



Mercado

La Selección Nacional de México es la Pasión Que Nos Une como mexicanos. Es un ícono de identidad, que se materializa a través de la expresión nacional en el deporte más popular del país, cualquier aficionado al fútbol mexicano o apasionado del deporte que se identifique con nuestro país integra nuestro mercado. A nuestro público mexicano se le reconoce como la mejor afición del mundo por la pasión y el compromiso que muestran con su apoyo. La alegría y el color son un sello que los distingue alrededor del mundo en las distintas competencias en las que participamos. Durante la Copa del Mundo Brasil 2014, los *fans* gritaron y cantaron como ninguna otra afición en la justa mundialista.

El apoyo que expresan en la tribuna es contagioso hacia el equipo y el cuerpo técnico. La comunión que existió durante el Mundial fue indescriptible. Ambos, equipo y afición, se complementaron para dar un reconocido y reconocible espectáculo.

La Selección Nacional de México es la única en todo el mundo que tiene un doble mercado natural que abarca México y Estados Unidos. Por ello existe una doble transmisión de los juegos para ambos mercados y patrocinadores diferenciados en los dos lados de la frontera.

Es destacable que en cualquier competencia internacional que tienen las Selecciones Nacionales, en cualquier categoría o género, siempre hay mexicanos apoyando en las gradas. Los mexicanos tienen un gran sentido de pertenencia hacia sus Selecciones.

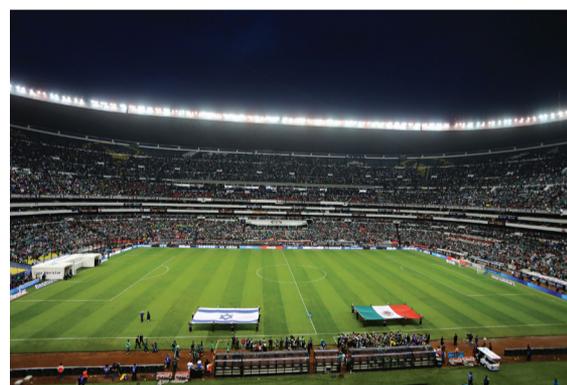
Hasta 1950, México reapareció en un Mundial y el arquero Antonio Carbajal mostró su talento para sumar cinco Mundiales (récord mundial) hasta Inglaterra 1966. En Suecia 1958 se obtuvo el primer punto en una Copa del Mundo con un empate 1-1 frente a Gales.

El primer triunfo en un Mundial fue en Chile 1962 cuando vencieron 3-1 a la poderosa selección

lentos a nivel mundial.

La primera participación en un Mundial de Playa fue exitosa y lograron el subcampeonato en 2007.

Arropados por la afición logran el campeonato Sub17 en el 2011 y en los Juegos Olímpicos de Londres 2012, México obtiene el Oro en el mítico estadio de Wembley con una épica victoria 2-1 ante Brasil.



Producto

La Federación Mexicana de Fútbol administra y gestiona el desarrollo deportivo, económico y comercial de las Selecciones Nacionales de México.

La Selección Nacional es una marca completamente reconocida en nuestro país y es el activo deportivo número uno en México.

La Selección Nacional de México tiene un gran valor deportivo, económico y cultural que le ha permitido ser punta de lanza para desarrollar el fútbol en México y así potenciar las fuerzas básicas y el desarrollo de los clubes.

Mediante socios comerciales, patrocinadores y licenciarios, se desarrolla una extensa gama de productos de valor para los aficionados. La Federación Mexicana de Fútbol es sinónimo de alto rendimiento. Se busca plasmar este concepto a nivel deportivo, comercial y de responsabilidad social. También es importante el compromiso con la comunidad y el sector menos favorecido de la sociedad. Se han logrado acuerdos con distintas fundaciones y pro-

de Checoslovaquia. El Mundial llegó a México en 1970 logrando el sexto puesto de la competencia. En 1986 México organizó la segunda Copa del Mundo. En cuartos de final, Alemania le ganó en penales a México.

En 1993 golea a Estados Unidos y se corona en la Copa Oro y logrando el subcampeonato en su primera participación en una Copa América. En 1999 fueron campeones de la Copa Confederaciones organizada en México y la Selección Femenil participó por primera ocasión en una Copa del Mundo.

En 2005 fueron campeones del mundo Sub17 en Perú, lo cual marcó el inicio de una era dorada para el balompié mexicano en el desarrollo de jóvenes ta-

Historia

La Selección Nacional de México tiene una rica y vasta historia desde sus inicios en los años veinte hasta las décadas recientes donde se han presenciado actuaciones destacables en Mundiales y torneos internacionales.

La primera Selección Nacional de México se formó en 1923 y la primera participación en un evento internacional se dio en los Juegos Olímpicos de Amsterdam en 1928.

El primer Campeonato del Mundo se jugó en Uruguay en el año de 1930 y cuando enfrentaron a Francia en el juego inaugural. Ahí Juan Carreño anotó el primer gol mexicano en la historia de los Mundiales.



gramas de asistencia social a fin de brindar alegría y cumplir sueños.

Logros

En los últimos años la Federación Mexicana de Fútbol se ha posicionado como una Selección Nacional de primera clase a nivel mundial. Dos campeonatos Sub17, los títulos en Copa Oro y Juegos Panamericanos, el tercer lugar Mundial Sub20 así como la medalla de Oro en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 han sido logros trascendentes.

El éxito deportivo ha ido de la mano de un exitoso modelo de comercialización de la Selección Nacional y de un sólido manejo financiero y administrativo. Se ha creado un círculo virtuoso de gestión de la Selección Nacional en todos los niveles.

Desarrollos Recientes

El ecosistema digital de la Selección Nacional de México es el más grande y extenso de cualquier selección a nivel mundial. El marketing digital permite conocer e interactuar con los aficionados a través de plataformas sociales, principalmente en *Twitter* y *Facebook*.

La selección mexicana fue la primera en el mundo con un perfil en *Google+* y una cuenta de *LINE* que ha llevado la experiencia de la Selección hasta los móviles de los *fans* junto con nuestra *app* gratuita.

La estructura digital, denominada Mi Selección para crear un lazo irrompible con los aficionados, también cuenta con desarrollos web (sitio web y *Hub Social*) que permiten una información actualizada e instantánea de las Selecciones Nacionales Mexicanas así como un espacio interactivo para participar en la conversación social en tiempo real.

Las constantes innovaciones permiten que *fans* y patrocinadores sean el centro de todas las interacciones.

Promoción

Los principales canales propios de promoción, son nuestras plataformas digitales que se han construido con un equipo multidisciplinario de distintas áreas de la Federación Mexicana de Fútbol.

La proyección por Televisión Abierta de juegos de la Selección Mayor, Menores y Femeniles ha permitido llegar a un público más amplio. El juego México vs. Holanda de la Copa del Mundo Brasil 2014 empató el récord de audiencia para un juego de fútbol con 43.3 puntos que poseía la final de la Copa Confederacio-



Millones de mexicanos han encontrado en la Selección Nacional un referente de trabajo en equipo; el cual, tiene un sonoro eco para ser un generador de transformación social para que cada vez más, nos unamos por una misma causa: ¡México!



miseleccion.mx

Cosas que usted no sabía sobre Federación Mexicana de Fútbol

- La Selección Mexicana es la única en el mundo con doble mercado natural: México y Estados Unidos.
- Durante la Copa del Mundo Brasil 2014, se alcanzó a más de 274.6 millones de personas a través de medios digitales y generó más de 11.5 millones de interacciones.
- Tienen más de 679,000 seguidores en su cuenta oficial de *LINE*.
- En la Copa del Mundo Brasil 2014 generó cuatro hashtags temáticos que se convirtieron en *Trending Topic*: #EnTwitterYEnLaCancha, #QueSeSientaMéxico, #HagamosHistoria y #FortalezaMexicana.



nes 1999 entre México y Brasil. Esta cifra cobra mayor relevancia hoy en día porque la oferta de plataformas para ver un juego de la Selección es mayor que la de hace 15 años.

Valores

La Selección Nacional de México está plenamente consciente de su función social que es un actor primordial para transmitir valores de alto rendimiento en toda la sociedad mexicana.

Como marca es muy relevante promover un estilo de vida saludable y de activación física; además de promover la honestidad, confianza y el respeto.