

**RUMBO AL MUNDIAL****Fondas, torterías y farmacias se preparan**

Armando planea ampliar su local, Tortas Estadio, a unos metros del Azteca, y hasta piensa ofrecer menús en varios idiomas. Otros negocios en la zona hacen lo mismo a poco más de un año del Mundial. **Pág. 18**

**CAPACITAN A EMPRENDEDORES**

# NEGOCIOS SE ALISTAN RUMBO AL MUNDIAL

GLORIA LÓPEZ

**Fondas, torterías, farmacias y otros comercios buscan ampliar sus locales y la oferta de productos para aprovechar el turismo**

**D**ueños de fondas, torterías, farmacias y otros comercios adaptarán sus negocios para recibir a los turistas del Mundial 2026 en la CdMx.

Uno de ellos es Óscar Armando, quien vende tortas en Pedregal Santa Úrsula, a unos metros del Estadio Azteca. Él planea ampliar su local, darse de alta en las plataformas para repartir comida y mejorar el servicio al cliente.

“Hay que prepararse con varias cosas, desde cómo atender a los clientes, cómo vender tus productos, además de invertir para mejorar la imagen de mi negocio y para implementar cosas nuevas”, resaltó.

A través de las capacitaciones que brinda la iniciativa Ola México a changarreros o micro emprendimientos para aprovechar el “boom” del Mundial y fomentar

el empleo, Óscar aprende nuevas estrategias para mejorar su negocio.

*Super Tortas Estadio* ofrece tortas de pierna, milanesa y queso, pero su especialidad son las que tienen nombres de jugadores como Cuauhtémoc Blanco, Zidane, Iker Casillas, Pelé y Ronaldinho.

“Vamos a meter menús en diferentes idiomas porque si no la gente no nos va entender, estamos viendo si lo hacemos digitales y físicos. Además, voy tener que contratar más personal y capacitarlo para que sepan atender a los turistas”, dijo.

El comerciante contó a **El Sol de México** que también comprará más insumos como mesas, sillas y ampliar el espacio, pues considera que en los días de partidos su negocio se va a llenar.

“Lo que queremos es que la gente se sienta a gusto, que les demos un buen ser-



vicio y que nos entiendan, porque este es un evento muy importante en la ciudad que nos va beneficiar”, subrayó.

Nancy Quetzal es dueña de la farmacia *Nutrimet*, ubicada en la esquina del Estadio, donde vende todo tipo de medicamentos, productos de limpieza y para el cuidado personal.

“Generalmente donde estamos ubicados ahí se estacionan los carros y he observado que cuando hay partidos o conciertos lo que más se vende es paracetamol, Electrolit, Ibuprofeno, por lo que para esas fechas debo estar preparada con este tipo de medicamentos”, resaltó.

“Muchas veces la gente llega antes y pasan a la farmacia porque les dio insolación y les duele la cabeza, que se enfermaron del estómago, la Loperamida, las mamás compran las toallitas para limpiar a los niños”, agregó.

La joven de 30 años dijo que además de invertir en más productos, colocará pancartas con códigos QR para que los visitantes puedan escanearlos y saber qué medicamentos pueden comprar.

“Lo que hemos aprendido en estos cursos es la propuesta de valor, cómo voy a vender mi negocio o cual es el diferenciador de nuestra competencia, cómo invertir nuestro dinero, cómo impulsarlos a través de la tecnología con las redes sociales”, subrayó.

Aunque las capacitaciones se brindan a los comerciantes que viven cerca del Barrio de Santa Úrsula y de los alrededores del Estadio Azteca, también pueden inscribirse comerciantes de otras zonas o alcaldías.

Jéssica González lleva un año con su negocio de botanas en Lomas de San Lorenzo Tezonco, en Iztapalapa. *Chucherías Kisijón* ofrece gomiboing, dorilocos, chicharrones y las papas preparadas son su especialidad.

“Con el curso me han estado dando ideas y estrategias que puedo implementar en mi negocio durante el Mundial como poner pantallas y transmitir los partidos o vender mis productos con temáticas de fútbol”, explicó.

Jéssica buscará trasladar su puesto de botanas a un local fijo, invertir en la compra pantallas e implementará la terminal de pago para que los clientes puedan pagar con tarjeta.

“Lo que acabo de implementar son los pagos de transferencia porque no los tenía y se me iban los clientes porque la gente ya casi no carga efectivo, por lo que también voy a meter la terminal para tarjeta”, resaltó.

Durante los cinco meses que dura la capacitación, los comerciantes podrán definir las estrategias para mejorar su negocio, así como saber cuánto dinero tendrán que invertir para ello.

Ola México busca impulsar 300 mil nuevos empleos de hospitalidad y servicios durante la Copa Mundial en la CdMX, donde se realizarán cinco partidos, incluida la inauguración.

## ALTA DEMANDA

**LAS AUTORIDADES** capitalinas prevén que más seis millones de turistas de todo el mundo visiten la Ciudad de México durante el evento internacional

“Lo que queremos es que la gente se sienta a gusto, que les demos un buen servicio”





**Óscar Armando** vende tortas en Pedregal Santa Úrsula, a unos metros del Estadio Azteca

