



LA COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026 **Y LA ECONOMÍA** **DEL FÚTBOL**





Roberto Álvarez

Profesor Titular, Universidad de Chile.

El economista Roberto Álvarez, profesor titular de la FEN U. de Chile, examina qué variables socioeconómicas explican el desempeño de las selecciones en los mundiales y por qué la evidencia académica muestra que organizar la Copa del Mundo no resulta rentable en términos de PIB o empleo para los países anfitriones.



“ La evidencia histórica indica que únicamente ocho selecciones han ganado la Copa Mundial, todas pertenecientes a Europa y América del Sur. Se trata, en general, de países con población numerosa e ingreso medio-alto. Kuper y Szymanski en el best-seller Soccernomics hacen referencia a la regla de los 10.000 euros, que es el mínimo ingreso requerido para ganar algún torneo internacional. ”



La Copa Mundial de la FIFA 2026 se ha desarrollado con la particularidad de que los encuentros se disputan en tres países: México, Estados Unidos y Canadá. Asimismo, destaca por contar con un número de selecciones participantes sin precedentes. Durante su desarrollo, la atención global se concentra en los resultados de los partidos y en las proyecciones sobre qué selección se consagrará campeona.

La economía, como disciplina científica, tiene elementos significativos que aportar al análisis del Mundial y del deporte en general. Si bien tradicionalmente se asocia el éxito deportivo a la calidad del cuerpo técnico, la selección de jugadores y su rendimiento, la investigación económica ha demostrado que variables socioeconómicas como población, ingreso, valor de mercado de las plantillas y tradición futbolística explican el

desempeño de las selecciones. Gary Becker, Premio Nobel de Economía en 1992, fue pionero en aplicar el análisis económico a dimensiones no tradicionales, como la educación, la familia y el crimen. En la misma línea, la economía del deporte constituye hoy un campo consolidado en docencia e investigación, con sociedades académicas y revistas especializadas en Europa y Estados Unidos, principalmente.

En este artículo se resume lo que hemos aprendido de la investigación económica rigurosa de dos aspectos relacionados a la copa del mundo: los factores que explican el desempeño de las selecciones nacionales y qué tan beneficiosa es su organización para el país anfitrión.



"Baade y Matheson (2004) estiman los beneficios netos de la Copa del Mundo organizada por Estados Unidos en 1994 y encuentran que las ciudades sedes perdieron 9,3 billones de dólares. Antes del evento se proyectaban ganancias de 4 billones de dólares."

Determinantes del rendimiento deportivo

La evidencia histórica indica que únicamente ocho selecciones han ganado la Copa Mundial, todas pertenecientes a Europa y América del Sur. Se trata, en general, de países con población numerosa e ingreso medio-alto. Kuper y Szymanski en el best-seller *Soccernomics* hacen referencia a la regla de los 10.000 euros, que es el mínimo ingreso requerido para ganar algún torneo internacional. Señalaban, antes del campeonato mundial de Qatar, que había solo dos maneras de eludirla: "Siendo Brasil o teniendo a Maradona". El efecto positivo del ingreso sobre el rendimiento deportivo se asocia a tres canales: mejoramientos en salud y alimentación, a la generación de mayores recursos para entrenar/jugar y a mejoramientos en la institucionalidad.

Otra variable socioeconómica importante es el número de habitantes del país. Se argumenta que una mayor población afecta positivamente el rendimiento, lo que se denomina efecto escala, por cuanto es más probable elegir un conjunto de buenos jugadores mientras mayor sea la cantidad disponible. Obviamente hay excepciones históricas como Uruguay y Cabo Verde en el reciente mundial, quienes exhiben un rendimiento por encima de lo que corresponde a su tamaño.

Diversos estudios empíricos han analizado los determinantes del desempeño de los países en los mundiales. Se ha encontrado un efecto positivo del ingreso sobre el rendimiento, pero sólo hasta cierto nivel, a partir del cual el efecto del ingreso se vuelve negativo. En términos del efecto escala, los resultados muestran efectos positivos de una mayor población. Interesantemente, se ha encontrado que este efecto se potencia en países con cultura latina. Otros factores que afectan positivamente son la tradición futbolística, entendida como experiencia acumulada en competencias internacionales, y factores contextuales como ser anfitrión y el valor de mercado de la plantilla (Hoffmann et al. 2002; Scelles y Andreff, 2019; Torgler, 2004)

Recientemente, Venkatesan (2026) analiza datos de 63 países que jugaron al menos tres partidos de la Copa del Mundo en los ocho torneos celebrados entre 1994 y 2022, y desafía algunos de los hallazgos previos. Encuentran que la riqueza y la población importan mucho menos de lo que se planteaba. Al introducir el número total de partidos jugados históricamente en Mundiales (como indicador de la infraestructura futbolística acumulada de una nación), el PIB y la población se vuelven estadísticamente irrelevantes frente al peso de la tradición.



¿Es rentable organizar la Copa del Mundo?

Las asociaciones locales en conjunto con los gobiernos compiten intensamente por adjudicarse la sede del torneo, bajo el supuesto de que generará turismo, inversión en infraestructura y proyección internacional. Sin embargo, la literatura académica es consistente en señalar que los mega-eventos deportivos son, en general, económicamente no rentables para el país anfitrión en términos de PIB o empleo. Algunos de los costos en que incurre el organizador, tales como seguridad, preparación de funcionarios públicos, impuestos para financiar el evento y gastos de postulación, frecuentemente se ignoran o subestiman en la evaluación. Además, los ingresos tienden a exagerarse.

La evidencia ex post revela que, aunque el Mundial genera un shock de demanda turística y beneficios hacia hotelería, gastronomía y comercio, la creación de empleo suele ser temporal y el auge turístico se desvanece tras el evento. Además, gran parte de los ingresos —especialmente los derechos de transmisión— son percibidos por FIFA, mientras que el país anfitrión asume individualmente los costos fijos de infraestructura. El resultado es que muchos estadios se convierten en “elefantes blancos” con altos costos de mantención y baja utilización posterior.

Baade y Matheson (2004) estiman los beneficios netos de la Copa del Mundo organizada por Estados Unidos en 1994 y encuentran que las ciudades sedes perdieron 9,3 billones de dólares. Antes del evento se proyectaban ganancias de 4 billones de dólares. En la misma línea, Hagn y Maennig (2008 y 2009) estudian los efectos de los mundiales organizados por Alemania en 1974 y 2006, respectivamente, encontrando un nulo impacto en el empleo.

¿Por qué tanto esfuerzo y recursos en un proyecto no rentable? Se debería a beneficios intangibles asociados a ser anfitrión de la Copa del Mundo, sobre todo para gobiernos dictatoriales que desean mejorar su imagen internacional y/o acallar protestas por un tiempo. Un ejemplo de ello es la evidencia proporcionada por Kavetsos y Szymansky (2010) sobre la relación entre felicidad y copa del mundo. Se encuentra que las personas en

países que han organizado un evento deportivo de fútbol son más felices.

En síntesis, organizar una Copa Mundial rara vez es rentable desde una perspectiva estrictamente financiera. La decisión de los gobiernos se explica por beneficios no económicos: prestigio, cohesión social, capital político y efectos de “sentirse bien” que, aunque difíciles de cuantificar, forman parte del beneficio de ser anfitrión y estar en los ojos del mundo.

Una aclaración importante: conciencia algorítmica no significa saber programar, ni tener conocimientos técnicos sobre aprendizaje automático, ni comprender la arquitectura interna de los sistemas de recomendación. Un usuario puede tener una conciencia algorítmica alta sin haber escrito nunca una línea de código. Lo que sí implica es una percepción informada y contextual de cómo los algoritmos moldean la experiencia digital cotidiana (Zarouali et al., 2021; Dogruel et al., 2022).

En términos concretos, un usuario con alta conciencia algorítmica sabe que el contenido que ve no es aleatorio ni neutral; reconoce que sus propias conductas en la plataforma (los likes que da, el tiempo que dedica a cada publicación, las búsquedas que realiza) influyen en lo que el algoritmo le mostrará después; entiende que la publicidad que recibe está diseñada específicamente para él; y tiene noción de que todo esto no está exento de dilemas éticos, como quién controla esos datos, con qué criterios se toman esas decisiones automatizadas y si puede haber sesgos en el proceso.

Estos cuatro elementos: filtrado de contenido, toma de decisiones automatizada, interacción usuario-algoritmo y consideraciones éticas, constituyen las dimensiones de la conciencia algorítmica según el marco teórico más consolidado en esta área (Zarouali et al., 2021). Es precisamente sobre esta base que construimos nuestra investigación en Chile.



"Muchos estadios se convierten en 'elefantes blancos' con altos costos de mantención y baja utilización posterior."



Referencias

- Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2004). The quest for the cup: assessing the economic impact of the world cup. *Regional studies*, 38(4), 343-354.
- Hagn, F., & Maennig, W. (2008). Employment effects of the football World Cup 1974 in Germany. *Labour Economics*, 15(5), 1062-1075.
- Hagn, F., & Maennig, W. (2009). Large sport events and unemployment: the case of the 2006 soccer World Cup in Germany. *Applied Economics*, 41(25), 3295-3302.
- Hoffmann, R., Ging, L. C., & Ramasamy, B. (2002). The socio-economic determinants of international soccer performance. *Journal of Applied economics*, 5(2), 253-272.
- Kavetsos, G. y S. Szymanski. "National well-being and international sports events." *Journal of economic psychology* 31.2 (2010): 158-171.
- Scelles, N., & Andreff, W. (2019). Determinants of national men's football team performance: a focus on goal difference between teams. *International journal of sport management and marketing*, 19(5-6), 407-424.
- Torgler, B. (2004). The economics of the FIFA Football Worldcup. *Kyklos*, 57(2), 287-300.
- Venkatesan, A. (2026). What Predicts World Cup Success?. Available at SSRN 6928238.