

Cuando el fútbol mueve la economía: el efecto Mundial 2026 en Latinoamérica

Por Redacción



El Mundial 2026 será el torneo con más selecciones en la historia, aunque no sólo eso, será uno de los eventos comerciales más intensos que haya vivido Latinoamérica. Porque cuando millones de personas se conectan al mismo evento, la audiencia no será lo único que crezca; el consumo, las transacciones y la manera en que toda una región ejecute, también lo hará. Y con todo esto, la presión crece en cada cobro.

Consumo comprimido: el efecto Mundial

A diferencia de otros periodos comerciales, el Mundial no impulsa un crecimiento lineal. Lo que genera son picos concentrados en ventanas muy específicas.

Horas antes del partido:
Compras de último momento.
Supermercados y tiendas de conveniencia.
Pedidos de delivery.

E-commerce urgente.
Durante el medio tiempo:
Compras impulsivas.
Apuestas deportivas en tiempo real.
Consumo móvil acelerado.
Después del partido:
Celebraciones.
Restaurantes.
Merchandising.
Recompras emocionales.
El consumo no sólo aumenta, se comprime y es aquí cuando la fricción se vuelve crítica.

México: más visitantes, más intensidad

El país azteca espera entre 5 y 5.5 millones de visitantes adicionales durante el torneo, con miles de millones de dólares en impacto económico directo, aunque el verdadero cambio no está sólo en el volumen turístico, sino en cómo se pagará.
México ya es un mercado altamente



digitalizado:
Miles de millones de operaciones con tarjeta anuales. (SPEI procesó 5.34B transacciones en 2024)
Transferencias electrónicas instantáneas consolidadas.
Consumidores habituados a pagos sin efectivo.
Los datos lo demuestran: México ya está digitalizado y el Mundial llegará a intensificarlo.
Mobile-first: la primera pantalla es el celular.
Más del 60% del tráfico digital global ya proviene de dispositivos móviles, y los eventos deportivos/masivos, este comportamiento se acelera:
Búsquedas en tiempo real.
Comparación de promociones.
Compras mientras se ve el partido.
Gaming y apuestas deportivas.
Compras impulsivas.
Si tu checkout no está optimizado para móvil, la conversión se cae.

Gaming y apuestas: el pico dentro del pico

Uno de los sectores que más se acelera en eventos deportivos

globales es el gaming y las apuestas online.

En México y Latinoamérica:
Alta penetración de smartphones.
Cultura futbolera fuerte.
Familiaridad con pagos digitales.
Crecimiento sostenido de plataformas móviles.
Durante el Mundial, las apuestas no sólo ocurren antes del partido, más bien son integrales. Es decir, ocurren durante el partido y en tiempo real. Eso implica:
Autorizaciones instantáneas.
Alto volumen simultáneo.
Tolerancia cero a la fricción.
En temporalidades tan masivas, una "simple" transacción rechazada, se traduce también en un usuario perdido.

Cómo deben prepararse los comercios para el Mundial 2026

La capacidad operativa a la que se enfrentarán todos los comercios será una prueba tanto para la región como para el mundo entero para conocer en qué nivel de