

# La Copa Mundial: ¿deporte o economía?

3 min de lectura

08 de abril 2025

**dportenis**  
CENTRO DE INNOVACIÓN

La Copa Mundial de la FIFA 2026, coorganizada por México, EE.UU. y Canadá, representa una oportunidad económica y de imagen sin precedentes para el país. La proyección clave es la llegada de 5.5 millones de turistas adicionales a México durante junio y julio de 2026, coincidiendo con el torneo. Este flujo masivo, concentrado en las ciudades sede (CDMX, Guadalajara, Monterrey), generará una derrama económica estimada entre \$500 millones y casi \$2 mil millones USD e impulsará el empleo. Para Grupo dportenis, con su red de tiendas y marcas relevantes, es crucial capitalizar este evento mediante una estrategia enfocada en producto, marketing y experiencia del cliente.

## México como el escenario mundial

México se convertirá en el primer país en albergar tres Copas Mundiales masculinas. La actividad se centrará en:

- Ciudad de México (Estadio Azteca): sede del partido inaugural y 4 partidos más. Será el primer estadio con tres inauguraciones mundialistas.
- Guadalajara (Estadio Akron): 4 partidos de fase de grupos.
- Monterrey (Estadio BBVA): 4 partidos (3 de fase de grupos, 1 de dieciseisavos).



En total, México albergará 13 partidos. La proyección de 5.5 millones de turistas adicionales subraya la magnitud del evento, que podría impulsar a México al Top 5 de destinos turísticos globales, superando significativamente las cifras habituales (42.2M en 2023). Los visitantes, con perfiles diversos, buscarán experiencias ligadas al fútbol y turismo general, demandando servicios de hospitalidad, transporte y comercio.

## México como el escenario mundial

El Mundial catalizará la economía mexicana. Las proyecciones de derrama varían significativamente, desde \$500M hasta cerca de \$2B USD, con estimaciones locales de más de \$600M USD solo para CDMX.

## La Copa Mundial: ¿deporte o economía?

Se espera una creación de empleo considerable y un impulso al PIB, particularmente en el sector turístico. Los beneficios se extenderán a hotelería, transporte, alimentos y bebidas.

Sin embargo, existen riesgos: un contexto macroeconómico potencialmente adverso para 2025-2026, presiones inflacionarias locales, la temporalidad de los beneficios, y factores externos como la revisión del T-MEC y la percepción de seguridad.

### ¿Cómo lo capitalizamos?



Grupo dportenis está bien posicionado gracias a su red de más de 225 tiendas, incluyendo presencia en una de las ciudades sede. La estrategia debe centrarse en:

- Optimización de tiendas físicas (Guadalajara): mapear y priorizar tiendas en Guadalajara cercanas al Estadio Akron, fan zones y hoteles. Adaptar layout, reforzar personal y considerar horarios extendidos.
- Estrategia digital y logística (CDMX y Monterrey): dada la ausencia de tiendas físicas en estas ciudades, enfocar los esfuerzos en el canal online (dportenis.mx). Implementar una logística de entrega eficiente y promocionar opciones de envío rápido a estas ciudades. Evaluar la viabilidad de puntos de venta temporales (pop-ups) o alianzas con comercios locales para tener presencia física durante el evento.
- Surtido de productos enfocado: priorizar mercancía de fútbol, ropa y calzado lifestyle, y accesorios relevantes. Explorar artículos exclusivos "Mundial 2026". Gestionar el inventario con agilidad para responder a la demanda fluctuante, considerando la distribución entre Guadalajara y los centros de envío para CDMX/Monterrey.
- Marketing bilingüe y localizado: implementar campañas digitales geosegmentadas para las tres ciudades. Desarrollar visual merchandising temático en tiendas de Guadalajara. Lanzar promociones tácticas ligadas a partidos (especialmente en Guadalajara). Iniciar temprano para captar la planificación de los turistas.

## La Copa Mundial: ¿deporte o economía?

- Experiencia del Cliente Omnicanal: Asegurar integración online-offline donde sea aplicable (Guadalajara ). Optimizar web (dportenis.mx ) para usuarios internacionales (idioma, pagos, localizador ). Capacitar al personal de Guadalajara para atención internacional. Garantizar sistemas de pago robustos online y en tienda. Reforzar el soporte al cliente online para consultas desde CDMX y Monterrey.
- Alianzas y Activaciones: Buscar presencia (digital o física si es viable vía pop-ups) en fan zones o eventos en las tres ciudades. Colaborar con turoperadores. Interactuar con influencers. Considerar patrocinios locales alineados con impacto social.

El Mundial 2026 es una oportunidad única para Grupo dportenis. El éxito dependerá de una planificación meticulosa iniciada con antelación (inventario, marketing, logística) y una ejecución ágil y adaptable durante el evento. Es fundamental priorizar las tiendas en ciudades sede, asegurar un surtido de productos relevante, comunicarse eficazmente con turistas nacionales e internacionales y ofrecer una experiencia de compra fluida. La preparación y la capacidad de respuesta rápida serán esenciales para maximizar los beneficios de esta coyuntura histórica.

