realidad.

Pero la nostalgia por aquellos tiempos bellos de nuestra infancia no debe cegarnos ante este nuevo panorama, que está aquí, ante nuestros ojos.

Dar la espalda a esta realidad sería una enorme irresponsabilidad, sobre todo porque estaríamos perdiendo una magnífica oportunidad para multiplicarnos como entidad en todos los sentidos. Y nosotros ese tren no estamos dispuestos a perderlo.

En el fútbol actual no es que no esté todo inventado, es que hay mucho por inventar. Porque el fútbol de hoy discurre por cauces absolutamente diferentes a los de hace apenas dos décadas.

No hace mucho tiempo, sólo los espectadores que acudían al estadio podían ver un partido del Sevilla que no se diera en abierto por televisión. El resto tenía que conformarse con un resumen completo de Estudio Estadio.

Hoy el fútbol, sin embargo, se sigue viendo en los estadios, pero el partido lo pueden ver todos los aficionados por la televisión, no sólo en España, sino en todo el mundo.

O lo que es lo mismo, lo que antes era un espectáculo reservado para unos pocos hoy es consumido por cientos de millones de personas de todos los continentes.

El fútbol sigue siendo de los aficionados de toda la vida, y es importante que así sea porque en ellos está su esencia, la pasión.

Nosotros esto lo tenemos meridianamente claro, porque al calor del aliento de nuestra hinchada encontramos esa fuerza extra que nos hace ser un poco mejores, ese jugador número 12, ese factor campo que hace del Ramón Sánchez-Pizjuán un estadio casi inexpugnable.



Sevilla Fútbol Club, SAD

Nuestros éxitos, en definitiva, se sustentan sobre nuestra fiel masa social, que incluso en los peores momentos de nuestra historia, como por ejemplo en aquellos infaustos días de agosto del 95, ha tirado del club y ha impedido que se desplomara. Todo lo que hacemos tiene sentido por nuestra gente, no hay más.

Todo esto que digo no son palabras vacías, todo lo contrario. Nosotros hablamos con hechos y en este sentido recuerdo que en la pasada final de la Europa League de Varsovia subvencionamos parte del desplazamiento y la entrada a nuestros abonados, con el fin de ayudarles en la medida de nuestras posibilidades a que estuvieran junto a nosotros. Porque, díganme ustedes, qué sentido tiene jugar una final sin nuestros aficionados al lado, disfrutando y apoyándonos a la vez.

Dicho todo esto, hay que tener en cuenta que el fútbol también pertenece ya a cientos de millones de personas que se pueden identificar con un equipo y ver todos sus partidos sin ni siquiera haber pisado su estadio.

En esa dicotomía, entre el aficionado de siempre y el nuevo, el global, debemos movernos los clubes, manteniendo un equilibrio sensato, pero aprovechando las oportunidades que nos brindan las circunstancias para crecer e internacionalizar nuestra marca.

El Sevilla FC esto lo ha tenido muy claro desde el principio, incluso cuando el panorama no era tan evidente como el de nuestros días. A comienzos de este siglo entendimos que fijar nuestros objetivos a nivel regional no era más que un atraso. Si queríamos crecer debíamos apostar por internacionalizar nuestras metas.

Para ello, no quedaba otra que abandonar el viejo modelo de club, que ficha por lo que ha podido vender y que lo fía todo a la recaudación por concepto de taquillas y abonos.

No podíamos seguir con la mentalidad de salvar una temporada ganando los derbis, quedando por encima del eterno rival o ganando un trofeo de verano... La situación nos exigía meter una marcha más.

Había que dar un paso adelante. Había que pensar como empresa que somos, aunque con matices, porque esto es una sociedad anónima deportiva. Y para pensar como



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

empresa, había que estructurarse como tal, profesionalizar las áreas de trabajo, establecer un modelo de gestión que esté muy por encima de los integrantes, cualesquiera que sean, de la entidad.

Y, ¿qué hace una empresa cuando quiere crecer? Apuesta, se la juega, arriesga... Pide un crédito y hace una inversión, que no está exenta de riesgos, pero que si sale bien le permitirá dar un salto cuantitativo y cualitativo notable.

Tras asentar Roberto Alés las bases del Sevilla del futuro, estableciendo unos sólidos cimientos donde había riesgo de derrumbe, bajo la presidencia de mi antecesor en el cargo, José María del Nido, se dio el paso al frente. Entonces hablamos del Salto de Calidad, con la llegada de jugadores como Darío Silva o Julio Baptista, donde el que os habla financió, junto con otros consejeros, con su propio patrimonio parte de la operación.

Por tanto, después de muchos años fichando a coste cero, volvimos a comprar. Viví esas etapas ya como vicepresidente de un club en el que llevo prácticamente dos décadas en la cadena de mando.

Por primera vez fichamos por encima de nuestras posibilidades y eso nos permitió consolidarnos en Europa. Y de ahí, aprovechando el impulso del Centenario, redoblamos nuestra apuesta y logramos unos éxitos no inesperados, más bien ni siquiera soñados por los sevillistas.

No fue fácil, claro que no. Para lograrlo dos aspectos fueron determinantes. Apostar por el modelo de vender por ofertas fuera de mercado a nuestras principales figuras, incluso asumiendo el riesgo de no poder encontrar un recambio que ofreciera las mismas prestaciones. Y el segundo, tener a un hombre que con el tiempo se ha convertido en un activo primordial de nuestra entidad y es el mejor del mundo en su parcela. Como imaginarán, me refiero a nuestro director general deportivo, Ramón Rodríguez Verdejo, por todos conocidos como Monchi.

Vender a Julio Baptista a finales de julio de 2005, en la temporada de nuestro Centenario,



Sevilla Fútbol Club, S.A.D.

no fue la medida más popular. No lo fue. Pero lo vendimos y con lo que sacamos confiamos en el olfato de Monchi, que nos trajo ni más ni menos que a Frédéric Kanouté como su sustituto.

He ahí el gran secreto de nuestra gestión. No dudar a la hora de vender y confiar en el talento de Monchi, el mejor, para reinventarnos verano tras verano. Hay riesgo, sí, pero nosotros no somos el FC Barcelona o el Real Madrid, por lo que tenemos que hacer de nuestra capacidad para arriesgar y, sobre todo para acertar, nuestra mejor arma.

Esos éxitos deportivos definitivamente nos colocaron en otra dimensión. Ganamos dos UEFAS, dos Supercopas, competimos en la Champions, levantamos dos Copas del Rey... Pero entendimos que ni con todo eso nos alcanzaba, porque el Sevilla y su potencial seguía viéndose limitado por el desproporcionado reparto de los derechos televisivos, que beneficiaba a Madrid y Barcelona y perjudicaba al resto, sobre todo teniendo en cuenta que en las otras grandes ligas los ingresos televisivos se repartían de una forma mucho más equitativa.

Todo ello propició que el Sevilla FC, primero con José María del Nido y después conmigo al frente de la entidad, fuera el primer club que levantó la voz ante este anómalo reparto y el más beligerante para cambiar el modelo. Y lo cambiamos, estando nosotros bien posicionados en el momento de recoger los frutos de tanta negociación. Todavía hay mucho por hacer, pero el hecho de que el fútbol español se comercialice, a nivel nacional e internacional, ya de forma colectiva, en un solo paquete, refuerza la marca de la Liga y redundan en los clubes que la forman. Y no sólo me refiero al aspecto económico.

Con el marco propicio que nos ofrece la televisión y las nuevas tecnologías, que convierten al fútbol español en un espectáculo global, tenemos un escenario ideal para continuar desarrollando nuestro modelo y consolidar al Sevilla FC como club de éxito en Europa, siempre teniendo claro que para cuadrar presupuestos que nos permitan competir con rivales con mayor capacidad financiera tendremos que continuar arriesgando.

Insisto, comprendo que puede resultar complicado para el aficionado de 40 años de carnet asimilar que cada verano la plantilla cambie un 30 ó 40 por ciento. Pero esto es lo



Sevilla Fútbol Club, S.A.D.

que marcan los nuevos tiempos y mal nos hubiera ido si no hubiéramos actuado en consecuencia.

Las plantillas que nos sabíamos de memoria porque permanecían casi inalteradas durante muchos años ya no existen. Ni siquiera los elegidos Madrid y Barcelona pueden permitirse ese lujo en España. Lo que tenemos que preguntarnos es si es positivo o no que así sea... Y yo creo que es enormemente positivo.

Y me explico. Gracias al crecimiento de los ingresos televisivos podemos desarrollar unas estructuras plenamente profesionalizadas y asumir riesgos mayores que hace unos años eran verdaderos disparates. Partiendo de ahí, si tenemos el acierto, que eso es lo que hay incentivar, el acierto, a la hora de contratar a jugadores, incluso haciendo inversiones importantes, podremos crecer de forma notable.

Verano tras verano se van unos y entran otros. Marchó Rakitic y no se acabó el mundo, porque llegó Banega. Ahora intentamos renovar a Banega, pero si se va Banega, lucharemos para que no sea así, llegará otro. Y cuando se vaya ese otro, llegará otro. Lo importante es, repito, acertar en los recambios. Y en esa faceta contamos con algo que no tiene nadie, la fiabilidad de Monchi, que como todos se puede equivocar, y se equivoca, pero que acierta mucho más que lo contrario. Ésa es la receta para que en las últimas temporadas, sin ir más lejos, hayamos superado en competiciones europeas a equipos como Oporto, Valencia, Benfica o Zenit, pese a tener un presupuesto inferior.

Es cierto que la gestión ideal de una empresa implica minimizar al máximo el margen de error en las inversiones, algo, sin embargo, incompatible con nuestro modelo de gestión, donde los riesgos en cada operación existen, como por ejemplo con una lesión de gravedad. Ello denota que el fútbol no es una realidad económica común, sino que maneja unas variables verdaderamente singulares que exigen destreza y experiencia humana en sus gestores.

En el equilibrio está la clave. Como siempre digo, se trata de combinar prudencia y atrevimiento.

Para mí, no obstante, lo más importante es que nuestro modelo de gestión está plenamente consolidado y que nuestra fiabilidad es máxima, hasta el punto de que un relevo en la cúpula del club hace poco más de dos años, a mitad de una temporada, no



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

produjo ninguna turbulencia en términos deportivos ni alteró el devenir en una campaña en la que nos coronamos campeones de la Europa League.

Situaciones similares en otros clubes han desencadenado tragedias deportivas. Tenemos ejemplos muy recientes de lo que ha ocurrido en los dos gigantes, Madrid y Barcelona, cuando hubo relevos en la presidencia durante el transcurso de una temporada. En el Sevilla FC, insisto, no ocurrió nada. Y esto se debe a que los paquetes importantes de la masa accionarial del Sevilla FC están en manos de reconocidos sevillistas, sevillistas cabales que, como no puede ser de otra forma, anteponen la estabilidad del club ante cualquier interés personal. Y esperemos que esto siga así.

Es normal que existan diferencias entre los accionistas de peso, pero el hecho de que en el Consejo de Administración estén representados todos los paquetes importantes dice mucho del buen gobierno de la Sociedad.

En este sentido quiero remarcar que el Sevilla FC es de los sevillistas, algo que no deja de tener su mérito, cuando vemos como en el fútbol español numerosos clubes se ponen en manos de capitales extranjeros, lo que evidentemente implica un desarraigo en la gestión que nosotros en nuestra entidad no estamos dispuestos a permitir.

Sin embargo, en el Sevilla FC, con más del 30 por ciento de acciones repartidas entre pequeños accionistas, es bastante difícil que eso ocurra.

Esta importancia de los pequeños accionistas en nuestro capital social evidencia la histórica implicación que han tenido nuestros aficionados de base en el buen gobierno de la Entidad. Nosotros eso lo reconocemos y le damos valor. De hecho, en estos últimos meses hemos recibido y atendido las inquietudes de diversas agrupaciones de accionistas minoritarios, con el fin de hacer lo más inclusiva posible nuestra gestión.

Mentiría si dijera que los grandes accionistas no hemos recibido ofertas por parte de grupos inversores extranjeros. Nadie debe escandalizarse por ello. Es normal que el Sevilla FC sea un club apetitoso para inversores, porque estamos hablando de una entidad exitosa en lo deportivo y que sólo tiene activos. Aquí no hay deudas, aquí hay triunfos deportivos y patrimonio, mucho patrimonio. Y eso lo pueden decir muy pocos en el panorama futbolístico español.



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

A todos estos inversores les hemos dicho lo mismo: gracias, pero NO. El Sevilla FC es para los sevillistas y de los sevillistas. Y créanme que eso es muy importante, muy, muy importante. Repito: PARA LOS SEVILLISTAS Y DE LOS SEVILLISTAS.

Quiero recordar que cuando tomé la palabra en la primera Junta General de Accionistas en la que comparecí como presidente, todavía provisional, dije lo siguiente:

*“Quiero mandar un mensaje de tranquilidad al Sevillismo. Muchas veces se ha dicho que este club está por encima de cualquier nombre, porque sus estructuras, perfectamente engrasadas, son sólidas y funcionan con una línea muy definida independientemente de las piezas que la conforman. Esto lo vamos a demostrar. Sabemos cuál es el camino a seguir. Y no me temblará el pulso en las decisiones difíciles que haya que tomar. Una cosa es la templanza y otra bien distinta la eficacia. Y como ya he dicho, es ahí donde tenemos que poner nuestro ímpetu”.*

Estas palabras se ven reforzadas por los resultados conseguidos desde entonces, apoyándose mi presidencia en la eficaz labor de mi Consejo de Administración.

Siempre digo que cuatro ojos ven más que dos y ocho más que cuatro. Y como presidente aplico esta filosofía al máximo apoyándome en los miembros del Consejo.

A ello hay que añadir el trabajo en la dirección general de José María Cruz, que regresó al club a los pocos meses de asumir yo la presidencia. Su capacidad está siendo clave para consolidar las nuevas líneas de trabajo estructural que durante mi mandato pretendo aplicar en el Club.

La senda de lo hecho en estos últimos dos años no difiere de lo que se comenzó a hacer a comienzos del pasado siglo. Todo ello no hace más que demostrar la fortaleza de nuestra institución. Es tan grande el Sevilla que es capaz de asimilar en las alturas con absoluta normalidad un cambio en la presidencia sin que decaiga el rendimiento deportivo, sino todo lo contrario.





Sevilla Fútbol Club, S.A.D

Desde el verano de 2003, once clasificaciones a Europa en doce temporadas. Ocho títulos, cinco de ellos europeos. 13 finales, una de ellas por jugar en esta campaña, cinco consecutivas en los tres últimos ejercicios. Son logros objetivos que fundamentalmente evidencian la fiabilidad de nuestro modelo, pese a que siempre tendrá que lidiar con el ya mencionado margen de error que nuestra gestión debe asumir.

Sí, repito esta idea, nuestra gestión implica riesgos, pero no queda otro remedio que correrlos si queremos escapar de la mediocridad que tan vulgar nos hizo en la segunda mitad del pasado siglo.

Voy a poner como ejemplo el último ejercicio cerrado, campaña 14/15, en la que sumamos nuestra mejor puntuación histórica en Liga y volvimos a ganar, sí, otra vez, la Europa League.

Este ejercicio se cuadró con más de diez millones de superávit, pese a que los gastos se incrementaron en casi 23 millones de euros, cerca de 16 de este incremento en la primera plantilla.

¿Cómo cuadramos ese aumento en la partida de gastos, fundamentalmente en el primer equipo? Pues aumentando los ingresos ordinarios, pero sobre todo gracias a los ingresos extraordinarios, que ascendieron a 43,3 millones, algo más de un 34 por ciento de los ingresos totales.

Dicho de otra forma, para crecer deportivamente, aumentando el gasto en la primera plantilla, hay que vender, que no es ningún problema cuando se sabe comprar, como ya hemos demostrado sobradamente.

Los hechos demuestran, en este sentido, que nuestro modelo es tan atrevido, como exitoso –ahí están los logros deportivos y económicos- y responsable.



Sevilla Fútbol Club, S.A.D.

Nuestros fondos propios han pasado de 23,8 millones de euros en junio de 2012 a 37,4 en junio de 2015. Estamos hablando de un incremento del 57 por ciento en sólo tres años, lo que remarca la indiscutible solvencia que manifiestan las cuentas del actual Sevilla FC.

Todo esto se ve reforzado por el hecho de haber sido el primer club español en haber cancelado las deudas con Hacienda. Porque la Sociedad carece de deuda financiera neta o porque cumplimos holgadamente con todas las ratios financieras impuestas por la LFP.

Todos estos indicativos que subrayan nuestra sensacional salud financiera son el reflejo de una línea de gestión económica sin apenas mácula en la última década.

Fíjense, en los diez últimos ejercicios cerrados hemos conseguido nueve superávits, con un beneficio no distribuido de 40,8 millones. Es decir, a 30 de junio de 2005 nuestros fondos propios eran de -3,4 millones y a 30 de junio de 2015 ascendían a 37,4.

Estos beneficios generados en la última década han multiplicado con creces el valor de las acciones del Sevilla FC. Y me explico. El valor nominal desembolsado tanto en la constitución de la Sociedad Anónima en el 92 como en la ampliación de capital del 97 fue de 60 euros por cada acción. Sin embargo, el valor contable de cada acción a 30 de junio de 2015 ascendía hasta los 361,5 euros.

A eso lo llamo yo crecer con mayúsculas.

Por cosas como ésta, no debe sorprenderle a nadie que tengamos el quinto límite salarial más alto del fútbol profesional español para gasto en la primera plantilla. Y, ojo, todo ello con la satisfacción que da saber que nuestros jugadores son nuestros, cien por cien patrimonio nuestro.

Honestamente pienso que los clubes de la zona media alta del fútbol español estamos en un contexto excepcional para crecer.



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

Para nosotros el reto tiene que ser a medio plazo acercarnos a los 200 millones de presupuesto, con el fin de consolidarnos en la zona Champions y encadenar cuatro o cinco participaciones consecutivas en la máxima competición continental, lo que definitivamente nos propulsará entre los mejores.

Decirlo así suena fácil, pero no lo es, lo que no quita que no lo vayamos a intentar. Lo imprescindible, no obstante, es ser un fijo en competición europea, como lo somos ahora.

Lo intentaremos siempre desde la máxima humildad, condición fundamental para no dar pasos en falso en un mundo como el del fútbol, donde en ocasiones abandonar la paciencia y correr demasiado es casi tan peligroso como quedarse de brazos cruzados.

Pero mientras eso ocurre tenemos que seguir trabajando en todas las facetas, entendiendo que nuestra gestión abarca mucho más que nuestra primera plantilla.

En este sentido, en esta temporada hemos apostado por iniciar una ambiciosa reforma integral del Ramón Sánchez-Pizjuán. O mejor dicho, vamos a terminar nuestro estadio, que estaba por hacer en muchos aspectos.

No era de recibo que el tetracampeón de la UEFA Europa League tuviera un estadio del siglo XX. No vale sólo con serlo, también hay que parecerlo. Si queremos trasladar la imagen de lo que en realidad somos, un club moderno y exitoso del siglo XXI, tenemos que tener un estadio acorde a estos tiempos.



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

Remodelar el estadio era algo que no podíamos dejar pasar más. Estamos cerca de concluir la primera fase, que se centraba en las mejoras relativas a los graderíos, por la que ya hemos sido felicitados por la LFP, debido a la mejora de la imagen del estadio en las retransmisiones televisivas.

Hay mucho más. Desde que comenzaron los trabajos en el pasado mes de junio se han realizado reparaciones de hormigones, impermeabilización de gradas, renovación de asientos, nuevos soportes publicitarios, nuevos banquillos, nuevas salidas de emergencia al terreno de juego, la sustitución de las rejas metálicas por mamparas de vidrio transparente en las divisorias de las distintas tribunas –una demanda histórica del Sevillismo- y colocación de nuevo videomarcador en Gol Sur, a la espera del de Gol Norte, ya en marcha.

Ahora, con la misma determinación nos disponemos a acometer la segunda y tercera fase. El resultado final se verá a finales de 2016.

De la segunda fase ya se puede ver el enfoscado y el pintado de las paredes, pero queda mucho por hacer: nuevos aseos y barras de bares, cambio de la actual iluminación por tecnología LED, nuevos suelos en todos los sectores, nueva señalética en español e inglés, mejora del vestuario local o habilitar el acceso por ascensor para aficionados con necesidades especiales en Fondo, Gol Norte y Gol Sur, son algunos de las mejoras que los sevillistas podrán comenzar a disfrutar a comienzos de la próxima campaña.

Finalmente, con la tercera fase de la remodelación nos centraremos en los exteriores del estadio, renovando las puertas de acceso al campo, con ya cuatro en marcha, y dotando a la fachada del Ramón Sánchez-Pizjuán de un nuevo revestimiento. Disfrutaremos de una moderna fachada de metal expandido (Deployé), retroiluminada con tecnología dinámica, que dará el lustre que merece el estadio de un tetracampeón de Europa. Insisto, no es sólo serlo, también hay que parecerlo.

Nuestra apuesta por remozar nuestras infraestructuras no se queda en el estadio. El próximo paso lo daremos en la ciudad deportiva, donde vamos a acometer notables mejoras, siempre mirando de reojo a lo que haga este año el Sevilla Atlético.

Si el filial ascendiera, que ahí está en la pelea, aceleraríamos la primera fase de este nuevo



Sevilla Fútbol Club, S.A.D.

proyecto, que tendría como primer objetivo mejorar las instalaciones y ampliar el graderío del Viejo Nervión, el campo principal de la ciudad deportiva.

Entendemos que apostar por la ciudad deportiva es apostar por el Sevilla FC, porque allí, en la Carretera de Utrera, tenemos un semillero inagotable. Hasta tres campeones del mundo –Carlos Marchena, Sergio Ramos y Jesús Navas- se han forjado allí, así como muchos otros jugadores de prestigio que nos han dado y siguen dando, ahí tenemos a nuestro capitán José Antonio Reyes, incalculable rendimiento deportivo y económico.

Con esta futura mejora en la ciudad deportiva demostramos una vez más que nosotros hablamos con hechos y que cuando decimos que somos un club de cantera lo decimos de verdad, con todas las de la ley.

Además, con acciones como ésta, transmitimos a todos los miembros de nuestros escalafones inferiores, tanto a técnicos como jugadores, que pensamos en ellos, que estamos con ellos. Nuestros constantes éxitos de nuestros equipos de cantera no son casualidad, como tampoco lo es ver a nuestro filial peleando por lo máximo. El hecho de que a día de hoy exista la posibilidad de que el Sevilla FC tenga a dos equipos representados en la LFP nos debe llenar de orgullo.

Más allá de nuestros éxitos en el campo, de nuestra apuesta por renovar nuestras infraestructuras y de nuestro buen trabajo en el capítulo económico-financiero, podemos presumir también de habernos ganado una reputación en España y Europa de club serio y profesional que sabe hacer bien las cosas.

No en vano, quiero recordar que hoy por hoy somos uno de los cinco clubes miembros ordinarios, junto a Barça, Madrid, Atlético y Valencia, de la prestigiosa Asociación Europea de Clubes. Asimismo, resulta igualmente destacable que nuestra relación con UEFA es tremendamente fluida y de constante colaboración.

Sin ir más lejos, la semana que viene, como ya ocurrió en la pasada campaña, el Sevilla FC estará representado en una Comisión de Prensa y Comunicación de UEFA compuesta ni más ni menos que por Madrid, Barcelona, Chelsea, Bayer de Munich, PSG, Juventus, AJAX, Olympiacos y Sevilla FC.



Sevilla Fútbol Club, S.A.D

El hecho de que nuestro club esté representado en estos foros junto a los mejores clubes de Europa no deja de ser un pequeño detalle, pero la reputación, no lo olvidemos, se forja con estos pequeños, pero grandes detalles.

Podemos enorgullecernos también de ser el tercer club del fútbol español con mayor transparencia, según el informe de Transparencia Internacional España y aspiramos a corto plazo a ser el primero

Como presidente del Sevilla FC, en definitiva, es una satisfacción sentir que nuestro club es el principal embajador de la ciudad de Sevilla por nuestra repercusión internacional.

La plata que venía hace siglos de las Américas, ahora la trae el Sevilla FC. Y lo hace con un modelo fiable y de irrefutable éxito, ni más ni menos que el que acabo de exponer.

El descomunal crecimiento del Sevilla FC en la última década demuestra que no, que en el fútbol no estaba todo inventado a comienzos del siglo XXI. Tampoco lo está ahora, porque el fútbol, como dije al principio de esta conferencia, evoluciona de forma constante. El reto está en sabernos adaptar a esos cambios con la mayor presteza posible para continuar donde estamos ahora, en la cresta de la ola.

Nosotros, de hecho, nos reinventamos temporada tras temporada con ese fin: seguir estando arriba e incluso pelear por títulos con constancia.

El fútbol es así, sí, así como nosotros queramos que sea.

Y nosotros lo que queremos es seguir haciendo historia y dándole grandeza a nuestra tierra, sin freno ni límites, con cabeza, pero con atrevimiento, siempre con atrevimiento. Y siempre con HUMILDAD.