

Qatar 2022 vs EEUU-México-Canadá 2026: del Mundial más caro de la historia para el anfitrión al más caro para los espectadores

23/05/2026



El torneo que Argentina defenderá como campeón, y que podría ser la última Copa del Mundo de Lionel Messi, estableció un nuevo récord que va mucho más allá de lo deportivo: ningún Mundial en la historia resultó tan caro para quienes quieren verlo en persona. Y la paradoja es que, a diferencia de ediciones anteriores, esta vez el dinero no se gastó en construir estadios sino en llenarlos.

El Mundial 2026 parte de una premisa que lo distingue de sus

predecesores inmediatos: los 16 estadios (11 en EEUU, 3 en México, 2 en Canadá) donde se disputarán los 104 partidos ya estaban contruidos. Once corresponden a **Estados Unidos**, tres a **México** y dos a **Canadá**. El partido inaugural se jugará en el **estadio Azteca de Ciudad de México**, refaccionado para la ocasión. La final está prevista en el **MetLife Stadium de New Jersey**, donde Estados Unidos aporta también la mayor parte del calendario: 78 de los 104 partidos, incluida esa definición.

No hubo que levantar infraestructura desde cero, como ocurrió en **Qatar 2022**, donde el país anfitrión invirtió alrededor de 200.000 millones de dólares en estadios, aeropuertos, hoteles y un sistema de transporte construido prácticamente de la nada para recibir un evento que un país de apenas 3 millones de habitantes no podía albergar sin esa transformación. La **FIFA**, en cambio, cubrió costos de alrededor de 1.700 millones de dólares en aquel torneo y obtuvo ingresos estimados en 4.700 millones, con una ganancia neta de unos 3.000 millones.

En 2026, la lógica se repite, pero con una diferencia: lo que la organización no se gastó en infraestructura, que en gran medida ya estaba hecho, se trasladó al precio de las entradas.

El evento cultural más caro de la historia

Según un análisis de The Economist, el Mundial 2026 es el evento cultural más caro de la historia en términos de acceso para el público. Las entradas para la fase de grupos promediaron los **200 dólares**, mientras que **la tarifa mínima para la final llegó a 2.030 dólares**. Ajustando por inflación, los precios más que duplican los de Qatar 2022 y cuadruplican los del Mundial de 1994, también disputado en suelo estadounidense.

El mecanismo detrás de este salto es novedoso. Por primera vez, la FIFA tomó el control total del ticketing, desplazando

a los operadores locales, e implementó un sistema de precios dinámicos: **los valores suben en función de la demanda en tiempo real**. Además, habilitó un **mercado oficial de reventa** con una comisión del 15% tanto para compradores como para vendedores. El resultado fue una escalada que llevó algunas entradas para la final a relistarse en el mercado secundario por hasta 2 millones de dólares.

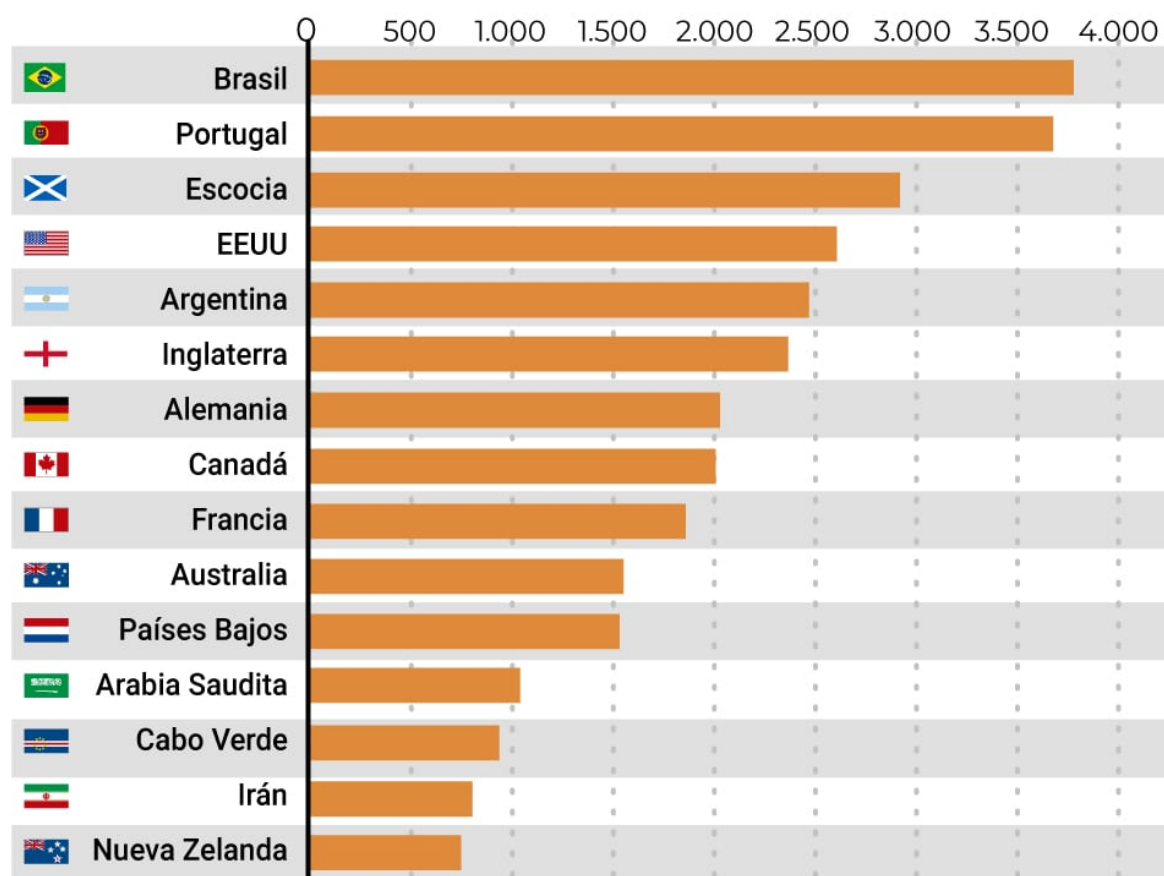
Para los hinchas de **Brasil**, asistir a los tres partidos de la fase de grupos representaba, en la reventa, un desembolso de alrededor de **3.800 dólares**. Para los seguidores de **Cabo Verde**, que debuta en la Copa del Mundo, la cifra rondaba los **1.000 dólares**. The Economist señala que el modelo se asemeja a la lógica del mercado estadounidense de espectáculos, donde las entradas para el Super Bowl rara vez bajan de los 900 dólares. En contraste, el boleto más accesible para la final de la Champions League europea se ubicó en torno a los 200 dólares.

En el caso de Argentina, se estima que ver los tres partidos de fase de grupos, con precios de reventa, tendrá un costo aproximado de USD 2.500. Claro está, que dependiendo de la disponibilidad y la demanda, ese valor puede variar.

SÚPER FANÁTICOS

Copa Mundial de la FIFA 2026, selecciones seleccionadas

COSTO ESTIMADO PARA VER LOS TRES PARTIDOS DE LA FASE DE GRUPOS*, EN USD



*Entradas de reventa más baratas al 17 de mayo

Fuente: TicketData

infobae

El presidente de la FIFA, **Gianni Infantino**, salió al cruce de las críticas con una frase que sintetiza la postura oficial: "Si algunas personas ponen en el mercado de reventa entradas para la final a 2 millones de dólares, en primer lugar, eso no significa que las entradas cuesten 2 millones de dólares. Y si alguien compra una entrada para la final por 2 millones de

dólares, personalmente le llevaré un perrito caliente y una Coca-Cola para asegurarme de que tenga una gran experiencia.”

Una demanda que no llegó

El problema para los organizadores, es que ni siquiera a esos precios la demanda respondió como se esperaba. En las semanas previas al inicio del torneo, los valores en el mercado oficial y en plataformas secundarias comenzaron a caer de manera pronunciada. **El partido inaugural entre Estados Unidos y Paraguay registró una baja superior al 30% en el último mes.** El promedio de reducción de precios en los partidos disputados en territorio estadounidense llegó al 24%, con algunos encuentros que sufrieron recortes de más del 50%.

Scott Friedman, conductor del programa Ticket Talk, fue directo en su diagnóstico: “La FIFA sobrestimó la demanda y esto les está costando caro. Los precios fueron demasiado altos en los 104 partidos, fue un desastre completo”.



El SoFi Stadium, en Inglewood, California: techo traslúcido y

césped en proceso REUTERS/Caroline Brehman TPX IMAGES OF THE DAY

Las consecuencias se extendieron al sector hotelero. A mediados de abril, con una demanda muy por debajo de las proyecciones, los hoteles de ciudades sede como **Atlanta, Dallas, Miami, Filadelfia y San Francisco** ya habían tenido que reducir sus tarifas cerca de un tercio respecto del pico que habían alcanzado a principios de año, según datos de Lighthouse Intelligence citados por el Financial Times. La American Hotel and Lodging Association (Ahla) calculó que un 80% de los operadores en los mercados estadounidenses reconoció cifras por debajo de sus proyecciones. En **Kansas City**, ese porcentaje se ubicó entre el 85% y el 90%.

Hasta el 70% de las habitaciones que la FIFA había reservado en **Boston, Dallas, Los Ángeles, Filadelfia y Seattle** fueron canceladas, lo que distorsionó la percepción real de la demanda y afectó la planificación de los hoteles. **Michael Bellisario**, analista senior de Baird Equity Research, recortó su estimación de crecimiento en ingresos por habitación disponible del rango de entre 0,75 y 1 punto porcentual a entre 0,25 y 0,50 puntos.



Las reservas hoteleras en las ciudades sede quedaron muy por

debajo de lo previsto, en un torneo que resultó ser el más caro de la historia para los fanáticos que quisieron vivirlo en persona. (Imagen Ilustrativa Infobae)

La revisión de expectativas también alcanzó al turismo en términos más amplios. La consultora Tourism Economics redujo su proyección de crecimiento de visitantes internacionales a Estados Unidos para este año del 3,9% al 3,4%, según su director de estudios sectoriales, **Aran Ryan**. Esto contrasta con lo que Infantino había prometido a las ciudades sede en 2024: “cientos de miles” de visitantes, no sólo quienes tuvieran entradas sino también quienes simplemente quisieran “formar parte de algo especial.”

Entre las barreras identificadas por los especialistas figuran el alto precio de las entradas, los costos del transporte local, la carga impositiva, el contexto geopolítico y las dificultades para obtener visas. Entre un 65% y un 70% de los operadores hoteleros identificaron las **barreras de visado** y las preocupaciones geopolíticas como factores que limitaron la llegada de visitantes. El Departamento de Estado de Estados Unidos eliminó una fianza de 15.000 dólares para los solicitantes de visa de 50 países que posean un boleto válido, en un intento de estimular ese flujo.

Aerolíneas Argentinas cancela vuelos desde el interior

La baja demanda también golpeó a quienes, desde Argentina, intentaron armar operativos para llevar hinchas al torneo. Aerolíneas Argentinas canceló los vuelos que tenía previstos desde el interior del país hacia Miami –puerta de entrada al Mundial para muchos argentinos– debido a la combinación de una demanda insuficiente y un aumento del 50% en los precios de los combustibles, consecuencia del **conflicto en Medio Oriente**.

La aerolínea de bandera había proyectado operar desde el 8 de junio dos vuelos semanales desde **Córdoba**, tres desde **Rosario** y dos desde **Tucumán**, todos con escala técnica en Punta Cana. La decisión fue **concentrar a los pasajeros en Buenos Aires**, donde la oferta se mantiene en 20 vuelos semanales, para preservar la rentabilidad de las rutas. Fuentes de la empresa indicaron que esperaban un repunte en las ventas más cerca de la fecha que finalmente no se produjo, incluso después de lanzar una tarifa especial. Los vuelos directos a **Kansas City y Dallas**, alineados con el calendario de partidos de la selección argentina, se mantienen sin cambios.

Fuente: Infobae