



¿Qué sucede después del Mundial?

El impacto económico en los negocios



01	Introducción	03
02	¿Cómo se ha vivido el Mundial?	04
03	¿Qué cambió desde la primera medición?	05
04	Impacto económico del Mundial	06
05	Intensidad del turismo mundialista	07
06	Consumo mexicano por el Mundial	10
07	Impacto económico estimado por sector	11
08	¿Cuáles son los aprendizajes?	12



Introducción

En febrero de 2026, en Deloitte analizamos el potencial impacto económico que la Copa Mundial de Fútbol 2026 tendría en México a partir de dos motores complementarios: la actividad generada en torno a los estadios y la activación del consumo interno alrededor del torneo. En ese momento, el principal desafío consistía en entender de qué manera un evento de esta escala podía traducir se en beneficios económicos y sociales que trascendieran las semanas de competencia.

Ahora que el Mundial está por concluir, resulta posible contrastar esas expectativas con los resultados observados. La experiencia de México mostró que los grandes eventos deportivos operan bajo dinámicas más complejas que en ediciones anteriores. La derrama económica ya no depende exclusivamente de la llegada de visitantes, la ocupación hotelera o la asistencia a los partidos, sino también de la capacidad de movilizar consumo a través de múltiples canales físicos y digitales, capturar momentos específicos de demanda y conectar con consumidores cuya experiencia del torneo ocurre tanto dentro como fuera de los estadios.

Este segundo documento examina cómo se materializó finalmente el impacto económico del Mundial en México y qué factores explican las diferencias entre las estimaciones iniciales y los resultados observados. A partir del análisis de turismo, infraestructura, consumo y empleo, el estudio ofrece una lectura sobre la manera en que se distribuyó el valor generado por el torneo y las lecciones que deja para futuros eventos de gran escala. Más que cuantificar la derrama económica asociada a la Copa del Mundo, el objetivo es comprender qué mecanismos permitieron capturar valor, cuáles limitaron su alcance y qué revela esta experiencia sobre la evolución de los grandes eventos como catalizadores de crecimiento económico y activación del consumo.



¿Cómo se ha vivido el Mundial?

El Mundial 2026 dejó en México una primera lectura clara: ser sede ya no significa únicamente recibir partidos, turistas y derrama económica directa. La experiencia de trece encuentros en el país mostró que el torneo se vivió bajo nuevas reglas de consumo, movilidad y atención. El formato multipaís obligó a competir por aficionados y derrama frente a otras sedes; el dynamic pricing convirtió la asistencia al estadio en una experiencia más selectiva; las redes sociales, el streaming y los contenidos en tiempo real fragmentaron la vivencia más allá de la televisión; y alrededor de cada sede surgió una economía paralela de activations, fan zones, hospedaje, plataformas y servicios digitales.

Considerando lo anterior, México fue una sede relevante, pero no necesariamente capturó de forma automática todo el potencial económico esperado. El Mundial confirmó que los grandes eventos ya no se explican solo por el número de partidos, sino por la capacidad de activar consumo antes, durante y después del evento. La experiencia mexicana estuvo marcada por tres velocidades: la del estadio, la del turista y la del consumidor local que siguió el torneo desde bares, restaurantes, plataformas digitales, redes sociales y puntos de venta.

En este contexto, el verdadero legado económico del Mundial no se definió únicamente por lo que ocurrió dentro de los estadios, sino por la capacidad de distintos actores para conectar con los flujos de consumo que el torneo generó alrededor de ellos. La relevancia de las experiencias físicas, las plataformas digitales y los espacios de convivencia hizo evidente que el valor de un evento de esta magnitud se distribuye entre múltiples puntos de contacto con el aficionado. Más que un acontecimiento concentrado en unas cuantas semanas, el evento deportivo puso a prueba la habilidad tanto de empresas, como de ciudades y de las marcas para integrarse en una experiencia cada vez más dispersa, personalizada y extendida a lo largo de diversos canales.





¿Qué cambió desde la primera medición?

Entre la primera medición que hicimos en Deloitte (febrero de 2026) y el arranque del torneo surgieron factores que modificaron las expectativas iniciales. La capacidad de los estadios fue menor a la prevista, con ajustes derivados del aforo disponible y el boletaje. Además, el atractivo deportivo de los partidos cambió la dinámica de asistencia: la Selección Mexicana participó en dos de los tres partidos de fase final, lo que sostuvo la presencia de público nacional, pero también ocurrió a expensas de una mayor llegada de turistas internacionales.

Asimismo, la infraestructura jugó un papel relevante. Las inversiones realizadas contribuyeron a mejorar la movilidad y la atención de visitantes, aunque también surgieron variaciones asociadas a agregaciones de último momento y afectaciones temporales. A ello se sumó un cambio clave en la base de consumidores: el desempeño deportivo de México incorporó a segmentos que habitualmente no consumen fútbol, ampliando la conversación, el gasto ocasional y la intensidad del consumo en determinados momentos del torneo.

Lo anterior también puso en evidencia que una parte relevante del valor generado por el Mundial dependió de factores difíciles de anticipar en las estimaciones iniciales. La respuesta del público local, el comportamiento de visitantes con perfiles distintos a los previstos y la capacidad de la infraestructura para absorber cambios de último momento influyeron sobre la forma en que se distribuyó el consumo durante el torneo. Más que un efecto homogéneo, el Mundial produjo impactos diferenciados entre ciudades, sectores y tipos de consumidores, reforzando la necesidad de analizar estos eventos más allá de las proyecciones agregadas de derrama económica.





Impacto económico del Mundial

Considerando el impacto en infraestructura de 2024 a la fecha, la Copa Mundial de Fútbol representó en México un impacto económico que estimamos en 3,578 millones de dólares (mdd).¹

En este estudio nos focalizaremos en el efecto económico generado en 2026. Al respecto, estimamos una derrama económica de 2,543 mdd en este año, de los cuales, el consumo aporta 1,748 mdd, mientras que la infraestructura concentra 795 mdd.² Esto confirma que el legado económico del torneo trasciende el gasto de los aficionados e incorpora inversiones con efectos de largo plazo.

Derivado de los cambios mencionados desde la primera publicación del reporte a la fecha, esta nueva estimación de 2,543 mdd de impacto económico en 2026 es 7% menor a nuestro cálculo previo. El consumo continuó siendo el principal motor económico del evento, impulsado por la asistencia de visitantes y el aumento de la demanda interna para seguir el torneo. En paralelo, las inversiones en infraestructura tuvieron un peso ligeramente mayor al previsto, especialmente en 2026.

En crecimiento económico, el impulso de la justa mundialista representa 0.12% del PIB correspondiente a 2026, por debajo del 0.14% del PIB estimado anteriormente. En términos de empleo, el Mundial generó un impacto estimado de 101,255 empleos temporales (-10% respecto a la estimación previa),³ equivalentes a 0.17% del empleo total de México,⁴ con una composición de empleos directos, indirectos e inducidos.

Por entidad federativa, el efecto del consumo asociado al Mundial también muestra modificaciones frente a las estimaciones previas, aunque con una distribución diferenciada entre sedes y estados no sede. Ciudad de México concentra el mayor impacto entre las ciudades anfitrionas, con 548 mdd de valor agregado y 21,182 empleos, aunque por debajo de los 847 mdd y 34,280 empleos estimados anteriormente. Le siguen Jalisco, con 290 mdd y 10,966 empleos, y Nuevo León, con 270 mdd y 10,401 empleos, ambos también con ajustes a la baja de 25% y 23% en valor agregado, respectivamente.

De manera conjunta, las entidades no sede aportan 640 mdd y 27,298 empleos, con una reducción menor frente a la estimación previa, lo que sugiere que el impacto económico del torneo no se limita a las ciudades anfitrionas, sino que se distribuye en otras entidades a través del consumo indirecto, la movilidad de visitantes y la demanda asociada a sectores vinculados con la actividad turística y comercial.

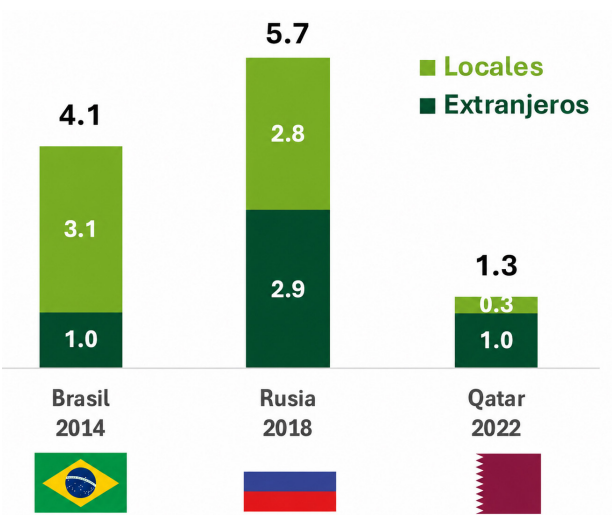
A manera de recapitulación, el impacto económico del Mundial lo medimos a partir de dos motores. El primero está asociado al turismo que visita nuestro país, mientras que el segundo está asociado con el aumento del consumo de los mexicanos. En la próxima sección comentaremos lo relacionado al motor uno.





Intensidad del turismo mundialista

Gráfica 1. Turistas en mundiales previos
(Millones de personas)



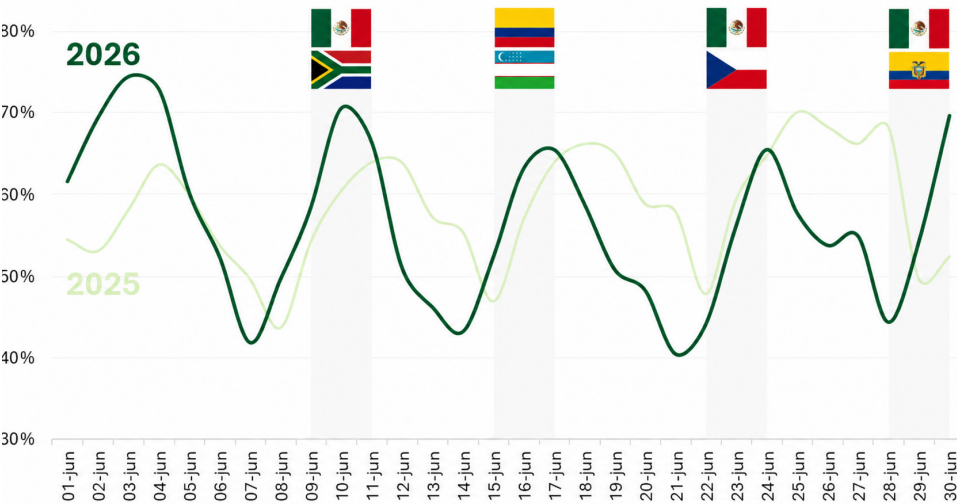
El impacto turístico fue menor al esperado en volumen, pero relevante en intensidad y composición. México habría recibido un estimado de 494 mil turistas exclusivamente por el Mundial 2026, por debajo de la estimación ex ante de 836 mil. De ese total, 296 mil fueron turistas locales y 198 mil extranjeros, frente a estimaciones iniciales de 556 mil y 280 mil, respectivamente.

Fuente: FIFA, Ministerio de Deporte de Brasil y Association of Russian Tourist Agencies

La dinámica de alojamiento muestra que el turismo mundialista fue más breve y selectivo que en otras ediciones. En Ciudad de México, la ocupación hotelera estimada en junio de 2026 fue de 56.5%, lo que significa dos puntos porcentuales por debajo del promedio registrado en el mismo periodo de 2025 (Gráfica 2), con zonas de mayor ocupación como Coyoacán, Paseo de la Reforma y Centro

Histórico. Sin embargo, el efecto más visible se dio en los precios de hospedaje: la tarifa promedio llegó a 147.5 dólares, un incremento interanual de 47% que evidencia la fuerte demanda asociada al torneo. Además, la estancia promedio fue corta —de 2.5 noches—, lo que confirma una visita más táctica que prolongada.

Gráfica 2. Ocupación hotelera en CDMX
(Junio 2025 y 2026)



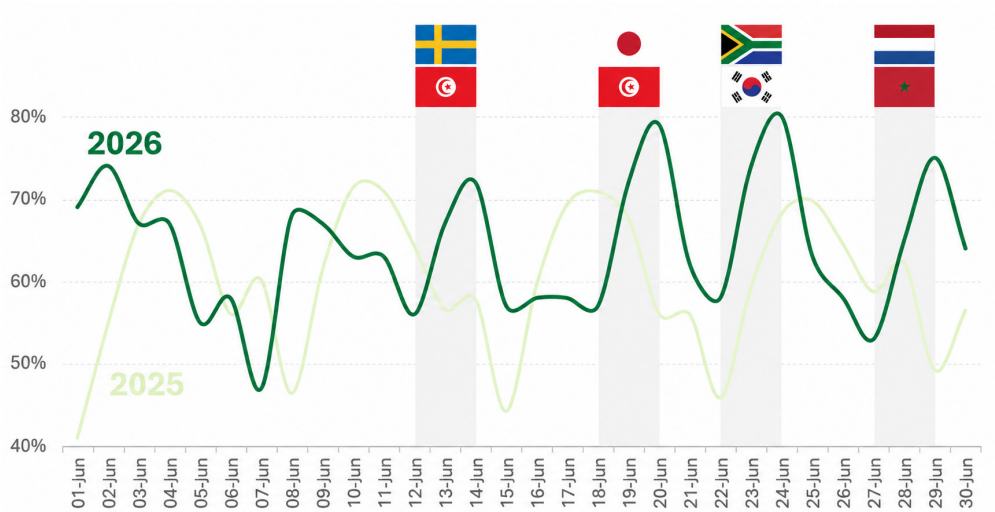
Fuente: Asociación de Hoteles de Ciudad de México.



En Monterrey, la ocupación hotelera estimada para junio de 2026 fue de 64.2%, cuatro puntos porcentuales por encima del promedio registrado en el mismo periodo de 2025, cuando se ubicó en 60.1% (Gráfica 3).

La tarifa promedio alcanzó 150.5 dólares por noche, equivalente a un incremento interanual de 41%. Entre las tres sedes analizadas, la capital de Nuevo León fue la única que registró un aumento anual en la ocupación hotelera promedio durante junio.

Gráfica 3. Ocupación hotelera en Monterrey
(Junio 2025 y 2026)

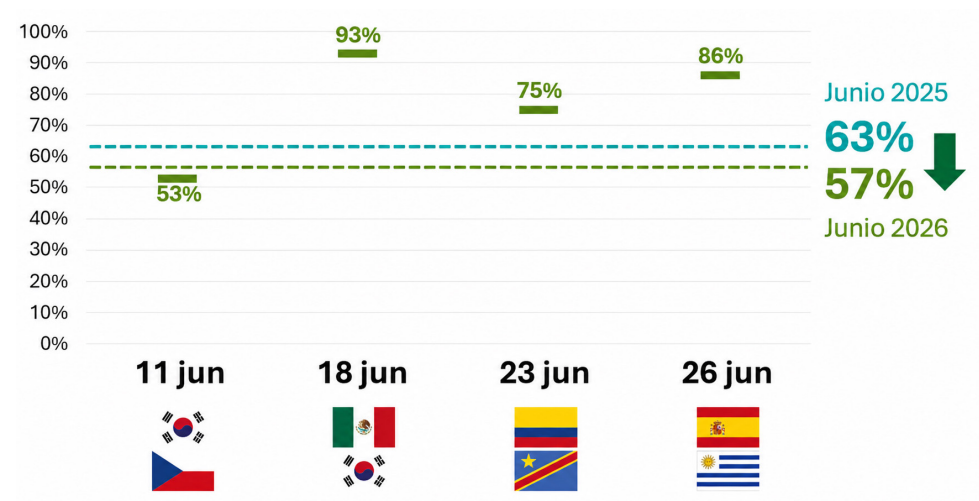


Fuente: Asociación Mexicana de Hoteles de Nuevo León.

En Guadalajara, Jalisco, la ocupación promedio fue menor que el año anterior, al pasar de 63% en junio de 2025 a 57% en junio de 2026. No obstante, los encuentros de mayor demanda propiciaron ocupaciones de hasta 93% e impulsaron un aumento cercano a 100% en las tarifas hoteleras frente al año previo (Gráfica 4).

Este comportamiento compensó parcialmente la menor afluencia y evidencia que el principal beneficio económico provino de maximizar el valor de los periodos de mayor demanda, más que de incrementar el volumen total de visitantes.

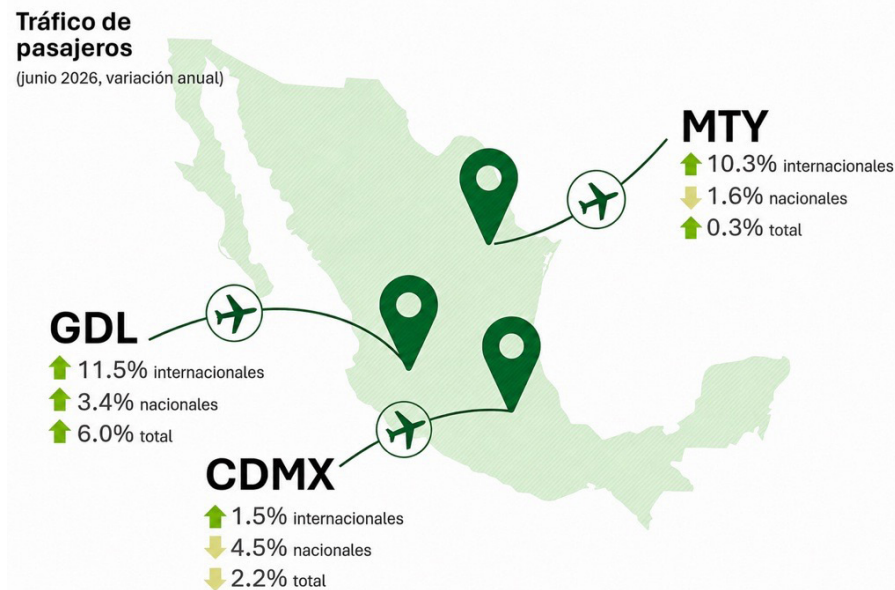
Gráfica 4. Ocupación hotelera en Guadalajara
(Junio 2026)



Fuente: Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara.



Gráfica 5. Tráfico de pasajeros
(junio 2026, variación anual)



En cuanto al transporte aéreo, el Mundial impulsó el tráfico internacional en los aeropuertos de las ciudades sede, aunque este efecto no se reflejó por igual en el volumen total de pasajeros nacionales (Gráfica 5). Guadalajara registró el mayor crecimiento, con incrementos de 11.5% en pasajeros internacionales, 3.4% en nacionales y 6.0% en el total. Por su parte, Monterrey mostró también un avance internacional (10.3%), aunque la demanda nacional disminuyó 1.6%, lo que limitó el crecimiento total a 0.3%. En contraste, Ciudad de México registró un aumento marginal de 1.5% en pasajeros internacionales, insuficiente para compensar las caídas de 4.5% en el segmento nacional y de 2.2% en el total de pasajeros.⁵

Fuente: AFAC, OAG, GAP, OMA y AICM.



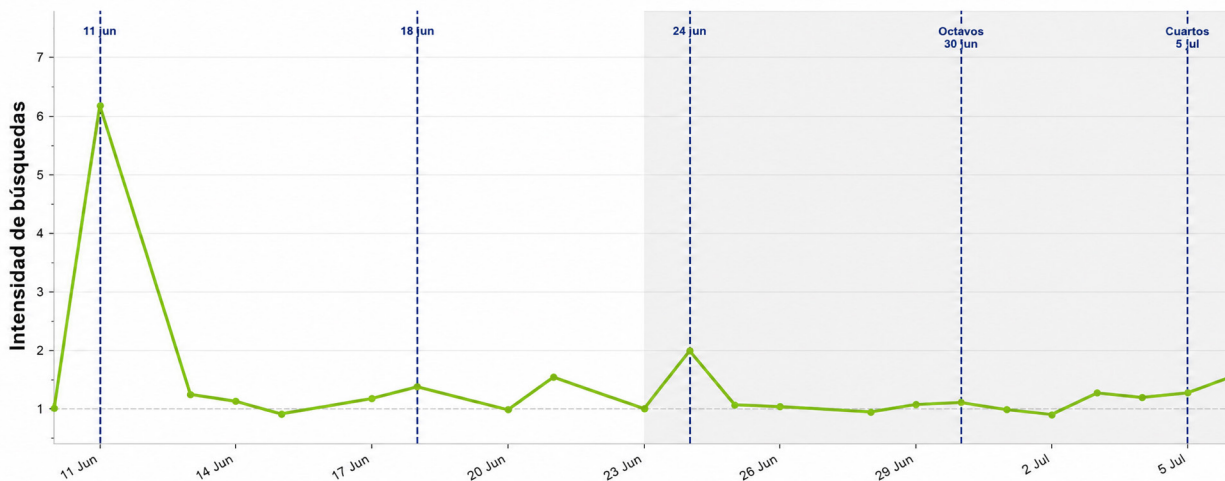


Consumo mexicano por el Mundial

Como ya lo comentamos, el motor dos del impacto económico se refiere al consumo activado por el Mundial, el cual, no se limitó al turista. Una parte relevante del impacto provino de consumidores mexicanos que siguieron el torneo desde bares, restaurantes, tiendas, redes sociales y plataformas digitales. Para medir esta intensidad, utilizamos un ejercicio experimental con agentic AI, orientado a capturar señales digitales de intención de compra en Google Trends y traducirlas en impacto sectorial.

La evidencia obtenida mediante el monitoreo de señales digitales ha confirmado que los juegos de la Selección Mexicana fueron el principal detonador del consumo. El mayor pico ocurrió durante el partido inaugural del equipo nacional, mientras que los encuentros posteriores generaron incrementos considerablemente menores (Gráfica 6). Esto indica que la oportunidad comercial estuvo concentrada en momentos muy específicos y que el interés del consumidor se estabilizó conforme avanzó el torneo.

Gráfica 6. Juegos de México como activadores de consumo



Fuente: Agente de IA Deloitte México + Google Trends (Outscraper API), jun-jul 2026, con base en valores del reporte de impacto económico presentado en febrero de 2026.

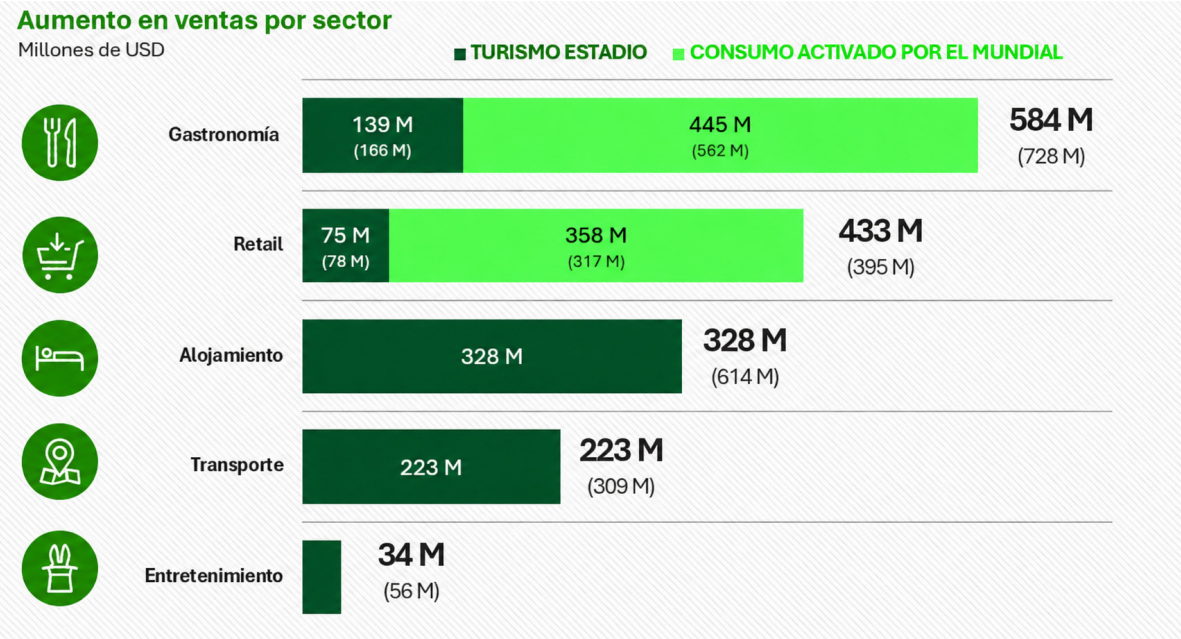
Dadas las estimaciones para el consumo activado por el Mundial, y derivado del análisis de nuestro agente de IA, el impacto en retail se concentró en bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, snacks, botanas y merchandising. La estimación previa al evento deportivo para la canasta mundialista era de 181 mdd; no obstante, los hallazgos de nuestro modelo de IA revelan 222 mdd con señales de activación breves y muy ligadas al entorno de cada partido. Los primeros días fueron clave: la conversación se disparó al inicio y después se sostuvo con menor intensidad, confirmando que las oportunidades comerciales más importantes se concentraron en ventanas cortas.

En bares y restaurantes, el consumo estimado ex ante fue de 562 mdd, pero los beneficios no se distribuyeron de manera uniforme entre las distintas categorías del sector; sin embargo, la nueva estimación es de 445 mdd. Los formatos capaces de combinar el consumo en sitio con opciones para llevar o entrega a domicilio concentraron una parte importante de la demanda mundialista. Destacan las cadenas de servicio rápido, los establecimientos de pizzas y hamburguesas, así como los de tacos y tortas, que reunieron una alta activación asociada al torneo y una mayor propensión al delivery.⁶ Estas categorías representan cerca de un tercio de los ingresos del sector, lo que ayuda a explicar por qué el crecimiento observado durante el Mundial se concentró en los establecimientos mejor posicionados para atender tanto el consumo presencial como la demanda fuera del punto de venta.



Impacto económico estimado por sector

Gráfica 7. Impacto económico estimado por sector



Fuente: Estimación propia.

Teniendo en cuenta el efecto del motor uno (asociado a los turistas) y del motor dos (consumo activado por el mundial), encontramos los siguientes resultados. El impacto se concentró principalmente en gastronomía (584 mdd, -20% de la estimación previa), impulsado tanto por el consumo de los visitantes que asistieron a los partidos como por la demanda generada alrededor del torneo. Le siguieron retail (433 mdd, aumento de 10% de la estimación previa), alojamiento (328 mdd, -47% de la estimación previa), transporte (223

mdd, -28% de la estimación previa) y entretenimiento (34 mdd, -39% de la estimación previa), reflejando que los beneficios económicos se extendieron más allá de los estadios hacia actividades vinculadas con la experiencia integral del aficionado (Gráfica 7). La lectura central es que el Mundial generó mayor valor cuando logró articular turismo, consumo local, experiencias presenciales y señales digitales de demanda.



¿Cuáles son los aprendizajes?

El Mundial de Fútbol 2026 mostró que ser sede no genera un retorno automático. La diferencia estuvo en la capacidad de anticipar, activar y medir en el momento preciso. México capturó valor, pero también enfrentó límites claros: los mecanismos de precios dinámicos encarecieron el acceso a determinadas experiencias, el costo de los boletos moderó parte de la demanda turística prevista y la concentración de visitantes en las ciudades sede provocó un efecto de sustitución que alteró los flujos turísticos y la disponibilidad de transporte aéreo en otros destinos. Como consecuencia, los resultados de nuestras nuevas estimaciones de impacto económico son menores.

A nivel país, el aprendizaje es que los grandes eventos debieran entenderse como plataformas de activación económica, no solo como calendarios deportivos. La infraestructura, la movilidad, la hotelería, el transporte, el comercio y la gastronomía necesitan operar con información de alta frecuencia para ajustar precios, inventarios, promociones, rutas, personal y experiencias casi en tiempo real.

A nivel empresarial, los hallazgos apuntan a cuatro prioridades. La primera es diversificar canales de comercialización, porque la atención del aficionado se dividió entre televisión, streaming, redes y experiencias presenciales. La segunda es reconocer que los patrones de consumo fueron fugaces: las marcas ganadoras actuaron cerca del partido, aprovechando el momento de conversación. La tercera prioridad es cuidar la marca, especialmente ante promociones no oficiales o códigos dirigidos al aficionado. Y la cuarta es innovar en señales de mercado, porque en un entorno acelerado la ventaja no fue solo tener presupuesto, sino procesar información de alta frecuencia y convertirla en decisiones comerciales.

El Mundial dejó claro que el impacto económico de un megaevento no depende únicamente del número de visitantes o de la infraestructura construida. La mayor creación de valor provino de la capacidad para activar consumo en momentos específicos, interpretar señales de alta frecuencia y responder con rapidez a cambios en la demanda. Para las empresas, el principal legado no es el evento en sí, sino la posibilidad de convertir datos en decisiones comerciales casi en tiempo real, identificando con precisión cuándo, dónde y cómo se genera el consumo.





Consideraciones metodológicas

- 1** El impacto total estimado no incluye los gastos operativos asociados al evento. Se estima que la inversión habría generado un retorno económico de entre 1.45x (considerando el impacto generado por los visitantes y los proyectos de infraestructura) y 2.07x (si se considera el impacto generado por los visitantes, el consumo activado por el evento, los proyectos de infraestructura y los derechos de transmisión de los partidos – USD 210 M) de acuerdo con el multiplicador de valor agregado.
- 2** Estimaciones Deloitte. La información presentada considera las fases correspondientes a 2024 (cimentación financiera y arranque de obra), 2025 (aumento de la inversión) y 2026 (equipamiento y certificación). Estos hitos son estimaciones preliminares sujetas a cambios por costos, inflación, logística o regulación. La distribución anual se proyectó según las etapas de cada obra: arranque, construcción y cierre.
- 3** Estimaciones Deloitte con base en el INEGI. Incluye 66,457 empleos directos y 34,798 empleos indirectos e inducidos.
- 4** Porcentaje del total de la población ocupada de México en mayo 2026.
- 5** AFAC, OAG, GAP, OMA y AICM.
- 6** INEGI y Agente de IA Deloitte México + Google Trends (Outscraper API), jun–jul 2026, con base en los valores del reporte de impacto económico presentado en febrero de 2026. En la Matriz de Activación, el tamaño de la esfera está determinado considerando la participación de los ingresos de cada segmento del sector de gastronomía.



Fuentes consultadas

Qatar FIFA, "Fan experience", 2022. <https://inside.fifa.com/tournament-organisation/world-cup-2022-in-numbers/fifa-world-cup-qatar-2022-fan-experience>

Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco, "Sector Turismo". https://iieg.gob.mx/ns/?page_id=21938

Agencia Federal de Aviación Civil, "Estadística de Aviación Comercial Regular y Fletamento en diversos productos. Fuentes de información Aerolíneas y Grupos Aeroportuarios", 2026. <https://www.gob.mx/afac/acciones-y-programas/estadisticas-280404>

Official Airline Guide, "Seats Data", 2026. <https://www.oag.com/flight-data-seats>

FIFA, "La Copa Mundial de la FIFA Catar 2022, en números", 2022. <https://publications.fifa.com/es/annual-report-2022/tournaments-and-events/fifa-world-cup-quatar-2022/fifa-world-cup-qatar-2022-in-numbers/>

Rusia: OSW, "The 2018 FIFA World Cup in Russia – circuses instead of bread?", 2018. <https://www.osw.waw.pl/en/publikacje/osw-commentary/2018-09-17/2018-fifa-world-cup-russia-circuses-instead-bread>

Ministério Do Esporte, "Relatório de Prestação de Contas final referente à Copa das Confederações FIFA 2013 e Copa do Mundo FIFA 2014", 2017.

Asociación de Hoteles de Ciudad de México, "Reporte de Ocupación", 2026. <https://www.asociaciondehoteles.com/>

Asociación de Hoteles de Nuevo León, "Reporte de Ocupación", 2026. <https://hotelesmonterrey.org/>

Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, "Home", 2026. <https://visitagdl.com/ofvc/>

Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), "Estadística de Aviación Comercial Regular y Fletamento en diversos productos. Fuentes de información Aerolíneas y Grupos Aeroportuarios", 2026. <https://www.gob.mx/afac/acciones-y-programas/estadisticas-280404>

Grupo Aeroportuarios del Pacífico (GAP), "Reporte de Tráfico", 2026. <https://www.aeropuertosgap.com.mx/es/reporte-de-trafico-gap.html>

Grupo Aeroportuario Centro Norte (OMA), "OMA- Tráfico de pasajeros de junio 2026", 2026. <https://ir.oma.aero/es/reportes-de-trafico/>

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), "Estadísticas del AICM a Junio de 2026", 2026. <https://www.aicm.com.mx/estadisticas-del-aicm/17-09-2013>

OAG, "Aviation analytics", 2026. <https://es.oag.com/>

Deloitte, "Prepárate para el Mundial: nuevas oportunidades para los negocios", 2026. <https://www.deloitte.com/latam/es/services/financial-advisory/perspectives/preparate-para-el-mundial-nuevas-oportunidades-para-los-negocios.html>

Contactos

Erick Calvillo

Socio Líder de Crecimiento de Mercado
Spanish Latin America
Deloitte Spanish Latin America
ecalvillo@deloittemx.com

Daniel Zaga

Economista en Jefe
Socio de Crecimiento de Mercado
Deloitte Spanish Latin America
dzaga@deloittemx.com

Teresa Solís

Directora Comercial SME
Deloitte México
tsolis@deloittemx.com



Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante "Entidades Relacionadas") (colectivamente, la "organización Deloitte"). DTTL (también denominada como "Deloitte Global") así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte <https://www.deloitte.com/about> para obtener más información.

Deloitte ofrece servicios profesionales líderes a casi el 90% de las empresas de la lista Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestra gente ofrece resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza del público en los mercados de capitales y permiten que los clientes se transformen y prosperen. Sobre la base de sus 180 años de historia, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Descubra cómo las aproximadamente 470,000 personas de Deloitte en todo el mundo tienen un impacto importante en www.deloitte.com.

Tal y como se usa en este documento, Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Impuestos y Servicios Legales, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de consultoría fiscal, asesoría legal y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Audit Delivery Center, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Asesoría en Riesgos, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de asesoría en riesgos y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Asesoría Financiera, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de asesoría financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Y Deloitte Consulting Group, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de consultoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta comunicación y cualquier archivo adjunto en esta es para su distribución interna entre el personal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro y sus Entidades Relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte"). Puede contener información confidencial y está destinada únicamente para el uso de la persona o entidad a la que va dirigida. Si usted no es el destinatario previsto, notifiquenos de inmediato, no utilice esta comunicación de ninguna manera y luego elimínela junto con todas las copias de esta en su sistema.

Ni DTTL, sus firmas miembro, Entidades Relacionadas, empleados o agentes será responsable de cualquier pérdida o daño alguno que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus firmas miembro y sus entidades relacionadas, son entidades legalmente separadas e independientes.