CDMX

Estima Canaco que el Mundial 2026 dejará una derrama económica de 26 mil 280 millones de pesos en la CDMX

7 de mayo de 2026 · 3 min de lectura



La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco CDMX) afirmó que el Mundial 2026 puede convertirse en un punto de inflexión para la economía de la capital, al estimar una derrama económica de 26 mil 280 millones de pesos, la llegada de 1 millón 168 mil turistas y la posible generación de entre 70 mil y 90 mil empleos.

Al respecto, Vicente Gutiérrez Camposeco, presidente de Canaco CDMX, aseguró que el certamen puede marcar “un antes y un después” para la economía de la urbe.

“No estamos hablando sólo de fútbol; estamos hablando de inversión, turismo, consumo, empleo y de una oportunidad histórica para demostrar que la capital está lista para competir y crecer ante los ojos del mundo”, señaló.

Según las estimaciones del organismo empresarial, el gasto promedio por turista durante el torneo será de 22 mil 500 pesos, lo que prevé una temporada de alta actividad económica para los sectores relacionados al turismo y al consumo.

En este sentido, destacó que los sectores con mayor derrama económica serán hospedaje, con 10 mil 512 millones de pesos; entretenimiento, con 4 mil 493 mdp; comercio al por menor, con 3 mil 915 mdp; alimentos y bebidas, con 3 mil 758 mdp; y transporte, con 3 mil 600 mdp.

Sin embargo, indicó que el verdadero reto es que dicho beneficio llegue a toda la ciudad, es decir, a los hoteles, restaurantes, comercios de barrio, mercados, transportistas y empresas familiares que diariamente sostienen la economía local, por lo que “el comercio capitalino debe prepararse desde ahora”.

Por lo anterior, Gutiérrez Camposeco advirtió que el éxito económico de la justa mundialista no será automático, sino que dependerá directamente del nivel de preparación del sector empresarial.

Asimismo, detalló que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen una oportunidad histórica, ya que el consumo de productos y servicios nacionales bajo el mensaje “Lo hecho en México siempre gana” se ha fortalecido.

También subrayó que las y los visitantes no solo vendrán a ver partidos, sino a vivir la experiencia de la capital, lo que representa una gran oportunidad para comercios, servicios y productos locales.

“El Mundial no puede ser solo una celebración de unos días. Debe ser una plataforma para fortalecer al comercio de la Ciudad de México, generar empleo y construir un legado económico duradero. Si nos preparamos bien, esta será una oportunidad histórica que no podemos dejar pasar”, precisó.

Por otra parte, la firma NielsenIQ anticipó un aumento en el consumo de los hogares mexicanos asociados a la transmisión de los partidos y a la convivencia familiar, ya que 7 de cada 10 mexicanos seguirán el torneo por televisión y una proporción similar del gasto se concentrará en las tiendas de abarrotes.

De acuerdo con el estudio “De la Cancha al Hogar", entre 70 y 80% de los hogares suelen ver los partidos mundialistas desde casa y consumen con base en el desempeño de la Selección Mexicana, ya que 52.1% de los hogares declaró que su gasto incrementa durante los encuentros del “Tri”.

Detalló que, durante estos periodos, los hogares concentran 46% de su gasto en el “Canasto Deportivo”, que incluye botanas, refrescos, bebidas alcohólicas, carnes frías y pan de caja.

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/cdmx/estima-canaco-que-el-mundial-2026-dejara-una-derrama-economica-de-26-mil-280-millones-de-pesos-en-la-cdmx
Descargado el 21 de noviembre de 2026.