



GUÍA DE PREPARACIÓN EMPRESARIAL RUMBO AL MUNDIAL 2026



Contenido

Introducción	3
Sección I. Toolkit de Preparación Empresarial	4
1.1. Panorama del evento	4
1.2. Preparación del negocio	9
1.3. Atención al turista internacional	13
1.4. Pagos internacionales y aspectos financieros	21
Sección II. Playbook de Activación	25
2.1. Marketing y Aprovechamiento Comercial	25
2.2. Normativa y Uso de Marca	27
2.3. Seguridad y Manejo de Multitudes	29
2.4. Sostenibilidad e Inclusión	31
Sección III. Recursos	34
3.1. Coordinación con Autoridades y competencias	34
3.2. Checklist Final para Negocios	39
Anexos	41
Anexo 1. Asesoría para Apertura y Formalización de Negocios	41
Anexo 2. Frases básicas en Inglés	42
Anexo 3. Plataforma Capacitur	44
Anexo 4. Capacitación turística Anfitriones Mundial 2026 del municipio de Monterrey	44
Anexo 5. Afiliación CANACO	45
Referencias	47

Introducción

La Copa Mundial de la FIFA 2026 es uno de los eventos para más grandes del mundo y **representa una oportunidad** única para **Nuevo León de posicionarse a nivel internacional**. Más allá del ámbito deportivo, el Mundial implica un **aumento significativo** y concentrado en la demanda de **bienes y servicios**, así como una mayor **exposición para los negocios locales**.

Se estima que Nuevo León captará alrededor del 11.8% de la derrama económica nacional generada por el evento, dentro de un total de 2,250 millones de dólares netos (Román, 2026). Aunque esta proporción es menor en comparación con otras sedes, representa una oportunidad relevante para impulsar ingresos, atraer nuevos clientes y fortalecer la presencia del estado en mercados globales.

Los sectores de comercio, servicios y turismo —que en conjunto representaron el 53.59% del PIB estatal en 2024— serán los principales beneficiados, pero también los más exigidos. La llegada de visitantes nacionales e internacionales implicará mayores estándares de servicio, adaptación operativa y capacidad de respuesta ante una demanda más diversa y competitiva.

En este contexto, **el objetivo del presente manual es brindar a los negocios de Nuevo León herramientas prácticas para prepararse**, operar de manera eficiente y aprovechar las oportunidades del Mundial, cumpliendo con la normativa aplicable y maximizando su impacto económico.

SECCIÓN I. TOOLKIT DE PREPARACIÓN EMPRESARIAL

1.1. Panorama del evento

La Copa Mundial de la FIFA 2026 generará un incremento significativo y concentrado en la afluencia de visitantes en la Zona Metropolitana de Monterrey, especialmente en torno a puntos estratégicos como el Estadio Monterrey (Estadio BBVA) y el Parque Fundidora.

El torneo se llevará a cabo del 11 de junio al 19 de julio de 2026, con un formato ampliado que incrementa el número total de partidos y extiende la duración del evento. **Monterrey será sede de 3 partidos** de fase de grupos y 1 de rondas eliminatorias, lo que generará distintos picos de afluencia a lo largo del torneo.

Además de los partidos, **el FIFA Fan Festival Monterrey 2026 funcionará como uno de los principales centros de concentración de personas.** Este espacio reunirá a miles de asistentes para la transmisión en vivo de los encuentros, así como actividades culturales, música y experiencias relacionadas con el fútbol, **lo que extenderá la actividad económica más allá de los días de partido y de las inmediaciones del estadio.**

Para los negocios, esto implica un cambio relevante en los patrones de demanda:

- Mayor flujo peatonal en zonas específicas y en horarios concentrados
- Incremento en el consumo inmediato (alimentos, bebidas, transporte, servicios rápidos)
- Mayor presencia de turistas internacionales con diferentes hábitos de consumo

Adicionalmente, durante los días de mayor afluencia **se implementarán operativos de seguridad y movilidad** en zonas cercanas a los principales puntos de interés, incluyendo cierres viales y control de accesos. Estas medidas pueden afectar tanto la llegada de clientes como la logística de abastecimiento, por lo que requieren anticipación en la planeación operativa.

En este contexto, no todos los negocios enfrentarán el mismo escenario: **aquellos ubicados en zonas de alta concentración tendrán mayor exposición**, pero también mayores restricciones, mientras que otros deberán ajustar su estrategia para atraer y atender la demanda desde ubicaciones menos céntricas.

Comprender cómo se redistribuye el flujo de personas y cómo operará la ciudad durante el evento es clave para tomar decisiones informadas y aprovechar las oportunidades que presenta el Mundial.

Fechas Importantes de los Partidos

Monterrey será sede de partidos de fase de grupos y una ronda eliminatoria, lo que atraerá visitantes de distintas regiones del mundo, principalmente de Europa, Asia y África.

Entre los países confirmados o posibles participantes en los encuentros destacan:



Suecia



Túnez



Japón









Sudáfrica



República de Corea



Calendario de partidos en Monterrey

Día	Fecha	Horario	Partido	Fase	Sede
Domingo	14 de junio 2026	20:00 horas	 Suecia vs. Túnez (Grupo F) 	Fase de grupos	Estadio BBVA
Sábado	20 de junio 2026	22:00 horas	 Túnez vs. Japón (Grupo F) 	Fase de grupos	Estadio BBVA
Miércoles	24 de junio de 2026	19:00 horas	 Sudáfrica vs. República de Corea (Grupo A) 	Fase de grupos	Estadio BBVA
Lunes	29 de junio de 2026	19:00 horas	1° Grupo F vs. 2° Grupo C	Eliminatoria - Dieciseisavos de final de	Estadio BBVA

Nota. Elaboración con datos de la FIFA (2026).

Detalles del estadio

Nombre: **Estadio BBVA**

Ubicación: **Guadalupe, Nuevo León, México**

Capacidad: **53,500 espectadores**

Inauguración: **2015**

Participación en el torneo: **3 partidos de fase de grupos y 1 partido de eliminación directa**

Mapa de lugares

Parque Fundidora

Tiempo estimado de traslado desde el centro de Monterrey:

10 - 20 minutos

[Click aquí para ver la ubicación](#)

MAPA DE UBICACIÓN PARQUE FUNDIDORA

Edificios:		Plazas:		Señalética:	
Centro de Exposiciones	Centro de las Artes I	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Cápsula	Primeros Auxilios
Escuela Adolfo Prieto	Población Casapino	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Plazas	Área de Juegos
Auditorio Carlos Prieto	Población Casapinto	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Alameda	Área de Espectro
Centro Operativo	Oficinas Generales	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Estacionamiento	Pista de Hielo
Pista de Hielo Fundidora	Oficinas del Parque	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Baños	Ruta Bicicleta
Población Socialista	La Casa de los Lobos	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Metro	Ruta campo Golf
Iguala: Puntos de Interés	Hotel Holiday Inn	Plaza Mirador	Plaza Mirador	Express Fundidora	Información
Centro de las Artes II	Cinescopia	Plaza Mirador	Plaza Mirador		
Hospital	Arena Monterrey	Plaza Mirador	Plaza Mirador		
Población Mirador	Parque Aéreo	Plaza Mirador	Plaza Mirador		
Población de Avenidas	Asfaltería Botánica	Plaza Mirador	Plaza Mirador		
Centro de las Artes III	Plaza Secoma	Plaza Mirador	Plaza Mirador		
Sirenas	Puntos Semáforos	Plaza Mirador	Plaza Mirador		

* Próximamente MUSEO PAPALOTE VERDE.

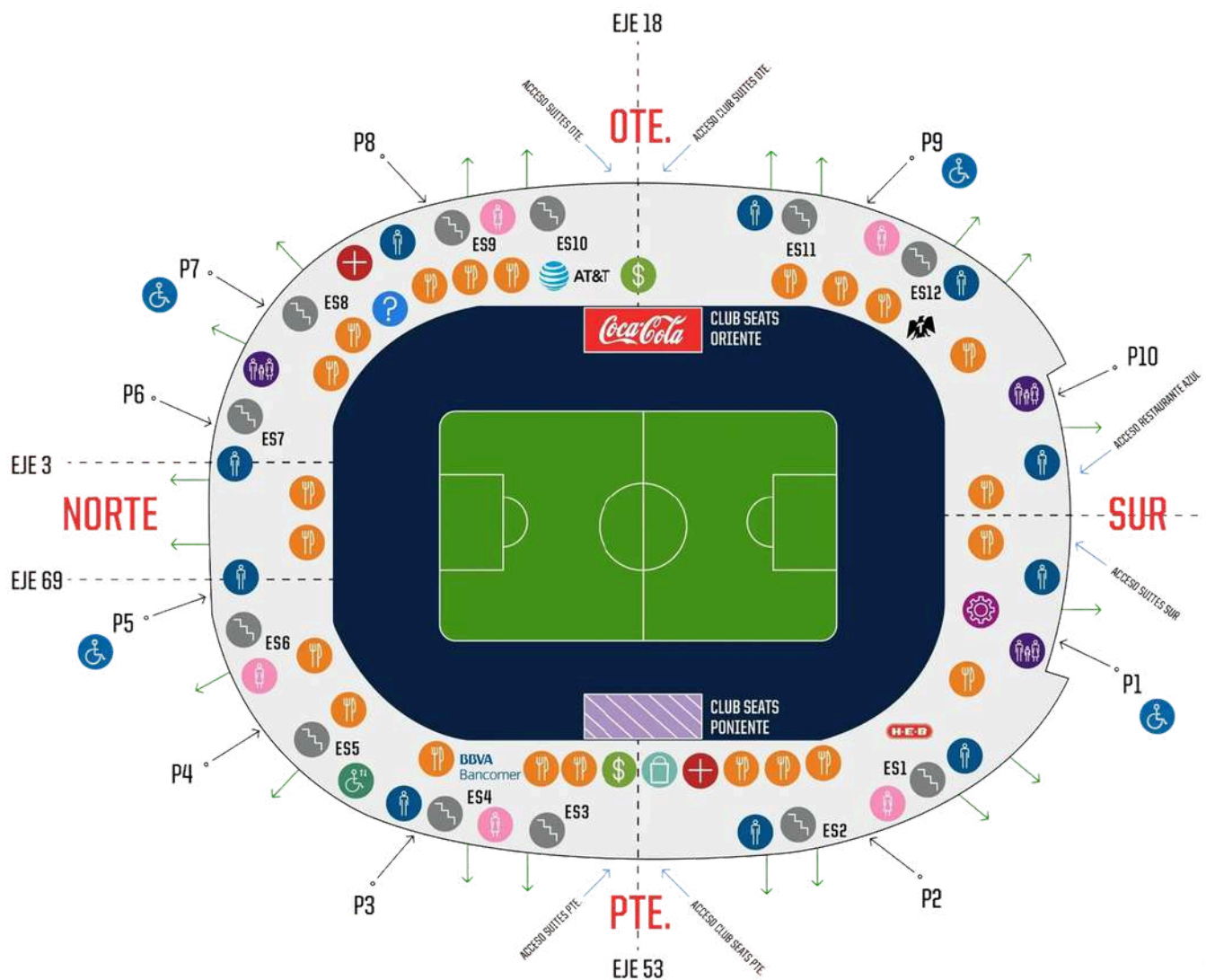


Estadio Monterrey

Tiempo estimado de traslado desde el centro de Monterrey:

20 - 30 minutos

[Click aquí para ver ubicación](#)



Fuente. Monterrey. (2026). Estadio BBVA. <https://estadio-bbva.mx/planea-tu-visita>

1.2. Preparación del negocio

La preparación del negocio para la Copa Mundial de la FIFA 2026 **implica asegurar condiciones legales, operativas y logísticas** que permitan atender el incremento en la demanda sin interrupciones ni sanciones durante el evento.

Como contexto, **“Ponte Nuevo, Ponte Mundial”** es una iniciativa que articula esfuerzos del gobierno, sectores estratégicos y ciudadanía para **impulsar acciones con impacto positivo en Nuevo León**. A la par, el estado ha promovido programas como **“Hecho en NL”**, donde más de **250 emprendedores participaron en conferencias, paneles y networking** con capacitación enfocada en digitalización, ventas y acceso a financiamiento. La **Secretaría de Economía, Betsabé Rocha, destacó que estas iniciativas buscan fortalecer las capacidades empresariales** ante el dinamismo económico de los eventos internacionales, aunque su implementación recae en cada empresa.

Las empresas aún pueden integrarse activamente a **“Ponte Nuevo, Ponte Mundial”** mediante acciones concretas que contribuyan a este esfuerzo colectivo y a un legado duradero.

Capacitación en el Idioma Inglés y Atención al turista

“El Nuevo Pasaporte Nuevo León” es una **aplicación digital** desarrollada por la Secretaría de Turismo y el Gobierno del Estado **que concentra información, beneficios y experiencias** para ciudadanos y visitantes. **Permite descubrir eventos, atractivos turísticos, promociones, rutas y actividades**, facilitando la planeación de la estancia y mejorando la experiencia del usuario.

La plataforma es multilingüe e integra herramientas de inteligencia artificial para personalizar la navegación, además de **impulsar el consumo local y conectar a las empresas con nuevas audiencias**. También permite que más empresas del sector consumo y turismo se integren, ampliando su visibilidad dentro del ecosistema turístico.



¿Puedo publicar mi negocio?

El “**Nuevo Pasaporte Nuevo León**” invita a los negocios a sumarse a esta plataforma y aprovechar esta herramienta para **aumentar su visibilidad, atraer nuevos clientes** y formar parte de la experiencia rumbo al Mundial 2026, además de mantenerse como plataforma permanente para turistas. nuevopasaportenl@nuevoleon.gob.mx

Cumplimiento y permisos

Antes de cualquier estrategia comercial o activación, es indispensable que el negocio opere dentro del marco legal vigente.

Registre su negocio. Antes de comenzar a solicitar permisos o planificar activaciones, asegúrese de que su negocio tenga la licencia adecuada. Haga esto primero para asegurarse de que puede operar legalmente.

Se recomienda verificar con anticipación:

- Licencia de funcionamiento y uso de suelo
- Permisos para eventos o activaciones temporales
- Autorización para venta de alcohol (si aplica)
- Permisos sanitarios para manejo de alimentos

Adicionalmente, es recomendable que los negocios se integren a directorios empresariales o plataformas de visibilidad local (cámaras, asociaciones o redes comerciales), lo que puede facilitar su vinculación con oportunidades derivadas del evento.

La falta de cumplimiento puede derivar en sanciones o suspensión de actividades en momentos de alta demanda.

Cronograma de preparación

Para reducir riesgos, se recomienda estructurar la preparación en etapas previas al evento:



Periodo Previo	Acciones Clave
90+ días antes	Revisión de permisos, contratos y coberturas de seguro; inicio de trámites para eventos o activaciones
60 días antes	Reclutamiento y capacitación de personal; ajustes operativos y preparación para atención a turistas
30 días antes	Cierre de acuerdos con proveedores; planificación logística de abastecimiento y transporte
7-1 días antes	Abastecimiento de inventario crítico (agua, hielo, insumos); pruebas de sistemas de pago y revisión operativa final

Nota. Elaboración con base en Atlanta BeltLine (2026). Cronograma orientativo.

Este cronograma es orientativo y permite anticipar cuellos de botella en operación, logística y servicio.

Logística de suministros y movilidad

Durante el Mundial, la operación diaria de la ciudad se verá modificada por cierres viales y operativos de seguridad en municipios como Monterrey y Guadalupe, especialmente en zonas cercanas al Estadio BBVA y el Parque Fundidora.

Por ello, los negocios deben anticipar:

- **Ventanas de entrega:** programar abastecimientos en horarios permitidos para evitar afectaciones por cierres
- **Inventario:** prever una “demanda de choque”, con mayor consumo en periodos cortos
- **Transporte:** considerar tiempos adicionales para empleados y proveedores (Metrorrey, Transmetro y rutas alternas)

Una mala planificación logística puede limitar la capacidad de operación incluso en zonas de alta demanda.

Zonas de control y restricciones

Durante el evento, se implementarán perímetros de control alrededor de sedes oficiales, particularmente en torno al Estadio BBVA y áreas del Parque Fundidora.

La “*Clean Zone*” (zona limpia) de la FIFA es uno de los conceptos más relevantes para el evento y afecta directamente a los negocios.

En estas áreas:

- Solo las marcas y patrocinadores autorizados pueden realizar publicidad o activaciones comerciales
- Pueden existir restricciones para nuevas promociones o comunicación que sugiera afiliación oficial
- La supervisión se realiza por autoridades y organizadores del evento

De acuerdo con lineamientos internacionales del evento, estos perímetros pueden extenderse hasta aproximadamente 2 km alrededor de los estadios. En Monterrey, estas medidas se concentrarán principalmente en torno al Estadio BBVA y zonas del Parque Fundidora.

La FIFA implementa estas zonas para proteger a sus patrocinadores oficiales, evitar el “*ambush marketing*” y controlar la imagen del evento. Los negocios establecidos pueden continuar operando, pero deben evitar incorporar elementos publicitarios no autorizados.

1.3. Atención al turista internacional

La **llegada de turismo internacional** durante el Mundial **exige ajustes en la forma en que los negocios comunican**, operan y brindan servicio. La hospitalidad regiomontana —característica de la “Sultana del Norte”— representa una ventaja competitiva; sin embargo, debe complementarse con preparación operativa y capacidad de adaptación.

Por ello, la **atención al turista internacional** se convierte en un factor clave para generar confianza, mejorar la experiencia del cliente y destacar frente a la competencia. Para lograrlo, es necesario considerar aspectos como el **idioma, la cultura, los hábitos de consumo y las expectativas de servicio**. En este sentido, es especialmente importante capacitar al personal de primer contacto en el idioma inglés, ya que será clave para brindar una atención efectiva a visitantes internacionales.

El Gobierno del Estado de Nuevo León, a través de la Secretaría de Turismo, presentó “**CAPACITUR**”, la primera plataforma en México de capacitación turística gratuita enfocada en la atención al visitante. Esta plataforma permite a los usuarios **capacitarse desde** cualquier lugar, incluso desde su **celular**, con contenidos como **Anfitrionía turística, Inglés básico e Inglés situacional**, herramientas fundamentales para elevar la calidad en la atención y mejorar la experiencia del visitante.

Adicionalmente, la **Secretaría de Turismo** cuenta actualmente con **capacitaciones presenciales** que pueden solicitarse para las empresas, donde se imparten **cursos de atención al visitante**, fortaleciendo así las habilidades del personal de manera directa.

De manera complementaria, el **Municipio de Monterrey** implementó la plataforma “**Capacitación Turística Anfitriones, Mundial 2026 - Monterrey**”, donde los interesados pueden **registrarse** con sus datos personales (nombre, correo, teléfono, CURP e INE). Esta **capacitación** incluye temas como **atención al visitante internacional, bases culturales de Monterrey, inglés básico**, uso de herramientas como Google Traductor, gestión del estrés e interculturalidad enfocada en las nacionalidades que visitarán la ciudad.

Para más información y acceso a ambas plataformas, consulta el Anexo 3 o ingresa a los siguientes enlaces:



ANEXO 3 CAPACITUR (Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado):

<https://capaciturnl.portafolio.cloud/>

ANEXO 4 Capacitación Turística Monterrey:

<https://anfitrionmty.monterrey.gob.mx/>

Este apartado tiene como objetivo brindar herramientas prácticas para que los negocios puedan adaptarse a un entorno global, mejorar su servicio y aprovechar al máximo las oportunidades que traerá el turismo internacional.

Aspectos Clave de Atención

1. Comunicación clara y bilingüe

- Menús en inglés/español
- Señalización básica traducida
- Personal con frases clave (Ver anexo 2 con frases básicas en inglés)

2. Facilidades de pago

- Tarjetas internacionales
- Pagos sin contacto
- Opciones digitales

CANACO cuenta con convenios para **ofrecer a los socios terminales** con costo preferencial que permitan a los negocios aceptar estos métodos de pago y brindar una mejor experiencia al visitante.

3. Información accesible

- Ubicación en Google Maps
- Horarios actualizados
- Reseñas visibles

4. Experiencia del cliente

- Trato amable y paciente
- Rapidez en el servicio
- Resolución de dudas

5. Confianza y seguridad

- Precios claros
- Evitar abusos o sobrepagos
- Transparencia

Recomendaciones Operativas

1. Capacitación del personal:

Adaptar la atención de manera intercultural, manejar un nivel de inglés básico, manejar clientes extranjeros son claves para alcanzar los objetivos comerciales en este evento.

2. Adaptación del negocio:

Cambios como menús internacionales, opciones variadas de los productos y servicios y tener flexibilidad en el servicio/horarios nos ayudarán a ser un punto de referencia en el mercado.

3. Uso de tecnología:

La digitalización del negocio y la adopción de pagos digitales son cruciales para poder operar de manera eficiente, sin embargo la traducción automática, tener menús QR y manejar reservaciones online, serán de gran ayuda para agilizar los servicios y superar las expectativas de los clientes.

4. Estandarización del servicio:



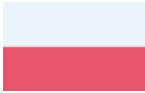

La estandarización del servicio consiste en ofrecer una atención consistente en todo momento, mediante protocolos definidos, tiempos de respuesta rápidos y una calidad uniforme para todos los clientes. Según la OCDE, esto ayuda a mejorar la experiencia del cliente y a mantener un servicio confiable y profesional.

5. Promoción internacional:

La promoción internacional nos ayudará a dar a conocer tu negocio para atraer turistas extranjeros, usando redes sociales en inglés, imágenes de buena calidad y descripciones claras. Esto permite que visitantes de otros países entiendan fácilmente lo que ofrece y se interesen en su negocio.

6. Adaptación culinaria:

Estas son algunas de las nacionalidades posibles y confirmadas para jugar en tierras regias, las cuáles pueden tener ciertas restricciones culinarias por temas religiosos y culturales. Es importante tenerlo en cuenta para hacer ajustes en los productos y servicios gastronómicos.

País	Cocina
 Túnez	<p>La gastronomía tunecina tiene una fuerte influencia mediterránea y árabe. Es común el consumo de cordero, pollo, pescado, <i>cous cous</i> y platillos condimentados con <i>harissa</i>. Aunque no toda la población sigue normas <i>halal</i> estrictas, muchos visitantes pueden preferir carnes certificadas <i>halal</i> y evitar el cerdo.</p>
 Suecia	<p>Existe una tendencia creciente hacia dietas vegetarianas, veganas y de consumo sustentable. Los visitantes suecos suelen valorar opciones saludables, ingredientes frescos, productos orgánicos y alternativas vegetales. También es común el consumo de pescado, lácteos y pan integral.</p>
 Polonia	<p>La cocina polaca tradicional incluye carnes, embutidos, sopas calientes y productos horneados. Los visitantes suelen apreciar comidas abundantes, preparaciones caseras y acompañamientos como papa, pan y col fermentada. Puede haber preferencia por desayunos fuertes y alimentos calientes.</p>
 Albania	<p>La gastronomía albanesa combina influencias mediterráneas y balcánicas. Son comunes las carnes asadas, quesos, yogurt, vegetales frescos y pan artesanal. Existe preferencia por alimentos frescos y comidas compartidas en grupo.</p>

País	Cocina
 <p>Japón</p>	<p>Según el <i>Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan</i>, no existen prohibiciones alimentarias generales, pero sí preferencias culturales importantes: alimentos frescos, porciones equilibradas, presentación cuidada y consumo frecuente de pescado, arroz, vegetales y sopas ligeras. También es importante ofrecer opciones bajas en grasa y sabores no excesivamente condimentados.</p>
 <p>Corea del Sur</p>	<p>Según el <i>Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs of South Korea</i>, los visitantes coreanos suelen preferir arroz, sopas, vegetales, carnes marinadas y alimentos fermentados. Existe alta preferencia por comidas calientes, picantes y acompañamientos variados. También puede valorarse la disponibilidad de cerdo y pollo.</p>
 <p>Sudáfrica</p>	<p>La gastronomía sudafricana es diversa debido a su mezcla cultural. Son comunes las carnes asadas tipo <i>braai</i>, pollo, maíz, pan y platillos especiados. Dependiendo del origen cultural o religioso, algunos visitantes pueden buscar opciones <i>halal</i> o vegetarianas.</p>
 <p>Países Bajos</p>	<p>Los visitantes neerlandeses suelen preferir alimentos sencillos, frescos y prácticos. Son comunes los lácteos, panes, quesos, papas y snacks rápidos. También existe una creciente demanda de productos vegetarianos, café de calidad y opciones saludables.</p>
 <p>Brasil</p>	<p>La cocina brasileña incluye carnes asadas, arroz, frijoles, pescado y frutas tropicales. Los visitantes suelen valorar comidas abundantes, sabores intensos y servicio ágil. También es común el consumo de café, jugos naturales y snacks durante el día.</p>

País	Cocina
 <p>Marruecos</p>	<p>Marruecos es un caso importante debido a que gran parte de la población practica el Islam. Muchos visitantes pueden requerir alimentos halal, evitando carne de cerdo, alcohol y productos no certificados. La gastronomía marroquí incluye cordero, pollo, <i>cous cous</i>, especias y té.</p>
 <p>Haití</p>	<p>La cocina haitiana combina influencias africanas y caribeñas. Son comunes el arroz, pollo, plátano, pescado y alimentos condimentados. Los visitantes pueden preferir sabores intensos y comidas calientes.</p>
 <p>Escocia</p>	<p>La gastronomía escocesa incluye carnes, pescados, sopas, papas y productos horneados. Los visitantes suelen apreciar desayunos completos, platillos calientes y oferta de pubs o cocina tradicional británica.</p>

Religión y adaptación culinaria

Religión	Restricciones	Alimentos permitidos
Islam (dieta halal)	<ul style="list-style-type: none"> • Cerdo y derivados • Alcohol • Sangre • Carne no sacrificada bajo rito halal 	<ul style="list-style-type: none"> • Carne halal (pollo, res, cordero) • Pescado • Frutas, verduras, cereales • Lácteos (si no contienen ingredientes prohibidos)
Judaísmo (dieta kosher)	<ul style="list-style-type: none"> • Cerdo • Mariscos (sin escamas/aletas) • Mezclar carne y lácteos • Animales no permitidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Carne kosher (res, pollo certificados) • Pescado con escamas (ej. salmón, atún) • Frutas, verduras, granos
Hinduismo	<ul style="list-style-type: none"> • Carne de res (vaca sagrada) • En muchos casos: carne en general • Algunos evitan alcohol 	<ul style="list-style-type: none"> • Verduras, frutas • Legumbres (lentejas, garbanzos) Arroz, cereales • Lácteos (muy comunes)
Cristianismo	<p>No hay prohibiciones permanentes</p> <p>En algunos casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abstinencia de carne (ej. viernes de Cuaresma) • Ayuno en fechas específicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los alimentos en general • Carne, pescado, lácteos, vegetales

Código de vestimenta

El personal que atienda a turistas internacionales debe mantener una imagen profesional, limpia y accesible, optando preferentemente por un estilo business casual, evitando prendas informales o inadecuadas, y asegurando una presentación personal alineada con estándares del sector turístico.

Hombres	Mujeres
<ul style="list-style-type: none"> • Camisa o polo • Pantalón de vestir o khaki • Zapatos cerrados 	<ul style="list-style-type: none"> • Blusa o camisa • Pantalón, falda o vestido discreto • Zapatos cerrados o cómodos

Para adaptarse a turistas internacionales considere una imagen neutral y respetuosa culturalmente, uso de uniforme o identificación visible y evitar ropa ofensiva o controversial. Esto facilita que el turista identifique al personal y se sienta más seguro.

Trato especial para turistas extranjeros.

El trato al turista internacional debe basarse en la sensibilidad cultural, adaptando la comunicación, evitando estereotipos y mostrando empatía, ya que las diferencias culturales influyen directamente en la percepción del servicio y la satisfacción del cliente.

Comportamientos que pueden causar molestia:

- Ser demasiado invasivo (contacto físico, cercanía)
- Bromas culturales o estereotipos
- Hablar muy fuerte o con prisa
- Interrumpir o no escuchar

Lo más valorado es:

- Escuchar
- Ser paciente
- Mostrar disposición para ayudar

Es importante entender que cada cultura tiene expectativas distintas, por ejemplo los turistas asiáticos son más exigentes en el trato y servicio mientras que los turistas occidentales valoran más la amabilidad y cercanía.

1.4 Pagos Internacionales y aspectos financieros

Durante el Mundial, la capacidad de un negocio para procesar pagos de forma rápida, segura y continua será un factor crítico para aprovechar la demanda. La llegada de turistas internacionales implica mayor diversidad en los métodos de pago, así como un incremento en el volumen de transacciones en periodos cortos.

Infraestructura y adopción de pagos electrónicos

La digitalización del negocio permite optimizar la operación y facilitar el proceso de cobro, especialmente en contextos de alta demanda.

Se recomienda contar con:

- Terminal bancaria (TPV) para tarjetas nacionales e internacionales
- Transferencias electrónicas (SPEI)
- Códigos QR y *links* de pago
- Pagos sin contacto (NFC)
- Wallets digitales (ej. *Apple Pay, PayPal*)

Estos métodos permiten:

- Reducir el uso de efectivo
- Agilizar el servicio
- Atender clientes nacionales e internacionales
- Automatizar procesos de cobro

Adicionalmente, es importante:

- Realizar pruebas de los sistemas de cobro antes del evento
- Verificar conectividad en puntos de venta
- Contar con alternativas de cobro en caso de fallas (efectivo o sistema alternativo)

Para las **PyMEs**, esto implica contar con herramientas básicas como una **cuenta bancaria empresarial, terminal de pago y acceso a transferencias electrónicas.**

El uso de banca en línea, apps financieras y facturación electrónica permite mejorar el control operativo, facilitar el cobro y fortalecer la estabilidad del negocio.

Inclusión financiera

Para operar de manera eficiente, los negocios deben contar con acceso a servicios financieros formales.

Esto implica:

- Cuenta bancaria empresarial
- Capacidad para recibir pagos electrónicos
- Uso de banca en línea y herramientas digitales
- Emisión de facturación

El acceso y uso adecuado de estos servicios permite mayor control financiero y facilita la operación del negocio.

Preparación financiera y capital de trabajo

El incremento en la demanda requiere una planeación anticipada de recursos.

Se recomienda considerar:

- Aumento de inventario previo al evento
- Contratación de personal adicional
- Inversión en equipo o adecuaciones operativas

Para ello, se pueden explorar:

- Instituciones bancarias
- Programas de apoyo a PyMEs
- Cámaras empresariales
- Apoyos de la Secretaría de Economía en Nuevo León

Contar con liquidez suficiente permite responder de forma oportuna a la demanda.

Presupuesto y contingencias

Es recomendable elaborar un presupuesto específico para el periodo del Mundial, considerando:

- Costos operativos (personal, insumos, servicios)
- Permisos y gastos adicionales
- Costos logísticos (transporte, abastecimiento)

Asimismo, se recomienda:

- Contar con un fondo de contingencia
- Prever fallas en sistemas de pago
- Tener alternativas operativas (efectivo o sistemas manuales)

Una adecuada planeación reduce riesgos y facilita la toma de decisiones durante el evento.

Formalización del negocio

La formalización de negocios es el proceso mediante el cual una empresa opera dentro del marco legal, cumpliendo con requisitos como registro fiscal, permisos y obligaciones laborales.

1. Registro legal y fiscal

- Inscribirse ante el SAT
- Elegir un régimen fiscal
- Emitir facturas

2. Permisos y licencias

- Licencia de funcionamiento
- Uso de suelo
- Permisos sanitarios (si aplica)

3. Cumplimiento laboral

- Contratos formales
- Seguridad social
- Prestaciones

4. Operación transparente

- Registro de ingresos y gastos
- Declaraciones fiscales
- Contabilidad básica

En Nuevo León es importante conocer los pasos específicos para poder operar su negocio sin ningún tipo de preocupación (Ver Anexo 1).

Formalizar su negocio le permite operar legalmente, cumplir con obligaciones fiscales así como tener acceso a beneficios y crecimiento.

¿Qué hacer si un extranjero me pide factura?

Sí puede facturarle. En México está obligado a emitir factura (CFDI) si se la solicitan, incluso si el cliente es extranjero.

- Usa RFC: XEXX010101000
- Pide sus datos básicos
- Emita CFDI normal
- Aplica IVA según el tipo de operación

Recomendamos estar preparados con sistema de facturación listo, personal capacitado y teniendo un formato rápido para pedir datos.



SECCIÓN II. *PLAYBOOK* DE ACTIVACIÓN

2.1 Marketing y Aprovechamiento Comercial

Durante el torneo, la demanda se concentra en ventanas muy específicas de tiempo y ubicación. Para los negocios, la oportunidad está en responder con rapidez, claridad en la oferta y una experiencia consistente, convirtiendo el flujo en ventas sin generar fricción en el servicio.

Momentos clave

En Monterrey, los principales picos de consumo estarán vinculados a los días de partido en el Estadio BBVA y a la actividad en el Parque Fundidora:

- **Domingo 14 de junio**
- **Sábado 20 de junio**
- **Miércoles 24 de junio**
- **Lunes 29 de junio** (eliminatória)

Cada fecha genera tres momentos de consumo:

- **Previo al partido:** compras anticipadas, reservaciones, flujo gradual
- **Durante el partido:** consumo rápido y alto volumen
- **Posterior al partido:** consumo social (cenas, bebidas, reuniones)

Acción recomendada: Defina promociones, inventario y personal según estos tres momentos, no como un solo bloque operativo.

Visibilidad del negocio

El cliente debe poder encontrarlo y entender su oferta en segundos.

Se recomienda:

- Mantener ubicación y horarios actualizados en plataformas de mapas
- Mostrar precios y servicios de forma clara
- Asegurar que el cliente identifique rápidamente qué vende y cuánto cuesta

Un negocio visible y claro reduce la incertidumbre y acelera la compra.

Estrategias Comerciales

En días de partido el cliente busca rapidez y simplicidad.



Se recomienda

- Combos predefinidos (ej. bebida + alimento)
- Menús reducidos en horas pico
- Precios visibles y fáciles de entender
- Opciones listas para llevar



Esto permite

- Aumentar la velocidad de servicio
- Incrementar el ticket promedio
- Evitar saturación operativa

Activación en el punto de venta

El entorno influye directamente en la decisión de compra.

Se recomienda:

- Ambientación con banderas y colores de fútbol
- Música y ambiente alineado al evento
- Horarios extendidos en días de partido
- Espacios que faciliten consumo rápido y social.

En Monterrey, el componente social (comida, reunión, ambiente) es un diferenciador clave.

Segmentación por ubicación

La estrategia debe adaptarse según la ubicación del negocio:

- Zonas cercanas a sedes: alto flujo, mayor presión operativa
- Zonas intermedias: oportunidad de captar desbordamiento
- Zonas alejadas: requieren atraer activamente al cliente

No todos los negocios compiten bajo las mismas condiciones

Pet Friendly

El visitante actual valora espacios accesibles para mascotas.

- Señalizar claramente si el establecimiento es *pet friendly*
- Comunicarlo en plataformas digitales
- Contar con condiciones básicas (agua, áreas designadas)

Este atributo puede influir directamente en la decisión de ciertos segmentos.

Perros guía / de asistencia

¿Qué se considera animal de asistencia? Perros guía (personas con discapacidad visual), perros de servicio (movilidad, alertas médicas, etc.) y perros de apoyo para otras discapacidades

- El acceso de estos animales es obligatorio, no opcional. Todos los establecimientos abiertos al público deben permitir el acceso, aplica para restaurantes, hoteles, transporte, centros comerciales, etc. Negarse puede considerarse discriminación según la "*Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación*".

Perros guía / de asistencia

El evento es una oportunidad para reforzar la imagen de la ciudad.

- Integrar elementos de la cultura regiomontana
- Mantener estándares de servicio consistentes
- Promover un entorno seguro y respetuoso

La experiencia del visitante se construye tanto en el producto como en el entorno.

2.2 Normativa y Uso de Marca

La propiedad intelectual del evento (nombres, logotipos y elementos oficiales) está protegida y su uso está restringido. El objetivo de esta sección es evitar riesgos legales y sanciones, permitiendo a los negocios aprovechar el ambiente del evento sin infringir la marca.



No debe

- Usar logotipos oficiales.
- Sugerir afiliación directa con el evento.
- Usar el logotipo oficial del torneo
- Usar el emblema de ciudad anfitriona o identidad oficial de Monterrey 2026.
- Usar la imagen del trofeo, mascota o balón oficial
- Usar tipografías o diseño oficial del evento en menús, anuncios o escaparates.
- Usar logotipos, *branding* o elementos gráficos oficiales del evento.
- Usar imágenes de trofeos o símbolos registrados.
- Usar términos que impliquen relación oficial como:
 - “Patrocinador oficial”
 - “Socio oficial”
 - “Sede oficial”
- Usar nombres protegidos en promociones o eventos propios
- Crear campañas que sugieran afiliación directa con la FIFA.

Uso de visuales, decoración y elementos gráficos

Lenguaje, mensajes publicitarios y comunicación



Sí puede

- Utilizar temática de fútbol genérica.
- Decorar con banderas de países.
- Decorar con temática genérica de fútbol (balones, redes, silbatos, canchas).
- Crear ambientación alusiva al deporte sin elementos oficiales

Usar lenguaje genérico y creativo, por ejemplo:

- *“Temporada de fútbol internacional”*
- *“Vive la emoción del fútbol”*
- *“Bienvenidos aficionados”*
- *“Especiales del día de partido”*
- *“Promociones para la afición”*
- *“Disfruta el fútbol en Monterrey”*
- *“Experiencia deportiva global”*
- Referirse al evento de forma descriptiva.

Recomendación clave:

El riesgo no está solo en la palabra, sino en no sugerir una relación oficial con el evento. Si parece que está patrocinando sin serlo, ahí es donde pueden generarse sanciones.



Mercancía y promociones



No debe

- Vender, rifar o regalar boletos de partidos como promoción
- Usar productos oficiales como incentivo comercial
- Estampar logotipos o elementos de la FIFA en productos propios (playeras, tazas, etc.)

Sí puede

- Permitir a clientes portar productos oficiales adquiridos legalmente.
- Exhibir material oficial (ej. pósters) siempre que no esté ligado a promoción comercial del negocio.



Uso digital



- Usar marcas oficiales en nombres de negocio, dominios o campañas.
- Reutilizar contenido oficial de la FIFA con fines comerciales.
- Crear perfiles, páginas o promociones que aparenten relación con el evento.

- Utilizar lenguaje general relacionado con el fútbol.
- Publicar contenido propio del negocio adaptado al contexto del evento.



Zonas de control (Clean Zones)



- Añadir nueva publicidad relacionada con el evento
- Realizar activaciones comerciales no autorizadas
- Intentar aprovechar el flujo con promociones vinculadas explícitamente al torneo

Durante el evento, se establecerán perímetros de control alrededor del Estadio BBVA y del Parque Fundidora.

En estas zonas sí puedes:

- Mantener la operación habitual del negocio
- Conservar señalización permanente existente

Las restricciones son más estrictas dentro de estos perímetros.

En caso de duda, celebre el evento en espíritu (fútbol genérico) y evite el uso de imágenes, nombres o lenguaje protegido.

2.3. Seguridad y Manejo de Multitudes

La seguridad durante el Mundial no se limita al control de accesos o a la presencia de autoridades. Implica la capacidad de los negocios para anticipar riesgos, gestionar flujos de personas y garantizar un entorno seguro, inclusivo y ordenado.

Esta sección se alinea con la visión de hospitalidad y seguridad implementada en sedes internacionales como Toronto y Atlanta, donde la experiencia del visitante se construye bajo estándares de prevención, organización y responsabilidad social.

Manejo de multitudes

En días de alta afluencia, los negocios deben estar preparados para recibir un volumen mayor de personas en periodos cortos de tiempo. Esto requiere una planeación operativa que evite saturaciones y reduzca riesgos.

Se recomienda considerar:

- Organización de filas y puntos de acceso claramente definidos
- Espacios suficientes para circulación peatonal
- Accesibilidad para personas con discapacidad
- Disponibilidad de baños (propios o cercanos)
- Puntos de hidratación, especialmente en exteriores
- Áreas con sombra o ventilación adecuada

Un manejo adecuado de multitudes no solo mejora la experiencia del cliente, también reduce incidentes y facilita la operación.

Comunicación y señalización de seguridad

La información clara es una herramienta clave de prevención.

Se recomienda:

- Colocar señalización visible sobre normas básicas del establecimiento
- Informar sobre artículos no permitidos en eventos o espacios específicos
- Indicar salidas, rutas de evacuación y puntos de atención
- Mantener información accesible en español e inglés

Una señalización adecuada reduce la incertidumbre y facilita la toma de decisiones por parte del visitante.

Preparación del equipo

El personal es el primer punto de respuesta ante cualquier situación.

Se recomienda:

- Realizar sesiones informativas de seguridad antes de días de alta afluencia
- Definir roles claros para el equipo en caso de incidentes
- Contar con protocolos básicos de atención y respuesta
- Tener identificados puntos de contacto con autoridades

Adicionalmente, es importante considerar:

- Disponibilidad de primeros auxilios
- Condiciones adecuadas de higiene y saneamiento
- Supervisión constante del entorno operativo
- Delito poner la denuncia en teléfono o pérdida de objetos

En Nuevo León, contamos con el sistema virtual de denuncias, donde a través de un dispositivo móvil con acceso a internet se puede realizar la denuncia correspondiente. La página es <https://denuncia.fiscalia-nl.gob.mx:8443/>

Prevención y enfoque en derechos humanos

El Mundial implica la llegada de visitantes de distintos contextos, por lo que los negocios deben promover entornos seguros, inclusivos y respetuosos.

La seguridad también implica vigilancia activa ante posibles situaciones de riesgo, incluyendo violencia, abuso o vulneración de derechos.

Se recomienda:

- Capacitar al personal para identificar comportamientos inusuales o situaciones de riesgo
- Mantener una postura de atención y respeto hacia todos los clientes
- Evitar prácticas discriminatorias o excluyentes
- Promover un ambiente seguro para familias, mujeres y menores de edad

En caso de detectar una situación sospechosa o de riesgo:

- Evitar confrontaciones directas
- Notificar de inmediato a las autoridades
- Activar protocolos internos de seguridad

Canales de apoyo y coordinación

En Nuevo León, la coordinación con autoridades es fundamental para la atención de incidentes.

Se recomienda tener visibles y disponibles:

- Número de emergencias: 911
- Dudas al 070
- Contacto con autoridades locales de seguridad
- Canales de denuncia disponibles en el estado (Ver Sección 3.1)

Asimismo, los negocios pueden reforzar su compromiso mediante señalización de “espacio seguro” y mensajes preventivos visibles para clientes.

2.4. Sostenibilidad e Inclusión

El Mundial es una oportunidad para que Monterrey no solo destaque por su capacidad operativa, sino por el legado que deja en su comunidad. La sostenibilidad y la inclusión no son elementos adicionales: son parte de los estándares internacionales del torneo y una expectativa del visitante global. Ser sede implica demostrar que la ciudad puede ofrecer una experiencia responsable, respetuosa y alineada con prácticas ambientales y sociales de alto nivel.

En este contexto, los negocios juegan un papel clave. Cada decisión operativa — desde el manejo de residuos hasta la atención al cliente— contribuye a construir una imagen de ciudad comprometida con el entorno y con las personas.

Sostenibilidad ambiental

La operación durante el evento debe buscar reducir el impacto ambiental, especialmente en un contexto como Nuevo León, donde el uso eficiente de recursos como el agua es fundamental.

Se recomienda:

- Implementar prácticas de reducción de residuos (*low-waste*)
- Utilizar materiales reciclables o compostables
- Reducir el uso de plásticos de un solo uso
- Promover el uso responsable del agua en la operación diaria
- Incentivar el consumo responsable (porciones adecuadas, reducción de desperdicio)

Acciones operativas:

- Establecer estaciones de separación de residuos
- Utilizar menús digitales para reducir el uso de papel
- Ofrecer agua en formatos reutilizables o recargables
- Priorizar proveedores con prácticas sostenibles

Asimismo, se recomienda fomentar alternativas de movilidad más eficientes durante los días de partido, como el uso del transporte público, caminar o compartir vehículo, reduciendo la presión sobre la infraestructura urbana.

Inclusión, diversidad y derechos humanos

El torneo reúne a personas de distintas culturas, idiomas y contextos. Los negocios deben garantizar que todos los visitantes se sientan bienvenidos, respetados y seguros.

Se recomienda:

- Mantener un trato igualitario y libre de discriminación
- Promover un ambiente inclusivo para clientes nacionales e internacionales
- Evitar lenguaje o prácticas excluyentes
- Capacitar al personal en atención respetuosa y multicultural

También es importante:

- Apoyar iniciativas o actividades que involucren a la comunidad local
- Considerar a grupos históricamente vulnerables en la atención y servicio
- Promover espacios seguros para familias, mujeres y menores

La inclusión no solo mejora la experiencia del visitante, también fortalece la cohesión social.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

La accesibilidad debe integrarse en la operación diaria del negocio, asegurando que todas las personas puedan acceder y utilizar los servicios sin barreras.

Se recomienda:

- Facilitar el acceso a personas con movilidad reducida
- Mantener libres rampas, pasillos y accesos
- Considerar señalización clara y visible
- Asegurar condiciones adecuadas en filas, espacios de espera y atención

Acciones operativas:

- Verificar accesos y rutas internas del establecimiento
- Asegurar disponibilidad de espacios funcionales
- Capacitar al personal para asistir a personas con discapacidad

La accesibilidad es un componente básico de la experiencia del cliente.

Beneficios comunitarios

El Mundial también representa una oportunidad para fortalecer la economía local y generar beneficios directos para la comunidad.

Se recomienda:

- Priorizar la contratación de talento local
- Trabajar con proveedores de la región
- Integrar productos locales en la oferta del negocio
- Generar oportunidades para pequeñas empresas

Estas acciones contribuyen a una economía más inclusiva y fortalecen el impacto positivo del evento en Nuevo León.

Sí hacer:

- Promover prácticas de bajo impacto ambiental
- Incentivar el uso de transporte público como Metrorrey
- Ofrecer alternativas para reducir residuos (ej. envases reutilizables)
- Capacitar al personal en atención inclusiva
- Facilitar el acceso a personas con discapacidad

No hacer:

- Bloquear accesos o rampas
- Ignorar la separación de residuos
- Utilizar lenguaje excluyente
- Desatender condiciones básicas de higiene o sostenibilidad
- Generar desperdicio innecesario en la operación

SECCIÓN III. RECURSOS

3.1. Coordinación con Autoridades y Competencias

La operación de los negocios estará sujeta a coordinación constante con autoridades municipales y estatales. Conocer qué dependencia es responsable de cada área permite actuar con rapidez, evitar sanciones y aprovechar oportunidades vinculadas al evento.

Directorio de Números de Emergencia

A continuación, se presentan las principales instancias involucradas en la operación durante el evento:

Seguridad pública y alcohol

- Dependencias: Secretaría de Seguridad Pública (municipal y estatal)
- Coordinación con fuerzas federales (ej. SEDENA)

Función:

- Supervisión de seguridad en zonas de alta afluencia
- Vigilancia en perímetros de eventos
- Cumplimiento de normativa en venta de alcohol

Movilidad y vía pública

- **Dependencias:** Secretarías de Movilidad municipales y estatal
- **Función:**
 - Cierres viales y desvíos
 - Señalización y control de tráfico
 - Coordinación de rutas alternas

Permisos de eventos y operación comercial

- **Dependencias:** Direcciones de Comercio y Espectáculos (Monterrey, Guadalupe, San Pedro)
- **Función:**
 - Autorización de eventos y activaciones
 - Licencias de funcionamiento
 - Permisos para ampliación de horarios

Salud y regulación alimentaria

- **Dependencias:** Secretaría de Salud de Nuevo León
- **Función:**
 - Supervisión sanitaria
 - Permisos para manejo de alimentos
 - Inspecciones en puntos de venta

Turismo y desarrollo económico

- **Dependencias:**
 - Secretaría de Turismo de Nuevo León
 - Secretaría de Economía de Nuevo León
- **Función:**
 - Programas de apoyo a negocios
 - Promoción turística
 - Vinculación con iniciativas del Mundial

Canales de información oficial

Mantenerse informado es clave para anticipar cambios en operación, movilidad y seguridad.

Se recomienda:

- Consultar portales oficiales del Gobierno de Nuevo León
- Revisar actualizaciones de municipios (Monterrey, Guadalupe, San Pedro)
- Seguir comunicados de dependencias estatales
- Monitorear canales oficiales de transporte como Metrorrey

Los negocios deben mantenerse conectados a fuentes oficiales para recibir información actualizada sobre cierres, operativos y lineamientos.

Registro en directorios y vinculación

La coordinación con autoridades también permite acceder a oportunidades comerciales vinculadas al evento.

Se recomienda:

- Registrarse en cámaras empresariales (ej. CANACO) membresias@canaco.net
- Integrarse a directorios locales de proveedores
- Participar en programas de vinculación del gobierno

El registro facilita el acceso a:

- Oportunidades de proveeduría
- Eventos organizados por la ciudad
- Programas de apoyo y capacitación

Supervisión y cumplimiento

Durante el Mundial, se intensificará la supervisión del cumplimiento normativo.

Las autoridades podrán:

- Verificar permisos y licencias
- Supervisar la venta de productos
- Detectar comercio informal o irregular
- Retirar publicidad no autorizada

En caso de irregularidades:

- Se pueden aplicar sanciones administrativas
- Se pueden suspender actividades
- Se puede notificar a terceros en caso de infracciones graves

Asimismo, los negocios deben reportar cualquier actividad ilegal o situación de riesgo a las autoridades correspondientes.

Contactos y números de emergencia

Para una respuesta oportuna durante el evento, se recomienda tener a la mano los siguientes contactos:

Dependencia	Teléfono
Emergencias generales	911
Atención ciudadana	070
Denuncia anónima	089

Gobierno del Estado de Nuevo León		
Secretaría de Seguridad	Tel: 81 2020 3600	Correo: sspnl@nuevoleon.gob.mx
Secretaría de Economía	Tel: 81 2033 0000	Web: www.nl.gob.mx
Secretaría de Turismo	Tel: 81 2033 0000	Web: www.nl.gob.mx
Fiscalía	Tel: 81 2020 4100	Web: www.fiscalianl.gob.mx
Profeco	Tel: 55 5568 8722	Web: www.gob.mx/profeco
Municipios del Área Metropolitana		
Monterrey	Seguridad Pública: 81 5102 6750	Municipio (atención general): 81 8130 6565
Guadalupe	Seguridad Pública: 81 8030 6000	Municipio (atención general): 81 8030 6000
San Pedro Garza García	Seguridad Pública: 81 8386 5156	Municipio (atención general): 81 1212 1212
San Nicolás de los Garza	Seguridad: 81 8158 1200	Municipio (atención general): 81 8158 1200
Escobedo	Seguridad Pública: 81 8286 9200	Municipio (atención general): 81 8220 6100
Apodaca	Seguridad Pública: 81 8386 5156	Municipio (atención general): 81 1772 2000

Juárez	Seguridad Pública: 81 1771 2000	Municipio (atención general): 81 1771 2000
Consulados		
Suecia	Tel: 81 8336 6771	Citas: norma.cerros@gmail.com
Túnez (sólo en CDMX)	Tel: 55 5559 9333	Correo: consul_tunez@hotmail.com
Japón	Tel: 81 2200 5776	Correo: consuladolibanomty@gmail.com
Sudáfrica	Tel: 818 335 5949 / 818 335 5463	Correo: gmanuelz@prodigy.net.mx dint@prodigy.net.mx
República de Corea	Tel: 818 378 4545 y 45 Ext.13	Correo: consulcoreamty@gmail.com

Nota. Elaboración del Centro de Inteligencia Económica de la CANACO.

3.2. Checklist Final para Negocios

Antes del inicio del Mundial, los negocios deben validar que cuentan con las condiciones necesarias para operar de manera eficiente, segura y conforme a la normativa. Este *checklist* permite identificar rápidamente áreas de mejora y tomar decisiones oportunas.

Actividad	Descripción	¿Se cumple?
Permisos y licencias	Licencia de funcionamiento, uso de suelo y permisos vigentes	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Cumplimiento en zonas restringidas	Conocimiento de reglas en “Clean Zones” y limitaciones de publicidad	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Métodos de pago	Acepta tarjetas, SPEI y pagos sin contacto	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Respaldo de cobro	Cuenta con alternativa en caso de falla (efectivo o sistema alterno)	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Inventario crítico	Abastecimiento suficiente para días de alta demanda	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Personal capacitado	Equipo preparado en atención, seguridad y servicio	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

Atención al turista	Menú bilingüe o apoyo básico en inglés	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Información visible	Horarios, precios y ubicación actualizados	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Estrategia comercial	Promociones o combos definidos para días de partido	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Señalización de seguridad	Rutas, normas y avisos visibles para clientes	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Manejo de multitudes	Organización de filas y flujo de personas	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Inclusión y accesibilidad	Accesos libres, atención incluyente y trato respetuoso	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Prácticas sostenibles	Separación de residuos y reducción de plásticos	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Coordinación con autoridades	Conoce protocolos y canales de contacto (911, etc.)	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Diferenciadores del negocio	Elementos como <i>pet friendly</i> o experiencia adaptada	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

Nota. Elaboración del Centro de Inteligencia Económica de la CANACO.

ANEXOS

Anexo 1.

Asesoría para Apertura y Formalización de Negocios

¿En qué consiste el trámite o servicio?

Por medio de este servicio usted puede acceder a los apoyos y asesorías que brinda la Secretaría de Economía para la apertura y formalización de negocios.

Tipo de trámite o servicio

Asesoría

¿Quién puede solicitar el trámite o servicio?

Interesado

Medio de presentación del trámite o servicio

Presencial

Costo

No aplica

Tiempo de respuesta

No aplica

Nombre de la dependencia

Secretaría de Economía

Unidad administrativa

Dirección de Fomento y Apoyo a Mipyme

¿El trámite o servicio cuenta con modalidades?

No

¿Es posible realizar el pago en línea?

No aplica

Descarga la ficha aquí:

<https://nlinea.nl.gob.mx/modules/ventanillaDigital/procedures/asesoriaParaAperturaYFormalizacionDeNegocios>

Anexo 2.

Frases Básicas en Inglés

Español	Inglés
¡Hola, bienvenido!	<i>Hello, welcome!</i>
Buenos días/tardes/noches	<i>Good morning/afternoon/evening</i>
¿En qué puedo ayudarle?	<i>How can I help you?</i>
¿Qué está buscando?	<i>What are you looking for?</i>
¿Necesita ayuda?	<i>Do you need help?</i>
Claro	<i>Of course</i>
Un momento, por favor	<i>One moment, please</i>
Enseguida la atiende	<i>I'll be right with you</i>
El total es...	<i>The total is...</i>
¿Desea pagar en efectivo o con tarjeta?	<i>Do you want to pay cash or card?</i>
Aceptamos tarjetas	<i>We accept credit cards</i>
Aquí está su recibo	<i>Here is your receipt</i>
¿Necesita factura?	<i>Do you need an invoice?</i>
¿Me puede dar sus datos para la factura?	<i>Can I have your information for the invoice?</i>
Usamos un RFC genérico para clientes extranjeros	<i>We use a generic tax ID for foreign customers</i>
¿De qué país es?	<i>What country are you from?</i>
Aquí está el menú	<i>Here is the menu</i>
¿Qué le gustaría ordenar?	<i>What would you like to order?</i>
¿Sufre de alguna alergia?	<i>Do you have any allergies?</i>
Este platillo contiene___	<i>This dish contains___</i>
Tenemos opciones vegetarianas	<i>We have vegetarian options</i>

Anexo 2.

Frases Básicas en Inglés

Español	Inglés
Esto es picante	<i>This is spicy</i>
El baño está por allá	<i>The restroom is over there</i>
Sígame, por favor	<i>Follow me, please</i>
Está cerca / lejos	<i>It's near / far</i>
A la derecha / izquierda	<i>On the right / left</i>
Gracias por su paciencia	<i>Thank you for your patience</i>
Disculpe la demora	<i>Sorry for the delay</i>
Por favor	<i>Please</i>
Gracias	<i>Thank you</i>
De nada	<i>You're welcome</i>
Con permiso/disculpe	<i>Excuse me</i>
Lo siento	<i>Sorry</i>
No entiendo	<i>I don't understand</i>
¿Puede repetirlo, por favor?	<i>Could you repeat that, please?</i>
Déjeme revisar	<i>Let me check</i>
Voy a preguntar a mi encargado	<i>I will ask my manager</i>
Gracias por visitarnos	<i>Thank you for your visit</i>
Que tenga buen día	<i>Have a nice day</i>
Disfrute su estancia	<i>Enjoy your stay</i>

Nota. Elaboración del Centro de Inteligencia Económica de la CANACO.

Anexo 3

Plataforma “Capacitur”

Por parte del gobierno del estado se desarrolló esta plataforma que ayudará a reforzar y aprender nuevas habilidades en anfitrionía turística, inglés básico, inglés situacional y además tiene cursos estratégicos. Esta plataforma está vinculada con hoteles y restaurantes, empresas de transporte, municipios turísticos, cámaras empresariales y universidades, funciona 24/7 y tiene beneficios para el trabajador, para el empresario y para el destino. A continuación se presenta el código QR y el link de acceso.



<https://capaciturnl.portafolio.cloud/>

Anexo 4

Capacitación Turística Anfitriones Mundial 2026 - Monterrey

Por parte del municipio de Monterrey, se implementó una plataforma con cursos de capacitación en la cuál se puede tomar una serie de 10 módulos que constan de:

- Atención al visitante internacional
- Bases culturales de Monterrey
- Inglés básico de atención al visitante
- Inglés básico para voluntarios en eventos
- Herramientas digitales: Google Traductor
- Gestión del estrés
- Curso interculturalidad: Corea del Sur
- Curso interculturalidad: Japón
- Curso interculturalidad: Sudáfrica
- Curso interculturalidad: Túnez

Esta capacitación no tiene ningún costo y permite el acceso a cualquier persona que voluntariamente quiera participar en el mundial.

[Plataforma Capacitación Mundial 2026 - Monterrey](#)

Anexo 5

Afiliación CANACO

Si desea recibir más información, fortalecer su empresa ante la llegada del Mundial e integrarse como socio de CANACO, estamos para acompañarle.

Conecte con nosotros y forme parte de una red empresarial que impulsa oportunidades, crecimiento y proyección internacional.

Aquí encontrará nuestros datos de contacto. **membresias@canaco.net**

Mildre Martínez

Coordinadora de Membresías

811-798-0224

Su afiliación a CANACO incluye su registro SIEM

¿Ya cuentas con su registro SIEM?



Registrar su empresa en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) es un requisito obligatorio y, además, un paso clave para prepararse ante la llegada del Mundial.

A través de Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO) podrá ser identificado como negocio formal y recibir información, asesoría, vinculación empresarial y oportunidades derivadas del incremento de visitantes, consumo y actividad económica durante el evento.

Regístrese y asegure que su empresa esté lista para aprovechar las oportunidades del Mundial.

Más información:
Ma. Elena Contreras
Tel. (81) 8150 2424 Ext. 128
maria.contreras@canaco.net

Directorio CANACO



Dirección General

Ing. Héctor Villarreal Muraira
Ext. 105 | dirección@canaco.net



Dirección de Desarrollo de Negocios

Lic. Ana Esqueda Rios
Ext. 143 | ana.esqueda@canaco.net



Dirección de Relaciones Institucionales

Lic. Martín Reyes González
Ext. 114 | martin.reyes@canaco.net



Gerente de Afiliaciones y Soluciones Comerciales

Lic. Karen de León Garza
Ext. 109 | karen.deleon@canaco.net



Gerente de Capital Humano

Lic. Luis Marroquin Guerra
Ext. 108 | luis.marroquin@canaco.net



Gerente de Asuntos Económicos

M.G.A.P. Laura Osorio Reynoso
Ext. 104 | laura.osorio@canaco.net

REFERENCIAS

AtlantaBeltline. (2026). Business Readiness & Activation Playbook. https://a-us.storyblok.com/f/1020195/x/38975349e5/fifa26-readiness-toolkit_v7_final.pdf

Barcelona. Oficina de Asuntos Religiosos. (s. f.). HINDUISMO | La alimentación en el hinduismo. Recuperado 20 de abril de 2026, de <https://ajuntament.barcelona.cat/oficina-afers-religiosos/es/blog/hinduismo-la-alimentacion-en-el-hinduismo>

BoldVoice. (2024). 30 Helpful Customer Service Phrases in English. <https://boldvoice.com/blog/customer-service-phrases-in-english>

CertEase. (2024). Halal Certification in Morocco - CERTEASE. CertEase Global - Consulting - Training - Audit - Certification. <https://certease.com/halal-certification-in-morocco/>

Coliseum. (2026). FIFA 2026 spectacle clean venue policies. <https://www.coliseum-online.com/fifa-2026-spectacle-clean-venue-policies/>

Diaonia. (s. f.). Comunicación Intercultural en Negocios: Claves para el Éxito. Recuperado 20 de abril de 2026, de https://aprendizaje.diaonia.com/comunicacion-intercultural-en-los-negocios/#google_vignette

FAO. (2026a). Food-based dietary guidelines - Albania. <https://www.fao.org/nutrition/nutrition-education/food-dietary-guidelines/regions/albania>

FAO. (2026b). Food-based dietary guidelines - Sweden. <https://www.fao.org/nutrition/education/food-dietary-guidelines/regions/countries/Sweden>

REFERENCIAS

FAO. (2026c). Sudáfrica. <https://www.fao.org/countryprofiles/index/es/?iso3=ZAF>

FAO. (2026d). Food-based dietary guidelines - Brazil. <https://www.fao.org/nutrition/education/food-dietary-guidelines/regions/brazil/en/>

FAO. (2026e). Food-based dietary guidelines - The Netherlands. (2026). <https://www.fao.org/nutrition/nutrition-education/food-dietary-guidelines/regions/netherlands/ar/>

FIFA. (2024). Media and Marketing Regulations for the FIFA Intercontinental Cup 2024. https://digitalhub.fifa.com/m/56784bcce96df819/original/Media-and-Marketing-Regulations-for-the-FIFA-Intercontinental-Cup-2024_EN.pdf

FIFA. (2026). Monterrey, sede de cuatro partidos de la Copa Mundial 2026. <https://www.fifa.com/es/tournaments/mens/worldcup/canadamexicousa2026/articles/monterrey-anfitrión-cuatro-partidos-copa-mundial-26>

Filimonau, V., Matute, J., Kubal-Czerwińska, M., & Mika, M. (2022). Religious values and social distance as activators of norms to reduce food waste when dining out. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048969723002607>

FWC26 Toronto. (2026). FIFA World Cup 2026™ Toronto Community Activation Toolkit. <https://www.toronto.ca/wp-content/uploads/2025/08/8fb9-CTF25-TCA-Toolkit.pdf>

Hospitality Institute. (2024). Mastering Restaurant and Hotel English: Essential Phrases for Hospitality Professionals. <https://hospitality.institute/BHA109/mastering-restaurant-hotel-english-phrases/>

INEGI. (2025). Producto Interno Bruto por Entidad Federativa (PIBE). Año base 2018. <https://www.inegi.org.mx/programas/pibent/2018/>

REFERENCIAS

Inside FIFA. (2025). Brand Protection. <https://legal.fifa.com/tournament-organisation/brand-protection>

Mena, M. (2026). Fan Fest Monterrey 2026: fechas, sede y cuánto podría costar vivir el Mundial sin ir al estadio. TVAzteca. https://www.tvazteca.com/azteca7/noticias-musica/fifa-fan-fest-monterrey-2026-lugar-fechas-actividades-precios/#google_vignette

Mérida, P. (2025). Cómo facturar al extranjero desde México: Guía paso a paso. <https://wise.com/mx/blog/facturar-extranjero-desde-mexico>

Monkey Copy. (2024). Hospitality Industry Dress Codes Explained. <https://www.monkeycopy.com/fashion/hospitality-industry-dress-codes-explained>

Parejo, M. (2018). Diversidad alimenticia según las prescripciones religiosas. <https://revistas.ucm.es/index.php/ILUR/article/view/61027>

Quirónsalud. (2021). El alimento en las culturas monoteístas: Judaísmo, Islamismo y Cristianismo. <https://www.quironsalud.com/es/comunicacion/actualidad/alimento-culturas-monoteistas-judaismo-islamismo-cristianis>

Quran. (2026). Restricciones Alimentarias para Musulmanes. https://www.quran.is/topics/dietary_restrictions.php?language=spanish

Román, P. (2026). Captaría NL 12% de derrama nacional por Mundial FIFA. El Diario de Chihuahua. <https://www.eldiariodechihuahua.mx/economia/2026/mar/14/captaria-nl-12-de-derrama-nacional-por-mundial-fifa-779407.html>

Trenouth, L., & Sovová, L. (2025). (Alternative) food consumption practices in Central and Eastern Europe: an integrative critical literature review. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10460-025-10717-0>

Monterrey Landmarks

Punto de interés	Referencia / Uso Mundialista	Tiempo aprox. desde Centro de Monterrey	Comentarios
Estadio BBVA	Sede oficial de partidos FIFA 2026	15–25 min	Principal estadio del Mundial en Monterrey; ubicado en Guadalupe. (vanguardia.com.mx)
Parque Fundidora	Fan zones, eventos y turismo	8–12 min	Uno de los principales espacios turísticos y culturales. (PostaMx)
Paseo Santa Lucía	Corredor turístico peatonal	5–10 min	Conecta el Centro con Fundidora. (Alan x el Mundo)
Macroplaza	Punto central turístico	0 min	Corazón del Centro de Monterrey. (Wikipedia)
Museo de Historia Mexicana	Museo turístico y cultural	5–8 min	Zona altamente visitada por turistas internacionales.
Barrio Antiguo	Vida nocturna y gastronomía	5–10 min	Área recomendada para visitantes FIFA. (PostaMx)
Mirador del obispado	Mirador turístico	15–20 min	Vista panorámica de Monterrey. (PostaMx)
CANACO Monterrey	Cámara de Comercio	10–15 min	Referencia institucional y empresarial.
Cintermex	Centro de convenciones	10–12 min	Cercano a Fundidora; posible sede de eventos alternos.
Estadio de Béisbol Monterrey Walmart Park	Eventos deportivos y entretenimiento	20–25 min	Zona norte metropolitana.
Aeropuerto Internacional de Monterrey	Llegadas internacionales	30–40 min	Principal acceso aéreo de aficionados. (Travesías)
Muscera	Museo y espacio cultural	10–12 min	Dentro de Fundidora.
Plaza del Chorro	Zona histórica	5–8 min	Parte del Monterrey antiguo.
Cerro del Obispado	Turismo panorámico	15–20 min	Zona emblemática de la ciudad.
Parque Nacional Cumbres de Monterrey	Turismo de naturaleza	35–50 min	Ideal para visitantes internacionales interesados en ecoturismo.

CRÉDITOS EDITORIALES

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Monterrey

Lic. Jaime Herrera Casso
Presidente de CANACO

C.P. Ignacio Treviño Camelo
Vicepresidente de Desarrollo Económico de CANACO

Dr. Jorge Omar Moreno Treviño
Asesor del Centro de Inteligencia Económica CANACO

Lic. Oralia Guerra Rodríguez
Miembro de la Comisión de Desarrollo Económico

Lic. Rolando Girodengo Garza
Miembro de la Comisión de Desarrollo Económico

Lic. José Luis Coindreau Salinas
Miembro de la Comisión de Desarrollo Económico

Ing. Jorge Zubieta y Landa
Miembro de la Comisión de Desarrollo Económico

Ing. Héctor Villarreal Muraira
Director General

Lic. Martín Reyes González
Director de Relaciones Institucionales

M.G.A.P. Laura Samantha Osorio Reynoso
Coordinadora del Centro de Inteligencia Económica CANACO

Lic. Abraham Alejandro González Guadiana
Coordinador de Comunicación

Lic. Angélica Ortegón
Diseño Web CANACO

Francisco Reyna De La Rosa
Practicante del Centro de Inteligencia Económica CANACO

Mariana Magali de León Zuazua
Practicante del Centro de Inteligencia Económica CANACO