# **Ven por el Mundial, quédate por San Francisco: innovación, puentes icónicos y espíritu bohemio**

## **Una ciudad donde la historia se cruza con la vanguardia**

[San Francisco](https://www.visittheusa.mx/experience/san-francisco-california-nuevas-formas-de-explorar-una-ciudad-de-iconos) y toda el Área de la Bahía se preparan para recibir al mundo durante la **Copa Mundial de la FIFA 2026**. Esta región de California será sede de seis partidos, entre fase de grupos y octavos de final, en uno de los estadios más modernos del país: el **Levi’s Stadium**.

Pero este destino ofrece mucho más que fútbol: es un mosaico de innovación, diversidad cultural, paisajes costeros inolvidables y experiencias gastronómicas únicas. Aquí, cada día puede llevarte de un tranvía histórico al Golden Gate, de un partido mundialista a una copa de vino en Napa Valley, o de un atardecer en la bahía a una caminata en Sausalito.

## **Levi’s Stadium: donde la Bahía se viste de Mundial**

El **Levi’s Stadium**, ubicado en [**Santa Clara**](https://www.visitcalifornia.com/places-to-visit/santa-clara/), será la sede de seis partidos del Mundial 2026, incluidos cinco encuentros de fase de grupos y un duelo de octavos de final. Con capacidad para 68,500 espectadores y una arquitectura sustentable, este recinto es también el hogar de los **San Francisco 49ers** de la **NFL**, escenario de Super Bowls, incluyendo el del 2026.

### **¿Cómo llegar y moverte en la región?**

El estadio se localiza a unos **64 km al sur de San Francisco** y es accesible gracias a la red de transporte del Área de la Bahía:

* [**Caltrain**](https://www.caltrain.com/) conecta el centro de San Francisco con Santa Clara, con servicios reforzados en días de partido.
* [**VTA Light Rail**](https://www.vta.org/go/routes) y autobuses locales complementan el acceso desde San José y Silicon Valley.
* **Traslados en auto o rideshare** (Uber, Lyft) son opción, aunque el tráfico será intenso. Se recomienda planear con tiempo o usar transporte público.

Moverse por la Bahía es sencillo gracias a la red de **BART, Caltrain, Muni y ferris**, que unen ciudades como San Francisco, Oakland y San José con rapidez.

## **¿Qué hacer en San Francisco y el Área de la Bahía?**

San Francisco es un destino que sorprende desde cualquier ángulo. Su arquitectura es parte del encanto: las casas victorianas estilo “Painted Ladies” en Alamo Square, los rascacielos futuristas de Salesforce Tower, la silueta del **Ferry Building** en el Embarcadero y, por supuesto, el majestuoso **Golden Gate Bridge**, que conecta la ciudad con **Sausalito**, un encantador pueblo costero con galerías, cafés frente al mar y vistas espectaculares de la bahía.

La ciudad también es sinónimo de cultura. Desde el arte contemporáneo del **SFMOMA** hasta la historia viva de **Alcatraz**, pasando por el barrio **Mission**, con sus murales callejeros, o **Chinatown**, el más antiguo de Estados Unidos, cada rincón cuenta una historia diferente.

La gastronomía es otro de los grandes atractivos de la Bahía. San Francisco cuenta con algunos de los restaurantes más reconocidos del país, con estrellas Michelin y chefs de prestigio mundial. Aquí se puede disfrutar desde mariscos frescos y el clásico clam chowder servido en pan sourdough en **Fisherman’s Wharf**, cocina fusión en el distrito de [**Hayes Valley**](https://www.explorehayesvalley.com/), dim sum de primer nivel en **Chinatown** o restaurantes de lujo y estrellas Michelin uno a pasos del otro en **Ferry Building** & **SOMA**.

Y si el plan es salir de la ciudad, a menos de una hora se encuentran las principales regiones vinícolas del estado: el [**Valle de Napa**](https://www.visittheusa.mx/experience/bebe-y-degusta-donde-quiera-que-vayas-en-el-valle-de-napa-de-california)y[**Sonoma**](https://www.visittheusa.mx/destination/sonoma), con viñedos, bodegas y experiencias enogastronómicas de nivel internacional. Una parada imperdible para quienes buscan combinar fútbol con alta cocina y paisajes relajados.

## **Hospedaje para el Mundial**

Las opciones de hospedaje son amplias y variadas, pero lo ideal es elegir según tu estilo de viaje y la conectividad con el estadio o los puntos turísticos:

* **En San Francisco:**
  + *Union Square*: corazón de la ciudad, con acceso a tiendas, restaurantes y transporte. Ejemplo: **Westin St. Francis**.
  + *Embarcadero*: vistas a la bahía y cercanía al Ferry Building. Ejemplo: **Hyatt Regency San Francisco**.
* **En Silicon Valley / Santa Clara**
  + Práctico para quienes priorizan la cercanía al Levi’s Stadium. Ejemplo: **Hilton Santa Clara**, a solo pasos del estadio.
* **En Oakland o Berkeley**
  + Alternativas más accesibles, con buena conexión por BART hacia San Francisco. Ejemplo: **Claremont Club & Spa, A Fairmont Hotel** en Berkeley.

La recomendación es elegir un hotel cercano a una estación de **BART o Caltrain**, lo que facilita traslados hacia el Levi’s Stadium y otras ciudades del Área de la Bahía.

**Cultura, arquitectura y naturaleza en armonía**

La Copa Mundial 2026 será inolvidable en la Bahía de California: fútbol de primer nivel en un escenario innovador, combinado con paisajes icónicos, cultura diversa y una gastronomía que compite entre las mejores del mundo. San Francisco y su área metropolitana ofrecen un viaje completo donde el fútbol es solo el inicio de una experiencia que dejará huella.

Para conocer más sobre **Brand USA**, visita [**TheBrandUSA.com**](https://www.thebrandusa.com/) y comienza a planear tu próximo viaje en: [**https://www.visittheusa.mx/**](https://www.visittheusa.mx/)

Y para descubrir el resto de las ciudades mundialistas en USA, visita: <https://brandusa-mexico.another.co/category/copa-del-mundo-2026-destinos-en-usa>

**Acerca de Brand USA**

Brand USA es la organización nacional de promoción turística, dedicada a fomentar el turismo internacional legítimo hacia Estados Unidos para fortalecer la economía del país, impulsar las exportaciones, generar empleos de calidad y fomentar la prosperidad de las comunidades. A través de campañas basadas en datos y unificando mensajes entre la industria y el gobierno, Brand USA posiciona a Estados Unidos como un destino global de primer nivel, proporcionando además información actualizada sobre visados y requisitos de entrada.

Establecida por la Ley de Promoción del Turismo en 2010, en la última década Brand USA, en colaboración con socios de la industria turística, ha sido responsable de atraer 8.7 millones de visitantes adicionales que gastaron cerca de 29 mil millones de dólares en Estados Unidos, generando 63 mil millones en producción económica y sosteniendo cerca de 37,000 empleos al año. Sin ningún costo para los contribuyentes, estos esfuerzos han generado 8.3 mil millones en ingresos fiscales y han devuelto 20 dólares a la economía estadounidense por cada dólar invertido.

**Contacto de prensa:**

Carolina Trasviña, Public Relations Director | [crasvina@thebrandusa.mx](mailto:crasvina@thebrandusa.mx)

Adriana Ramos, Public Relations Manager | [aramos@thebrandusamexico.com](mailto:aramos@thebrandusamexico.com)