



Mercado

Cuando el balón rueda en la cancha del Estadio Universitario, miles de corazones laten con fuerza hasta estallar en un sinfín de emociones que celebran cada gol, cada victoria, cada punto con los que el Club Tigres ha logrado recientemente dos superlideratos y un anhelado campeonato que recompensó casi 30 años de ilusiones y entrega.

El sello de Tigres es la garra, la fuerza, el empuje con el que este equipo nuevoleonés ha logrado saltar al panorama nacional e internacional hasta posicionarse como un sólido protagonista del balompié mexicano, con una afición apasionada, leal y reconocida como la mejor del país.

Tigres es el único equipo que inspira a sus seguidores a vivir con pasión y compromiso con su entorno sustentado en la herencia, carácter y responsabilidad social de las instituciones que lo respaldan: la Universidad Autónoma de Nuevo León, la institución pública de educación superior más importante del norte de México, y CEMEX, compañía regiomontana que se sitúa entre las líderes del mundo en producción de cemento.



El plantel de la UANL es uno de los principales entre los 18 equipos de Primera División que integran la Liga MX, no solamente por su buen desempeño deportivo y participación en torneos continentales, sino por sus actividades de responsabilidad social y su presencia nacional e internacional a través de las 80 Academias Tigres, en las cuales 10 mil niños y niñas hacen del fútbol un elemento vital en su formación.

La afición de Tigres surgió originalmente de la comunidad de la UANL y hoy se ha extendido en el tiempo por varias generaciones y en la distancia a lo largo y ancho del estado, del país y más allá de sus fronteras, como lo ha demostrado un numeroso grupo de hinchas que declaró Territorio Tigre al estado norteamericano de Texas.

Tigres tiene seguidores en cada estado mexicano y en otros más de la Unión Americana, además de la fiel afición que radica en Nuevo León. El Estadio Universitario, con 42 mil butacas, es desde hace tres años el



primero en asistencia en México, y estadios de otras ciudades experimentan las llamadas invasiones felinas que realizan miles de seguidores en cada juego de visita. Ningún otro plantel tiene esta convocatoria en plazas locales y foráneas.

Historia

Desde su origen como equipo universitario, Tigres se fue ganando el corazón de la comunidad nuevoleonés, a la que dio hace más de tres décadas los primeros campeonatos del fútbol mexicano en su historia y, hasta hoy, también el más reciente: el campeonato del Apertura 2011.

Nacido oficialmente el 7 de marzo de 1960, el Club surgió de una metamorfosis del equipo Jabatos, fundado tres años antes con jugadores de los llanos y las ligas amateurs del fútbol regiomontano por convocatoria de un grupo de empresarios que finalmente lo cedió a la UANL.

En 1967 fue inaugurado el Estadio Universitario para constituirse en la casa del equipo que luchaba por mantenerse en el fútbol profesional y aspiraba al ascenso a la Primera División, que alcanzó en 1974. Un año después, ganó el primer campeonato de Copa y en 1978, su primera estrella con el campeonato de Liga. En 1982 consiguió su segundo título con el mismo grupo de nombres que hoy son leyenda en la institución: Carlos Miloc, Tomás Boy, Gerónimo Barbadillo y Osvaldo Batocletti.

En 1996, entre problemas económicos y el drama de descender por un año, la UANL formó una alianza con la iniciativa privada para ceder la administración del equipo, y CEMEX tomó desde entonces las riendas de lo que ya para entonces era patrimonio afectivo de los nuevoleonés.

De nuevo en la Primera División, Tigres inició con el milenio el camino hacia la internacionalización y retomó el protagonismo que lo llevó a dos subcam-

peonatos y, finalmente, a su tercer título en diciembre de 2011 con otro grupo de hombres que hoy sigue haciendo historia, como su director técnico, Ricardo Ferretti, y su capitán, Lucas Lobos.

Esta unión entre la Universidad y CEMEX ha proporcionado al Club un fuerte soporte que ningún otro equipo mexicano puede igualar. Atrás de su éxito en la industria del fútbol está el líder cementero a través de la empresa Sinergia Deportiva, mientras que la UANL sigue siendo para Tigres su cuna, su casa y fuente que alimenta la satisfacción de representar a la institución pública de educación más importante del norte del país.

Producto

Líder inamovible en la tabla de Fair Play de la Liga Mexicana desde hace tres años, el Club defiende un fútbol limpio y aguerrido que no solamente ofrezca como producto un espectáculo de calidad sino que brinde esparcimiento a las familias mexicanas, que promueva este deporte como parte esencial en la formación de los jóvenes y que inspire en cada uno de sus seguidores la pasión y la lucha por un mejor futuro.

Además de los partidos en el Estadio Universitario, Tigres entrega experiencias memorables a su afición a través de programas como Tigres por los Niños, Mundo Tigre y las Academias Tigres, que multiplican los aprendizajes positivos relacionados con el balompié: trabajo en equipo, disciplina, respeto a las reglas, una vida saludable y espíritu de triunfo.

Las alianzas con diversas compañías han extendido la gama de productos para el público de Tigres: además de las camisetas y artículos deportivos de la marca a través de sus Tigretiendas, el Club ofrece viajes a los par-



tidos como visitante a través del Tigrecharter, la revista oficial Esto es Tigres y el programa Mundo Tigre TV.

Logros

La afición de Tigres ha tenido en los últimos años grandes motivos de satisfacción: además de ser Campeón del Apertura 2011 y Superlíder del Clausura 2011 y del Clausura 2013, el Club ha cosechado diversas preseas, como los nueve Balones de Oro de la Federación Mexicana de Fútbol, con los que arrasó en una sola entrega a principios de 2012. Lucas Lobos ha ganado hasta el momento cuatro Balones de Oro (dos como Mejor Jugador del fútbol mexicano y dos más como Mejor Medio Ofensivo), obtenidos entre 2011 y 2012.

Tigres también hizo historia al establecer el mejor récord defensivo en la historia de torneos cortos (sólo 9 goles en contra en 17 partidos) en el Clausura 2011 y el mejor récord de partidos sin derrota en casa (26 juegos entre febrero de 2011 y abril de 2012).



Además del desempeño deportivo, el equipo de la UANL está viviendo una etapa de bonanza con solidez en la parte financiera e incrementos sustantivos en el reconocimiento como marca, en participación de mercado y en la extensión geográfica de sus dominios gracias a la mercadotecnia digital.

Desarrollos Recientes

Pionero del distintivo de Empresa Socialmente Responsable, Tigres motiva a sus aficionados a buscar un mejor futuro y también se ha unido a los esfuerzos por un planeta más verde: en el 2012 obtuvo el sello Neutral Carbon, mediante el cual se compromete a contabilizar, reducir y neutralizar las emisiones de dióxido de carbono que resultan de sus actividades, incluidos los trayectos de sus miles de aficionados al Estadio Universitario o a otras ciudades del país.

Además, ha enfocado sus esfuerzos de responsabilidad social en la niñez con dos proyectos creados en el 2011: Tigres por los Niños y Mundo Tigre, que hasta la fecha han brindado vivencias memorables a cerca de 50 mil niños mediante recorridos por el Estadio Universitario, convivencias con jugadores, sesiones de entrenamiento deportivo en sus escuelas y espacios de recreación con el tema del balompié.

Las Academias Tigres se han triplicado en los dos años recientes. Una tercera parte de estas es-



cuelas está en el estado de Nuevo León, más de 40 están distribuidas en diversas ciudades de la República Mexicana, y una decena opera en el extranjero, en los estados norteamericanos de Texas, California, Arizona y Colorado, y en la ciudad de Santiago de Chile. De los equipos del fútbol mexicano, Tigres destaca en la zona norte como el número uno en cantidad de academias y alumnado.

Promoción

Tigres ha aprovechado el poder de las redes sociales y hoy tiene una de las comunidades más amplias en Facebook y en Twitter entre todos los equipos del fútbol nacional pero, además de la mercadotecnia digital, ha establecido vínculos con diversos sectores de la sociedad y mantiene una constante comunicación con sus seguidores a través del resto de sus medios oficiales.

Además, ha establecido o renovado alianzas con los grupos de medios más importantes en el ámbito local, nacional e internacional para asegurar que la transmisión de los partidos de Tigres llegue a cada uno de sus aficionados, así como para difundir contenidos institucionales que refuercen el sentido de pertenencia de la afición y motiven la participación de la audiencia en sus programas de responsabilidad social.



Valores

El fútbol es el deporte que mueve al mundo (la ONU tiene 193 países afiliados; la FIFA, 209) y es también el deporte que mueve a México (64 por ciento de la población mexicana es aficionada a alguno de los equipos de Primera División, según la Consulta Mitofsky 2013). Tigres está convencido de que, con esa fuerza, el fútbol puede y debe ser un medio para generar un impacto positivo en nuestra sociedad.

El apoyo a la comunidad es uno de los grandes diferenciadores de Tigres y está en su esencia, desde su misión, que es brindar a la comunidad un ambiente de esparcimiento y satisfacción mediante un



espectáculo familiar y deportivo de calidad, con resultados ganadores, así como impulsar el talento deportivo y la formación integral de sus fuerzas básicas.

Los valores que rigen el actuar de Tigres -orientación a resultados, liderazgo, compromiso, colaboración, integridad y pasión- guían el esfuerzo diario para cumplir con su visión: ser el club de fútbol mexicano líder en competencias nacionales e internacionales, que se distinga por un modelo efectivo de formación integral de jugadores, por la administración eficiente de los recursos, por su alto compromiso social y por la generación de valor para su afición, patrocinadores y comunidad en general.

Mientras, sus miles de seguidores visten con orgullo los colores amarillo oro y azul, llenan su vida diaria de ilusiones y entrega inspiradas en su equipo y hacen resonar su pasión en El Volcán -como también se conoce al Estadio por el desbordamiento de emociones- con un grito que deja muy claro lo mágico que es el fútbol: ¡Esto es Tigres!



Cosas que usted no sabía sobre Tigres

- Es el equipo favorito de los nuevoleonenses, con el 44 por ciento de las preferencias.
- Tigres fue el primer equipo de México en obtener y refrendar desde el 2008 la certificación Empresa Socialmente Responsable del Consejo Mexicano para la Filantropía.
- Es el único equipo en México con el sello Neutral Carbon, obtenido en el 2012.
- El estadio de Tigres es el número uno de México en asistencia, superando a estadios de mayor capacidad.
- Sus aficionados organizan las llamadas invasiones e hicieron historia en marzo de 2013 al reunir a más de 25 mil aficionados en San Luis Potosí.
- Es el único equipo con programas y actividades diversas enfocadas en la niñez: Mundo Tigre, Tigres por los Niños y Academias Tigres.
- El primer campeonato de Liga que se vivió en Monterrey fue de Tigres, en 1978.
- En el Estadio Universitario nació en 1984 el fenómeno mundial conocido como La Ola.
- El sitio web dedicado al análisis deportivo, colgadosporelfutbol.com, colocó a la de Tigres como la segunda mejor afición del mundo después de la del Boca Juniors.