

Fanáticos latinoamericanos palpitan la Copa América 2024 de Estados Unidos

Hace un año que Matías Celestino compró los pasajes de avión para viajar desde Buenos Aires a Estados Unidos a alentar a la campeona mundial Argentina en la Copa América. Tiene reservas de hoteles y entradas para los partidos, y en un almanaque va marcando día a día cuánto falta para el viaje.

Desde 2010, Celestino sigue a la Albiceleste donde quiera que juegue, incluyendo los mundiales de Sudáfrica, Rusia y Qatar. Y aunque la situación económica de su país y de su familia no es holgada, faltar a la Copa América de Estados Unidos no era una opción, mucho menos ahora que consiguió la visa de turista.

“Son prioridades que uno tiene, me privé de salir, de comprarme ropa, de comer afuera”, expresó Celestino, un comerciante de lotería de 40 años al explicar el “gran esfuerzo” que realizó junto a su familia para poder apoyar al equipo. “Nosotros donde juegue la selección estamos ahí”.

Celestino es parte de miles de hinchas del fútbol de América Latina que se aprestan a viajar para acompañar a las selecciones en el torneo continental que por segunda vez en su historia se realiza en Estados Unidos.

Asistencia a la Copa América 2024

A los fanáticos que lleguen de Latinoamérica se sumará también la diáspora en Estados Unidos, que acudirá a más de 14 estadios desde Los Angeles a Nueva York, pasando por Miami y Atlanta, para seguir 32 partidos.

La CONMEBOL, el ente rector del fútbol de Sudamérica y organizador del torneo, asegura que están “próximos a una cifra histórica” de asistentes. La anterior edición en Estados Unidos fue la del “Centenario” en 2016, una que atrajo 1,5 millones de espectadores en 32 partidos – un promedio de 46.000 por encuentro.

Precios y entradas para juegos de la Copa América

Los precios generales para los partidos varían, según los equipos y la ubicación, y por primera vez son dinámicos: cambian según la oferta y la demanda y pueden ir desde los 75 dólares para un asiento básico en la primera ronda, a por lo menos 700 dólares para la final.

Decenas de agencias ofrecen en sus páginas digitales en línea paquetes de viaje que se pueden personalizar según el presupuesto o los gustos de los fanáticos. Van desde poco menos de 1.000 dólares por persona para acceder a un duelo de la primera ronda con dos noches de hotel incluido, hasta más de 10.000 dólares para dos personas, dependiendo de la ubicación en los estadios, la categoría de hoteles, las excursiones y experiencias de lujo durante el partido.

Argentina – reinante campeona del mundo en Qatar 2022 y defensora del título continental tras consagrarse en Brasil en 2021 – y Lionel Messi – quizás en uno de sus últimos torneos internacionales – aparecen como las máximas atracciones.

Las entradas para ver Argentina son las más demandadas, dijo a la AP la CONMEBOL, que vende los tickets en su sitio web. El equipo de Messi inaugura la Copa frente a Canadá en Atlanta, el 20 de junio.

“Hay un gran número de seguidores de Argentina», expresó a la AP Felix Brambilla, el presidente de Overseas Travel, que vende paquetes vip. «Ellos son los que ofrecen el espectáculo en este momento. Hay un interés muy, muy alto”.

Detrás de Argentina, también hay interés por Brasil, Colombia, Ecuador y México, aunque por ahora bastante menos de lo que se esperaba para los mexicanos, dijo Brambilla.

Demanda en alojamiento en Estados Unidos

Desde el ámbito de los alojamientos temporales aseguran que la demanda se ha incrementado.

De acuerdo con Airbnb, las vistas de alojamiento tuvieron un alza del 40% para los días de los partidos en los países que competirán en el torneo, en comparación con el año anterior. Los aficionados de Argentina son los que muestran el mayor interés, con un aumento del más del 200% en las vistas de listados de Airbnb, seguidos por los colombianos con un incremento de más del 90% y los mexicanos, con una suba del más del 50% en vistas de listados en las áreas de los estadios.

“Hemos tenido un incremento de visitas de todos los países que van a competir», expresó a la AP Carlos Olivos, jefe de comunicación corporativa de Airbnb para América Latina y el mercado hispano de Estados Unidos.

Con información de AP