

# Geografía del éxito futbolístico en España: la influencia de la densidad demográfica

Geography of football performance in Spain:  
the influence of population density

José Manuel Llorente Pinto 

[mane@usal.es](mailto:mane@usal.es)

Juan Ignacio Plaza Gutiérrez 

[jip@usal.es](mailto:jip@usal.es)

José Luis Sánchez Hernández 

[jlsh@usal.es](mailto:jlsh@usal.es)

*Departamento de Geografía  
Universidad de Salamanca (España)*

## Resumen

Este artículo analiza la distribución geográfica del éxito futbolístico en España entre las temporadas 1959-60 y 2019-2020. Se mide el éxito futbolístico de una demarcación territorial a partir del cálculo de las clasificaciones obtenidas por su equipo (o equipos) al término de cada temporada de Liga en primera y segunda división durante el período considerado o en distintas etapas del mismo. La revisión de la literatura más significativa sobre la geografía del fútbol permite formular la hipótesis de que el éxito futbolístico de un territorio guarda una notable relación con su dinamismo socioeconómico. Se utiliza aquí la densidad demográfica para contrastar esta hipótesis mediante técnicas estadísticas y de análisis espacial. Los resultados permiten afirmar que la

densidad demográfica predice correctamente el éxito futbolístico local y provincial, que se concentra en la Comunidad de Madrid, el arco mediterráneo entre Barcelona y Valencia, la cornisa cantábrica oriental y el occidente andaluz. No obstante, se han detectado desviaciones positivas (éxito superior al esperable) y negativas (éxito inferior al esperable) que sólo pueden interpretarse mediante análisis cualitativos pormenorizados que incorporen factores institucionales y sociológicos subyacentes al éxito o fracaso de determinadas provincias y clubes.

**Palabras clave:** fútbol; desarrollo regional; factores institucionales; sistema urbano.

## **Abstract**

This article scrutinizes the geographical distribution of football success in Spain between the 1959-60 and 2019-2020 seasons. The football success of a given territory is measured by calculating the rankings obtained by its football team (or teams) at the end of each season in the first and second divisions either during the period under consideration or within different time periods. The review of the most significant literature about the geography of football success underpins our hypothesis that territorial football success is closely dependent on socio-economic dynamism at the local-regional scale. Population density is thus used to test this hypothesis by means of statistical techniques and spatial analysis. The results confirm that demographic density predicts local and provincial football success, which is concentrated in the region of Madrid, the Mediterranean coastline between Barcelona and Valencia, the eastern Cantabrian provinces, and western Andalusia. However, significant positive (higher than expected success) and negative (lower than expected success) deviations have been detected. Such deviations can only be accounted for through in-depth qualitative analyses drawing on those institutional and sociological factors that underlie the success or failure of certain provinces and clubs.

**Key words:** football; soccer; regional development; institutional conditions; urban system.

## **1 Introducción**

El deporte del fútbol ha adquirido enorme relevancia socioeconómica, cultural y antropológica. Su popularidad trasciende fronteras y ha configurado una industria multimillonaria gracias a la venta de entradas, patrocinios y contratos televisivos. Los clubes de fútbol profesionales ejercen como marcas globales y sus jugadores constituyen verdaderos iconos comerciales. La participación en las ligas importantes o la organización de eventos futbolísticos impulsan la economía de los países anfitriones y de las ciudades con equipos de cierto nivel, crean empleo, incrementan el turismo y estimulan el desarrollo de infraestructuras. El fútbol desempeña también un papel

fundamental en muchas culturas nacionales y locales como fuente de identidad y orgullo, con equipos de fútbol que representan a comunidades enteras. Así mismo, el fútbol se refleja en la música, el cine y la moda, convirtiéndose en un tema recurrente de la cultura popular.

Tal impacto ha convertido el fútbol, lógicamente, en objeto de atención por parte de los poderes públicos, ya que el vínculo entre los equipos y sus ciudades recuerda cada vez más al que existe entre las ciudades y sus principales empresas: es conocida la dotación de ayudas, subvenciones, exenciones, mejoras de infraestructuras o recalificaciones de terrenos por parte de las administraciones locales y regionales, aspectos en los que clubes y empresas acaban ejerciendo un papel próximo al chantajista, con el argumento de que la pérdida de competitividad de unos y otras perjudicaría a los territorios donde están implantados.

Estas circunstancias justifican la pertinencia del análisis territorial de la actividad futbolística. Sin embargo, el estudio geográfico del fútbol registra un desarrollo limitado. Cabe justificar este hecho por su identificación con el ocio popular y por su dependencia de infraestructuras costosas, ubicadas en ámbitos urbanos donde otros procesos parecen más relevantes en la construcción del territorio. A ello se añade, en el caso español, el limitado desarrollo de la Geografía social y cultural, que ha considerado en otros países la capacidad del fútbol para mejorar la calidad de vida (Gaubert, 2012), articular identidades locales o nacionales (Poli, 2004; Fløysand & Jakobsen, 2007; Mascarenhas, 2011; Kate, 2012; Picard, 2016; Cuberos, 2014), o conectar comunidades transnacionales (Lestrelin & Basson, 2009).

La Economía, entre tanto, ha visto en el fútbol un caso particular de competencia entre unidades productivas (los equipos) bajo unas reglas muy precisas. Espitia et al. (2019) analizan la productividad de los diez equipos que jugaron todas las ediciones de la UEFA Champions League entre las temporadas 2014-15 y 2017-18, midiendo dicha variable como el cociente entre variables de *output* (partidos jugados, partidos ganados, goles obtenidos...) y variables de *input* (jugadas de ataque, jugadas defensivas...). Los resultados indican que los equipos más competitivos mostraron una superior eficiencia técnica en su juego. Dado que el éxito de empresas-clubes afecta a su entorno territorial, Bratchert (2021) estudia el efecto de los descensos de categoría en Alemania, Italia, Francia e Inglaterra sobre la economía de las regiones donde radican los clubes de primera división descendidos entre 1995 y 2010: encuentra consecuencias negativas leves, pero significativas, sobre el empleo y el VAB en el sector de los deportes y en el empleo regional agregado.

Otros economistas invierten esta perspectiva territorial y se preguntan por la relación entre los resultados de los equipos y las características socioeconómicas y geográficas de sus localidades de origen. Mourão (2008), con datos de Portugal para el período 1970-1999, afirma que el tamaño demográfico, la renta per cápita y la dotación de infraestructuras tienen un efecto positivo en la probabilidad de que un municipio portugués albergue un equipo de primera división. Doran y Jordan (2018) profundizan en esta cuestión cuando se preguntan por la influencia de la proximidad espacial en el éxito de los equipos de fútbol. Con datos de la Premier League inglesa para el período 1992-93/2012-13, concluyen que los equipos tienen mejores resultados si se localizan cerca de otros equipos con buenos resultados, y ello al margen de su patrimonio y de la estabilidad en su gestión. A la inversa, los malos resultados guardan relación con la proximidad geográfica a equipos de peor rendimiento: “Esto sugiere que, en el fútbol inglés, la localización influye en el rendimiento, igual que se ha demostrado en otros sectores” (p. 1.566). Los clubes, pues, se benefician de la proximidad a buenos equipos y se ven perjudicados por la cercanía a equipos inferiores. Se observa, además, un *efecto Londres: ceteris paribus*, los clubes londinenses tienen mejores resultados que los de otras ciudades, lo que se atribuye a la mayor probabilidad de fichar mejores jugadores gracias a las oportunidades sociales asociadas a la capitalidad.

En una visión más agregada, Gásquez y Royuela (2014) establecen una relación significativa entre la posición de un país en el ranking de la FIFA y sus datos de PIB por habitante, su Índice de Desarrollo Humano y variables como el nivel educativo, la apertura comercial, el crecimiento demográfico o la inversión exterior. Estos datos conducen a los autores a afirmar que “...el ranking FIFA de un país puede considerarse como un indicador de desarrollo, tanto a corto como a largo plazo” (p. 840).

Estos antecedentes evocan ideas fundamentales de la Geografía Económica, como las externalidades positivas generadas por la aglomeración geográfica de empresas del mismo sector (economías de localización), la superior productividad de las economías urbanas, la preferencia de los profesionales cualificados por la vida urbana, o la concentración de los ecosistemas innovadores en los entornos metropolitanos gracias a la presencia de empresas líderes y a la co-creación de recursos técnicos, institucionales y de conocimiento especializados.

A partir de lo antedicho sobre los clubes de fútbol como empresas en competencia que se nutren de recursos próximos y distantes (aunque, y esto es relevante, no pueden desplazarse a otras localizaciones para mejorar sus capacidades, porque están atadas a su lugar de fundación), se entiende mejor la interacción entre fútbol y ciudad que intuye todo aficionado y que tampoco ha

pasado inadvertida para la Geografía, que ha identificado una sólida relación entre el éxito futbolístico y los niveles de la jerarquía urbana. Théry (2006), para Brasil, y Ravenel (2003), Helleu y Durand (2007) o Castellanos et al. (2007), para Europa, encuentran una relación positiva entre el tamaño de las ciudades y su poderío futbolístico medido por los resultados acumulados por los equipos locales en distintas competiciones.

Es sabido que los grandes equipos del viejo continente radican —o han radicado— en sus mayores áreas urbanas (Londres, Madrid, París, Milán, Rhin-Ruhr, Múnich, Barcelona, Mánchester, Liverpool, Ámsterdam, Lisboa...). La escuela coremática francesa respalda esta elemental cultura futbolística cuando Ravenel (2003, p. 202) sostiene que la cartografía del éxito futbolístico en Europa entre 1957 y 2001 se ajusta al "... modelo de la gran dorsal europea [...], a la que hay que incluir su prolongación meridional, el arco mediterráneo. Se trata de la zona más poblada, que ostenta el poder económico y, además, destaca en términos deportivos. En cuanto al tamaño comparable, las ciudades situadas fuera de esta dorsal obtienen niveles deportivos de menor importancia", si bien esta afirmación debe matizarse a la vista de la trayectoria de Madrid o Manchester.

Más allá, entonces, de los buenos resultados ocasionales obtenidos por algunos clubes periféricos, o de la decadencia de ciertos equipos bien ubicados, la geografía del éxito futbolístico parece guardar relación con las grandes tendencias del desarrollo económico nacional y regional. Esta es la idea de fondo que orienta este trabajo, más allá del divertimento que su ejecución haya proporcionado a unos buenos aficionados al fútbol: ¿existe alguna relación entre el éxito de los equipos de fútbol en España y el dinamismo demográfico y económico de sus áreas de influencia? ¿Cuáles son las regularidades espaciales y las pautas temporales identificables en un fenómeno aparentemente sujeto a los vaivenes de la fortuna, la pericia de los gestores, la adhesión de las aficiones, o los *ciclos* y *proyectos* invocados por la prensa especializada? Las respuestas a estas preguntas se van a buscar en un período de tiempo relativamente extenso que abarca 60 años (temporadas 1959-1960 hasta 2019-2020) de Liga de primera y segunda división en España.

Tres motivos justifican la elección de este lapso temporal. Primero, la profunda transformación registrada por la economía española durante esas seis décadas. Según la Renta Nacional de España y su Distribución Provincial (serie homogénea 1955-1993), en 1959 el sector primario todavía acumulaba el 42 % del empleo y el 21,6 % del VAB, mientras la industria manufacturera se conformaba con el 18,4 % del empleo y el 25 % del VAB y correspondían a los servicios el 29,6 % y el 40,7 %, respectivamente. Esta economía tradicional se había transformado

completamente en 2020, según la Contabilidad Nacional, con una acusada primacía de los servicios (78,4 % del empleo y 74,8 % del VAB) respecto a la industria de transformación (10,1 % y 12,1 %, respectivamente), mientras el sector primario no alcanza el 4 % en ningún indicador.

Segundo, y derivado del anterior, se trata de un período de redistribución de la población, éxodo rural, intensa urbanización y refuerzo reciente de la concentración demográfica en las principales áreas metropolitanas del país. A la vez, las grandes tendencias del desarrollo regional han variado de forma patente y muy estudiada en Geografía (ver Plaza y Caravaca, 2017, para una síntesis): ascenso rápido y severo retroceso de las economías de la cornisa cantábrica (con una acusada recuperación ulterior del País Vasco y Navarra, apoyada en su singular situación fiscal), notoria pujanza de la Comunidad Valenciana, Murcia y los archipiélagos desde la década de 1980, atonía o lento declive en las regiones interiores, con excepciones puntuales ligadas a la industria y la accesibilidad (Zaragoza, Valladolid), vitalidad continuada de Madrid, acentuada desde 2000 por su capacidad para aprovechar las oportunidades de la capitalidad y la globalización (Rodríguez-Pose & Hardy, 2021), una modernización evidente en Andalucía, encabezada por Sevilla y Málaga, pero donde no cabe ignorar las aportaciones del turismo litoral y la agricultura intensiva de exportación, y una reorientación de la economía catalana hacia los servicios (incluidos los avanzados) sin que su base manufacturera haya retrocedido tanto como en otras áreas de tradición industrial.

Y tercero, el notable significado económico del fútbol. Según un reportaje publicado en *El País* el 3 de abril de 2019 (Vande Rusten, 2019, July 31), basado en informes de consultoras especializadas, el fútbol es una industria que facturó 15 600 millones de euros en España, equivalentes al 1,37 % del PIB. Solo el 20 % de esa cifra procede de la actividad directa de los clubes (empleo, ventas de taquilla, mercadotecnia, derechos de todo tipo). El resto consiste en efectos indirectos sobre sus proveedores (seguridad, mantenimiento, material deportivo, retransmisiones, un 35 %), efectos tractores (sobre la hostelería, desplazamientos, alojamientos, consumo de televisión, producción y venta de videojuegos) y efectos inducidos a través de la recaudación fiscal (4100 millones de euros), la mejora de la salud, el refuerzo de los vínculos comunitarios o las opciones de inserción social para grupos vulnerables.

Tras esta Introducción, el segundo apartado describe las fuentes de información manejadas, el tratamiento de los datos recabados y la elección de las variables que ayudarán a responder a estos interrogantes. El apartado tercero expone los resultados obtenidos, mientras la discusión (apartado

cuarto) los pone en relación con el marco interpretativo propuesto hasta ahora. Las conclusiones recogen las aportaciones y limitaciones principales del trabajo.

## 2 Metodología

### 2.1 Selección de los datos

Para explorar la relación entre éxito futbolístico y dinamismo socioeconómico en España sólo se han tenido en cuenta los resultados de la Liga y únicamente se han contabilizado los primeros 40 equipos, que es la cifra más frecuente de clubes participantes en la competición nacional. Sin embargo, en los últimos años, lo que se conoce habitualmente como segunda división cuenta con más de 20 equipos, por lo que, para este período, sólo se han tenido en cuenta los 40 primeros clubes, es decir, toda la primera división y los restantes de segunda hasta sumar cuarenta competidores. Al contrario, durante algunas de las primeras temporadas consideradas, la primera y segunda división sumaban algo menos de 40 equipos, por lo que se han completado los datos de tales años con los primeros equipos de la antigua tercera división.

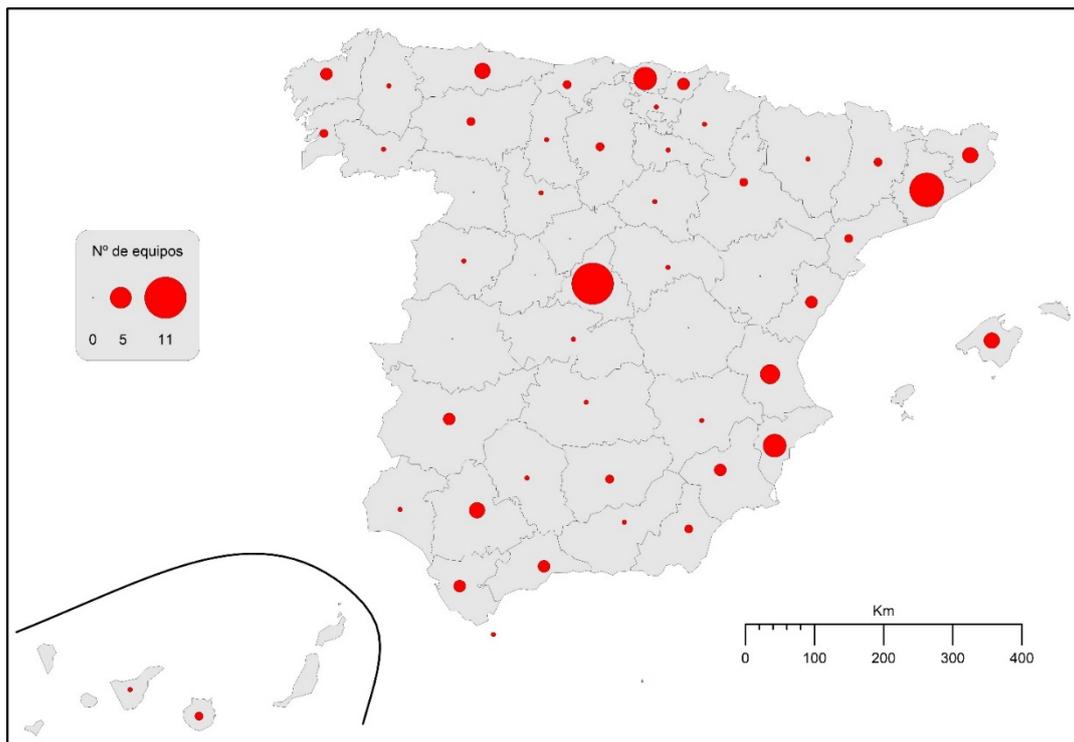
El éxito se mide, por tanto, con datos de la “competición de la regularidad” y se excluyen los resultados obtenidos en la Copa, la desaparecida Copa de la Liga y las competiciones europeas, puesto que el sistema de eliminación a una o dos vueltas es más propicio a los resultados inesperados, pero efímeros, y también más difícil de asimilar a las puntuaciones y clasificaciones alcanzadas en la Liga.

Para computar el éxito se ha utilizado un sistema ordinal. No se han tenido en cuenta los puntos alcanzados por cada equipo, ya que las reglas que condicionan el total de puntos alcanzados han variado durante el periodo considerado. Al primer equipo de primera división se le han atribuido 40 puntos y al último de segunda división (o para ser más precisos, al cuadragésimo equipo de cada temporada) se le adjudica 1 punto. Sólo se han considerado las clasificaciones de la Liga en ambas divisiones al término de la temporada regular y no, por ejemplo, la consecución del ascenso a primera división o las eliminatorias de ascenso implantadas en la segunda división entre los clasificados tercero a sexto.

Los datos de las clasificaciones de cada división y temporada se han extraído de Internet (Transfermarkt, n.d.). Para fijar la localización geográfica de cada equipo se han utilizado las coordenadas métricas del centro de su campo de fútbol conforme al sistema de proyección ETRS89 UTM Huso 30. Aunque algunos equipos han cambiado de estadio a lo largo de su historia, se ha mantenido una única localización para todo el período. Por ejemplo, para el Atlético de

Madrid, la ubicación corresponde con el demolido estadio Vicente Calderón y no con el actual Civitas Metropolitano. También se han registrado cambios en los nombres de algunos clubes, pero si ha existido continuidad, se ha considerado a tales equipos como una sola entidad. Sin embargo, los equipos filiales de los clubes de Primera División (Castilla, Barcelona, San Sebastián...) se han tratado de manera independiente.

**Figura 1. Número de equipos por provincia a lo largo de las temporadas 1959-1960/2019-2020**



Fuente: elaboración propia a partir de Transfermarkt

Bajo estos criterios, a lo largo de estas 61 temporadas han sido 116 los equipos que han estado al menos una temporada entre los 40 mejores combinados de España. Esos 116 equipos se representan por 113 ubicaciones, ya que tres ubicaciones son compartidas por dos equipos. Como muestra la Figura 1, algunas provincias carecen de representantes entre los 40 primeros equipos durante este período: Teruel, Cuenca, Cáceres, Ávila, Segovia y Zamora, además de Melilla. En el extremo contrario, Barcelona con 9 equipos y Madrid, con 11, son las provincias que más clubes han acumulado. Este simple recuento y su localización ya son indicativos de los contrastes que se pretende identificar aquí, puesto que la Figura 1 proporciona una idea sintética de la contrastada distribución provincial de la pujanza de la actividad futbolística.

## 2.2 Variables básicas y técnicas de tratamiento estadístico y cartográfico

La distribución de la población en el territorio y sus cambios durante el período abarcado serán las variables básicas con las que se comparan aquí los datos del éxito deportivo. Para ello se va a considerar la población de cada municipio (o de cada provincia), utilizando como referencia geográfica la cabecera municipal, representada por un punto correspondiente al centroide de su casco urbano. Los datos demográficos proceden de los censos de población desde 1960 y de los padrones de población desde 1996 hasta 2020.

La atención a los volúmenes demográficos (Bale, 2002) se justifica por el hecho de que "...la cantidad de espectadores es proporcional a la población de la ciudad en la que se encuentre el club. El potencial local representa una reserva de espectadores que, a continuación, puede ser mejor o peor explotada por el club en función de los resultados deportivos o de una política comercial adaptada" (Ravenel, 2003, p. 193). Ahora bien, reducir la medición del potencial a la dimensión demográfica bruta resulta una simplificación, porque los volúmenes de población no captan todas las capacidades socioeconómicas e institucionales del territorio. Así, podrían utilizarse variables como la renta, las pensiones, los niveles de empleo, la natalidad empresarial o los presupuestos municipales. Pero el problema radica en la imposibilidad de reunir tales datos de forma sistemática para todo el período, además de la complejidad que supondría integrar tanta información en un modelo de análisis donde es probable que se identificaran grados elevados de autocorrelación entre algunas variables.

En definitiva, la utilización de la población total parece la mejor opción por dos motivos. Primero, la disponibilidad de datos en el ámbito territorial (provincias y municipios) y temporal. Segundo, con las salvedades indicadas, es un indicador que puede resumir razonablemente las variables y factores que conforman ese potencial que se intentará relacionar con el éxito deportivo.

Si para medir el éxito se han adjudicado valores que van de 40 a 1 según la clasificación de los equipos, por un lado, y si para evaluar el potencial se ha optado fundamentalmente por tener en cuenta la población total, por otro, es preciso ahora definir sobre qué zona de referencia y a qué escala geográfica se comprobará la relación entre ambas variables. Hay que tener en cuenta que el éxito ha sido asignado a unas localizaciones puntuales (los estadios) que, obviamente, se pueden asociar a cualquier ámbito administrativo que las incluya (barrio, ciudad, municipio, comarca, provincia o región). También los datos demográficos tienen una resolución municipal y se pueden agrupar en cualquier circunscripción de ámbito superior. Para algunos análisis, entonces, se recurrirá a la escala provincial como referencia espacial (ver Figura 1).

No obstante, existen otras opciones de zonificación más complejas, pero capaces de superar el esquema estático de los límites administrativos (Ravenel, 2003, pp. 197-198). Para modelizar este efecto del éxito futbolístico sobre el territorio, a la par que las variables que se van a utilizar como contrapunto de éste, se ha aplicado el análisis o estimación de densidad *kernel* o *de núcleo* como procedimiento más adecuado; a esta técnica se la denomina también generación de *mapas de calor*. Los resultados de esta estimación están condicionados por dos aspectos. Por un lado, la función utilizada afecta sobre todo a la forma de la superficie de densidad generada, aunque el efecto global sobre los resultados es modesto. Más importancia tiene la elección del ancho de banda (Santos & García, 2008, pp. 292-293). Cuando esta técnica se utiliza para estudiar un fenómeno con una proyección territorial conocida, se puede utilizar como ancho de banda esa distancia. Pero no siempre resulta simple adjudicar un radio de acción concreto a un determinado proceso, o incluso podría ser más correcto establecer un radio variable en función de su intensidad en cada localización.

En este caso concreto, se ha comprobado en Francia que la mayor parte del público que asiste a un partido en directo vive a una distancia de no más de 30 km del estadio (Ravenel, 2003). Pero es probable que este radio sea variable y de alguna manera proporcional al tamaño de las ciudades y al atractivo de cada club (Llopis, 2019). La literatura contiene muchas discusiones sobre la noción de un ancho de banda óptimo y se han establecido distintos procedimientos de cálculo que tienen en cuenta el número de puntos considerados y la distancia media o la distancia estándar desde el centro medio, o simplemente la mayor de las distancias entre los dos vecinos más próximos, o también cálculos de distancia media o máxima a partir de recuentos de vecindad. Y así, cuanto mayor sea la distancia estándar mayor será el radio de influencia y cuanto mayor sea el número de puntos, menor será ese ancho de banda. En definitiva, aunque se han determinado mediante análisis formales distintos métodos para establecer el radio de la ventana móvil, en la práctica un enfoque de prueba y error resulta más efectivo.

Un tercer asunto problemático tiene que ver con el *problema de los límites* o *efecto borde*. Estos análisis generan valores que se adjudican a zonas que pueden estar más allá de las fronteras o de los límites reales de la zona/proceso estudiado. En consecuencia, es necesario valorar hasta qué punto esos procesos pueden tener consecuencias en los resultados. En este análisis (ver Figuras 5a, 5b y 5c) se ha constatado que, en efecto, los anchos de banda elegidos definen áreas de alto/bajo éxito con muy distintas dimensiones y contornos.

Con todas estas precisiones, consideramos que los resultados reflejan la geografía del éxito futbolístico en España y su evolución en el tiempo de forma ajustada a las posibilidades de los datos numéricos disponibles.

### 3 Resultados

#### 3.1 Una perspectiva agregada

A escala del territorio español, los resultados muestran una marcada relación entre tamaño demográfico y éxito futbolístico, medido conforme al procedimiento expuesto en el apartado anterior. Esa relación se puede apreciar desde distintas perspectivas.

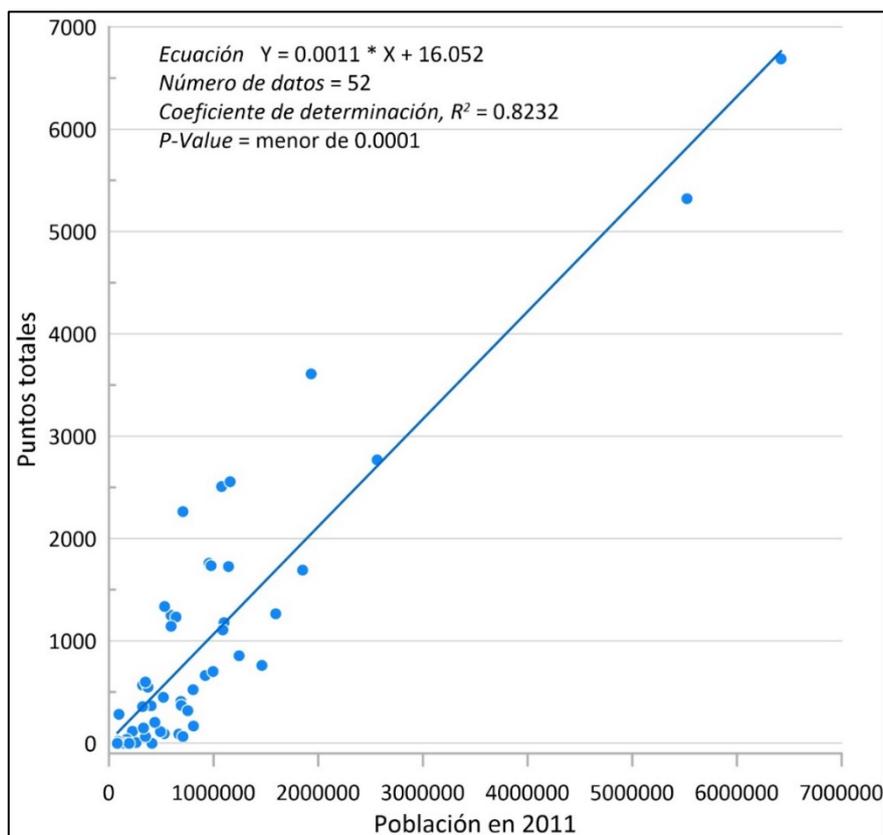
Considerando la población de cada provincia en 2011 y los puntos totales conseguidos a lo largo del periodo, se aprecia una relación lineal consistente y estadísticamente significativa (Figura 2), según la cual a mayor tamaño demográfico provincial,<sup>1</sup> mayor es la cantidad de puntos obtenidos por los equipos de fútbol ubicados en cada provincia. No obstante, el índice estadístico de Jarque-Bera indica que los residuales no se distribuyen normalmente, lo que indica que el modelo no es estrictamente confiable. Además, también se cuenta con una autocorrelación espacial estadísticamente significativa de los residuales, como ocurre con tanta frecuencia en los análisis territoriales. Sin embargo, la autocorrelación espacial de los residuos de la regresión ponderada geográficamente no es estadísticamente significativa. Es, pues, indudable que los valores extremos muy altos (Madrid y Barcelona) favorecen unos coeficientes de determinación altos y robustos. El modelo también se ve influido por la inexistencia de valores de éxito futbolístico en siete unidades territoriales, y por predecir especialmente mal la variable dependiente en la mayoría de las provincias con niveles medio-altos de éxito (Sevilla, Guipúzcoa, Asturias y Vizcaya).

Si se clasifican las provincias por tramos de tamaño demográfico en 2011 (Tabla 1) y se suman los puntos conseguidos por los equipos localizados en las provincias de cada tramo, se observa en general un incremento del éxito con el aumento de la población. Obviamente, esta relación está condicionada por la propia distribución de equipos en las distintas clases, que no está sometida a ninguna regla. De ahí que, como puede verse en la Figura 3, las provincias con una población total entre millón y medio y tres millones de personas presentan un éxito futbolístico agregado menor que la clase inmediatamente inferior.

---

1 Este cálculo se puede hacer también para las áreas metropolitanas, pero mientras que las provincias son realidades fijas en el tiempo, no se puede decir lo mismo de la delimitación de las áreas urbanas funcionales, máxime para un período de sesenta años.

Figura 2. Relación entre población provincial en 2011 y éxito futbolístico entre las temporadas 1959-1960 y 2019-2020



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

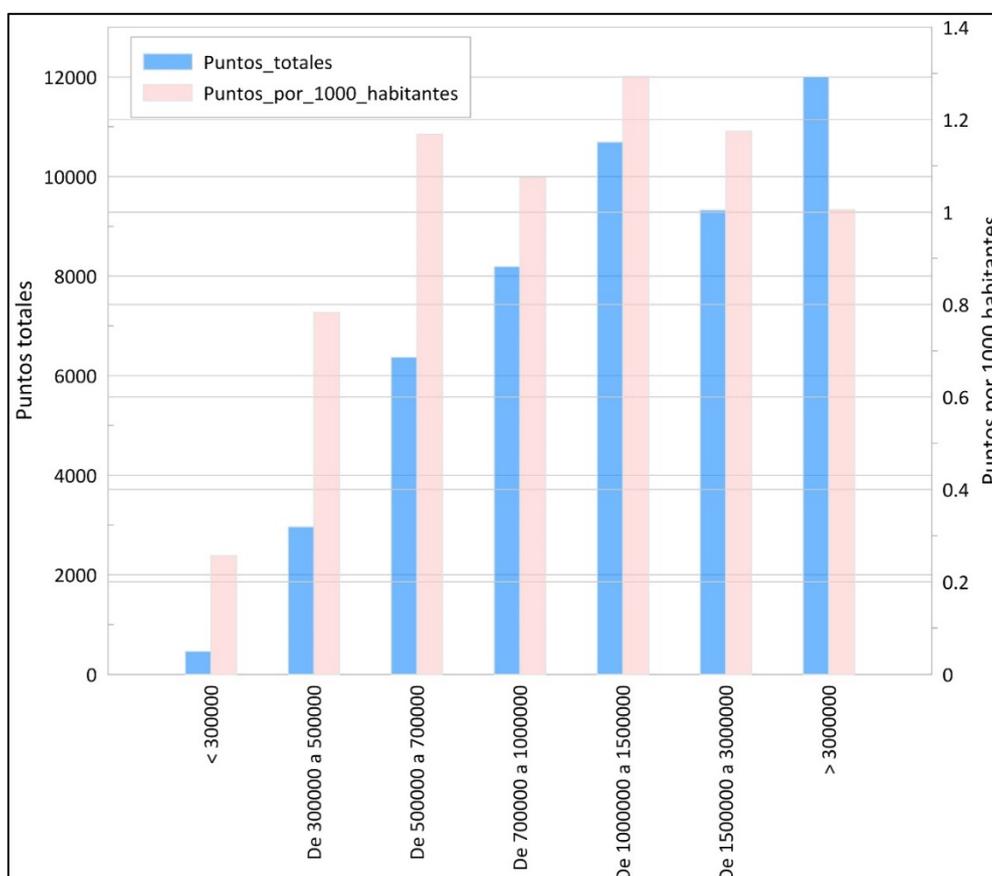
Por eso, y para minimizar la arbitrariedad intrínseca a una clasificación por tramos demográficos, es interesante considerar también la ratio de puntos por habitante (Figura 3). Esta ratio ya no presenta una relación lineal y creciente con las categorías de tamaño demográfico. Las provincias más pobladas no son las que tienen valores relativos de éxito más elevados, aunque en realidad en los tres tramos superiores este indicador no varía demasiado (entre 1 y 1,3 puntos por cada 1000 personas). Sin embargo, sí se observa que en las provincias con menor población este índice toma valores inferiores y que decaen en paralelo al volumen demográfico. Esto sugiere la existencia de un umbral que señala un tamaño crítico a partir del cual el éxito futbolístico en términos relativos estaría relativamente asegurado.

Tabla 1. Provincias incluidas en cada tramo de tamaño demográfico en 2011

Tramo de población	Provincias	Nº
< 300.000	Melilla, Ceuta, Soria, Teruel, Segovia, Palencia, Ávila, Zamora, Cuenca, Huesca, Guadalajara	11
300 000 – 500 000	Álava, La Rioja, Orense, Lugo, Salamanca, Burgos, Albacete, Cáceres, Lérida, León	10
500 000 – 700 000	Huelva, Ciudad Real, Valladolid, Cantabria, Castellón, Jaén, Almería, Badajoz, Navarra	9
700 000 – 1 000 000	Toledo, Guipúzcoa, Gerona, Córdoba, Tarragona, Granada, Pontevedra, Zaragoza, Santa Cruz de Tenerife	9
1 000 000 – 1 500 000	Asturias, Las Palmas, Baleares, La Coruña, Vizcaya, Cádiz, Murcia	7
1 500 000 – 3 000 000	Málaga, Alicante, Sevilla, Valencia	4
> 3 000 000	Barcelona, Madrid	2

Fuente: elaboración propia con datos del Censo de Población de 2011

Figura 3. Relación entre éxito futbolístico e intervalos de tamaño demográfico provincial en 2011



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

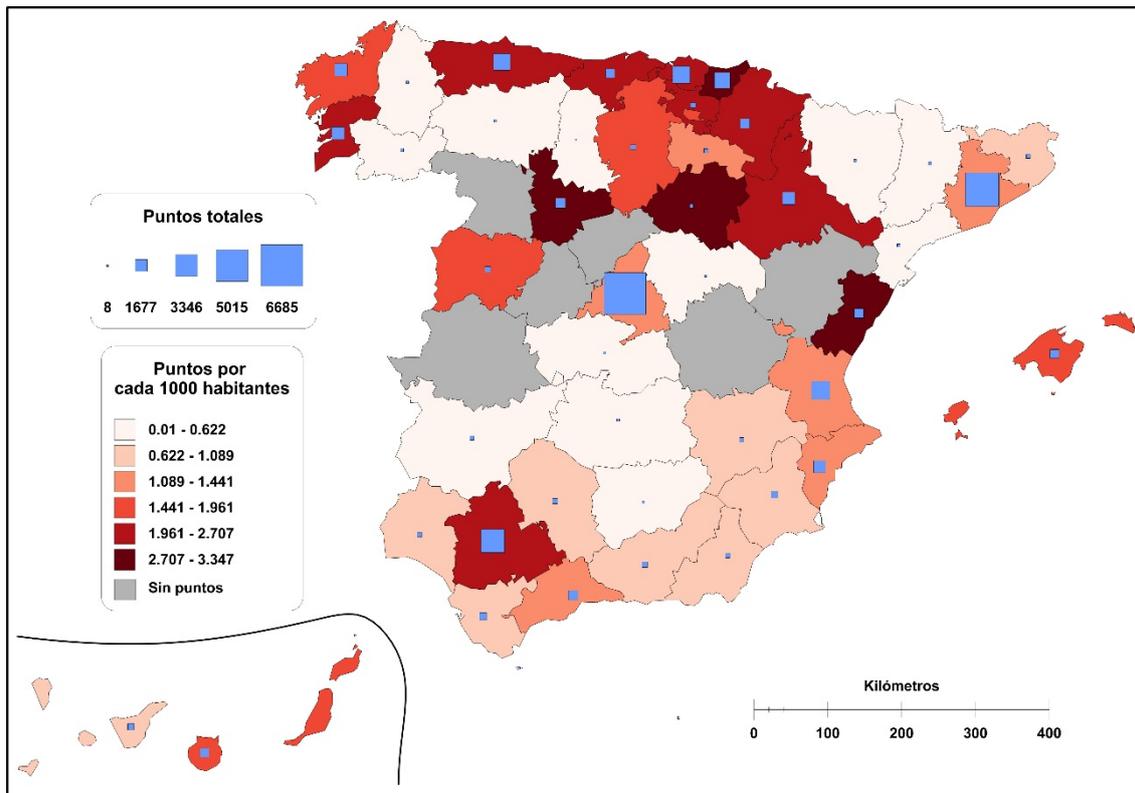
Con todo, la variedad de situaciones es considerable. Hay un notable grupo de provincias donde coinciden valores bajos de éxito por habitante y una demografía modesta (provincias que rodean a Madrid, y otras provincias del interior), pero Soria rompe con esa regularidad. En el otro extremo, Málaga, Granada, Cádiz o Santa Cruz de Tenerife presentan valores de éxito por habitante mediocres con volúmenes demográficos considerables. Así pues, a escala provincial no se reproduce exactamente la relación significativa entre volumen demográfico y éxito futbolístico por habitante observada a escala nacional en la Figura 1.

### **3.2 La escala provincial y la densidad de población como predictor del éxito futbolístico**

El mapa del éxito futbolístico a escala provincial (Figura 4) subraya a otra escala geográfica su relación con el potencial demográfico, que se aprecia claramente en la representación mediante símbolos proporcionales. Pero también detecta ciertas anomalías, ya que la representación mediante coropletas revela que algunos territorios han conseguido en estas seis décadas una trayectoria futbolística desproporcionalmente alta respecto a sus volúmenes poblacionales. Destacan Guipúzcoa, Soria, Castellón y Valladolid, mientras que en el extremo contrario –escaso éxito– aparecen provincias en general poco pobladas, como se acaba de indicar. Con todo, la autocorrelación espacial del éxito futbolístico por habitante medida por el índice de Moran tiene un carácter positivo y es estadísticamente significativa.

También parece evidente la existencia de tamaños críticos en la parte baja y en la parte alta de la distribución. Con poblaciones provinciales inferiores a 500 000 habitantes, el éxito futbolístico en el contexto nacional se complica notablemente (Figura 3, de nuevo). En la parte alta de la distribución se observan más equipos capaces de lograr éxitos deportivos sostenidos, es decir, acumulación de puntos en el tiempo. No obstante, el éxito relativo -teniendo en cuenta la población- se modera, probablemente a causa de la forma de medir el éxito (únicamente en el ámbito nacional, sin tener en cuenta la proyección internacional) y también porque en las grandes metrópolis el fútbol compite con otros deportes y actividades de ocio (Ravenel, 2003) que absorben recursos públicos y privados (equipamientos, subvenciones, contratos, promoción, asistencia a los estadios...). Por tanto, la superación de ese umbral provincial de 500 000 habitantes no parece generar rendimientos crecientes lineales.

Figura 4. El éxito futbolístico a escala provincial (puntos totales acumulados entre 1959-1960 y 2019-2020 entre población en 1991)



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y el Censo de Población de 1991

Este resultado se ve confirmado (y matizado) cuando se comparan población y éxito futbolístico mediante técnicas de densidad kernel. Se han generado mapas de densidad de población y de éxito futbolístico con anchos de banda de 30, 70 y 90 km, utilizando la función kernel de cuarto grado y un tamaño de celda de 1 km<sup>2</sup>. Para el éxito futbolístico se toman los valores totales del periodo y para la densidad de población los datos del Censo de Población de 1991, que divide dicho período en dos mitades. Los valores demográficos se han asignado a cada punto representativo de la cabecera de los 8131 municipios españoles.

Las condiciones de partida para generar estos mapas e interpretar sus resultados son bien distintas. Los datos del éxito futbolístico se obtienen a partir de 113 localizaciones que presentan una pauta de distribución espacial claramente concentrada, mientras los de población proceden de más de 8000 puntos regularmente distribuidos sobre el territorio.<sup>2</sup> Además, los resultados obtenidos al

<sup>2</sup> En el primer caso la puntuación z del índice del vecino más próximo es de -4.95, y en el segundo el valor de esta puntuación z es de 18.25

generar el mapa de densidad de población son fácilmente inteligibles (habitantes por km<sup>2</sup>), mientras que la densidad del éxito futbolístico no es un parámetro intuitivo y presenta además valores muy bajos. La Figura 5 muestra los mapas de éxito futbolístico para los tres anchos de banda citados; obsérvese que al variar el ancho de banda se modifican los rangos de los valores de densidad.

Para los tres radios de influencia existe una correlación lineal positiva alta y significativa ( $r^2 > 0.83$ ) entre la densidad de población y la densidad del éxito, como sucedía con los datos absolutos a escala provincial. Ello confirma la hipótesis de que, para el conjunto del periodo estudiado, la distribución de la población sobre el territorio predice el éxito en esta actividad deportiva. Ahora bien, resulta muy interesante atender a las anomalías que presenta esta relación, evaluadas a partir de los residuos generados en el análisis de regresión.

Figura 5. La densidad del éxito futbolístico de todo el periodo estudiado considerando radios de 30 km (a), 70 km (b) y 90 km (c)

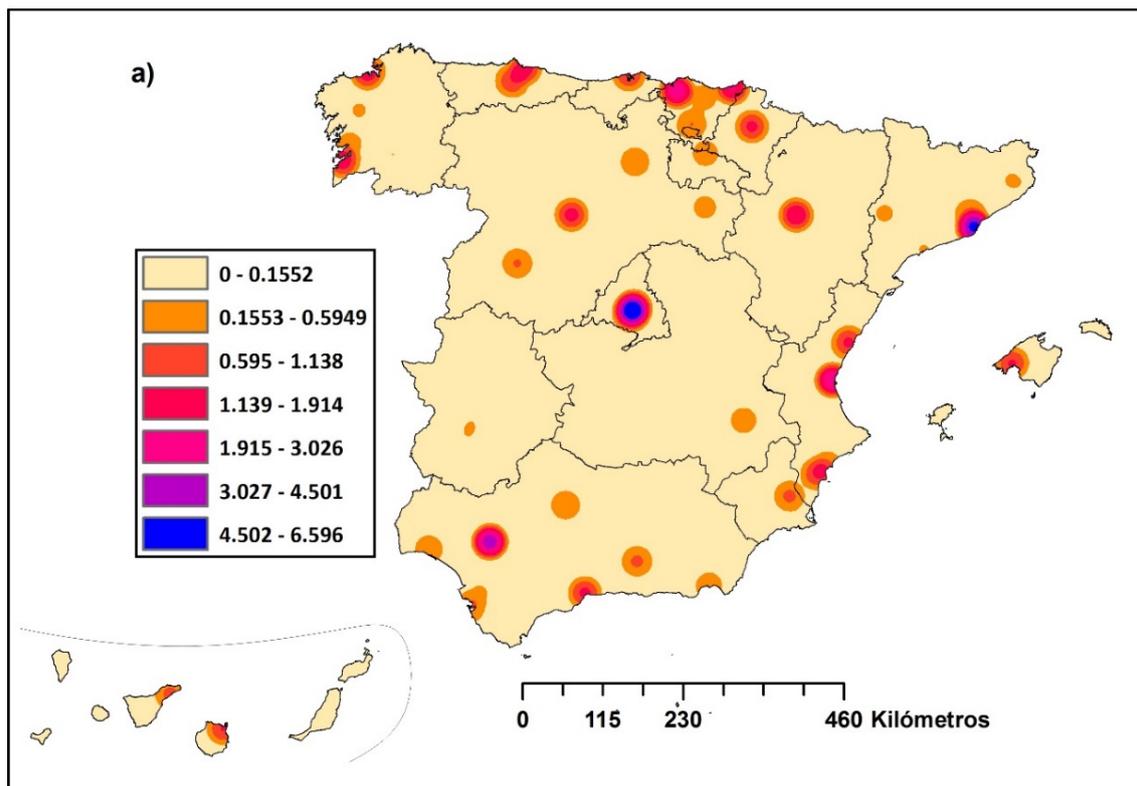
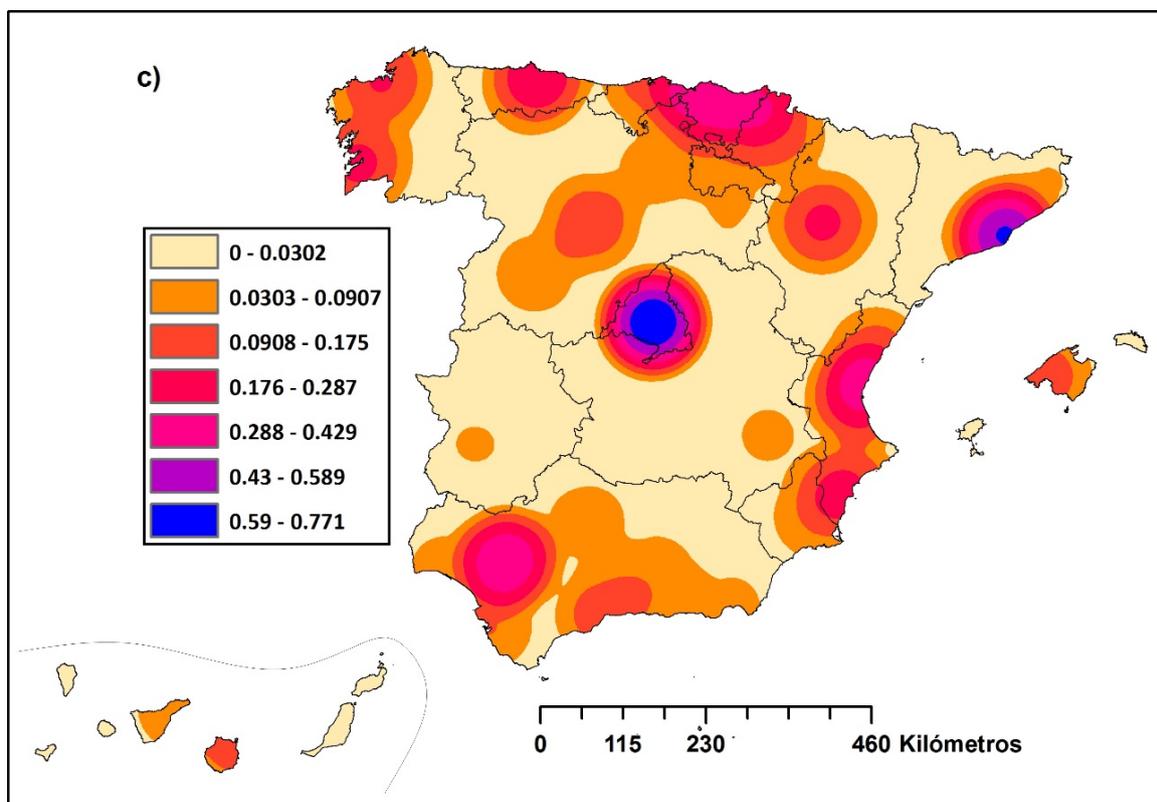
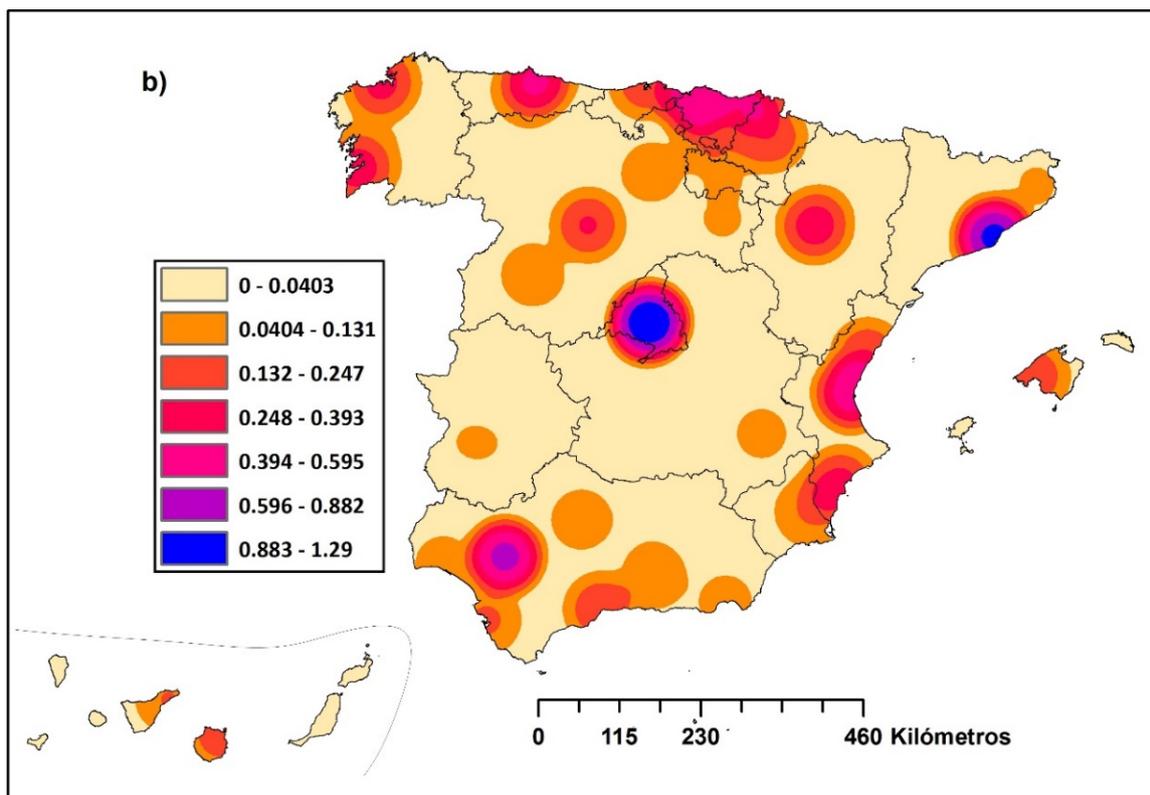
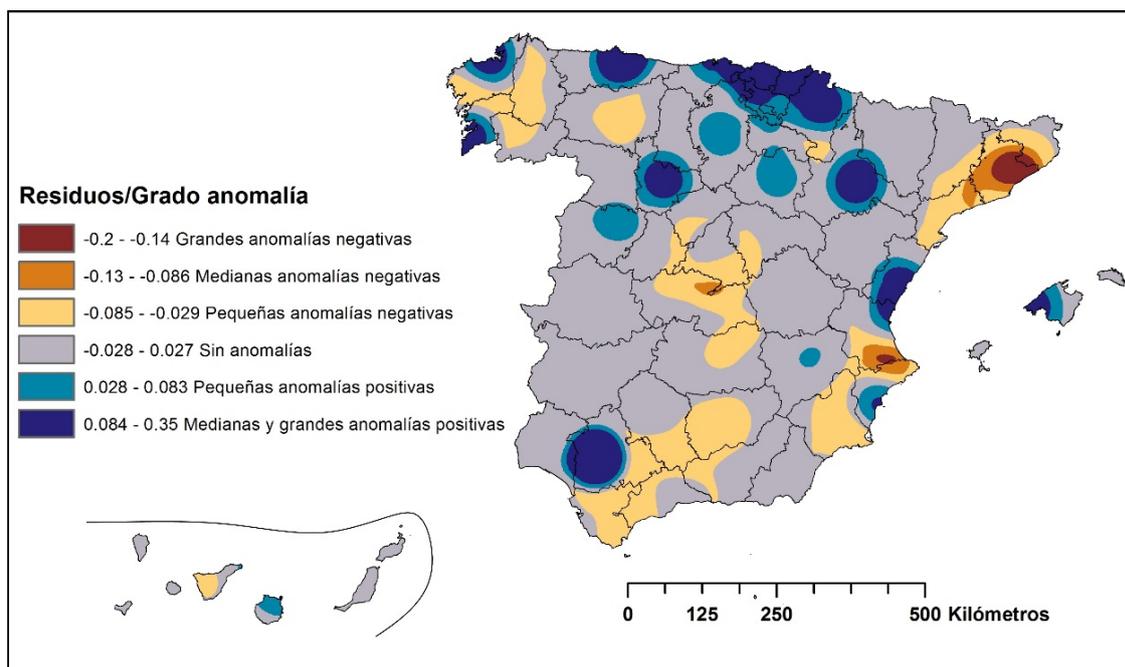


Figura 5. Continuación



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y el Censo de Población de 1991

Figura 6. Anomalías en la relación entre densidad de población y densidad de éxito futbolístico (1960-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y el Censo de Población de 1991

Como en la escala provincial, se observan anomalías positivas y negativas, es decir, lugares donde el éxito futbolístico es mayor que el esperado en función de la densidad demográfica y otros donde ocurre lo contrario. En la Figura 6 aparecen cartografiados esos residuos considerando un radio de influencia de 70 km. La zona con anomalías negativas más pronunciadas y mayor superficie se ubica al norte de la provincia de Barcelona, mientras que buena parte de la provincia sevillana se encuentra en el extremo contrario, aunque la zona de mayor continuidad con anomalías positivas es la región vasco-navarra.

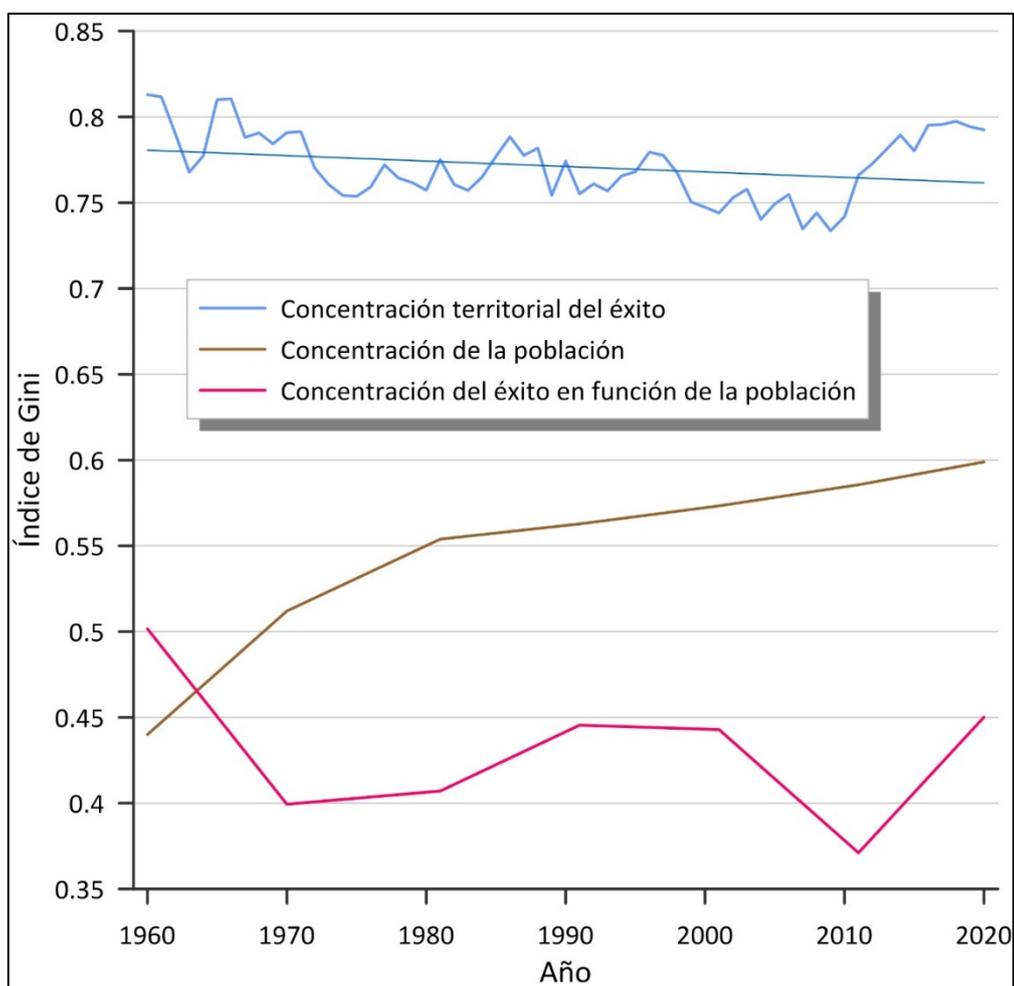
### 3.3 Una perspectiva evolutiva

Los datos presentados hasta ahora se refieren a valores acumulados para un período de 60 años y definen las tendencias territoriales agregadas del éxito futbolístico. Pero también es necesario comprobar si durante dicho período se aprecian cambios relevantes en el reparto territorial del éxito y si esas mutaciones se pueden vincular con las transformaciones registradas en las grandes áreas geoeconómicas españolas.

Los resultados del índice de Gini miden la evolución de la concentración territorial del éxito futbolístico entre 1960 y 2020 teniendo en cuenta la superficie de cada unidad provincial y la población de hecho de cada provincia. Se ha calculado adicionalmente la evolución de la

concentración de la población española considerando las cincuenta provincias y las dos ciudades autónomas como unidades de referencia (Figura 7).

Figura 7. Evolución de la concentración de la población y del éxito futbolístico (1959-1960 /2019-2020), considerando en este último caso la extensión o el tamaño demográfico

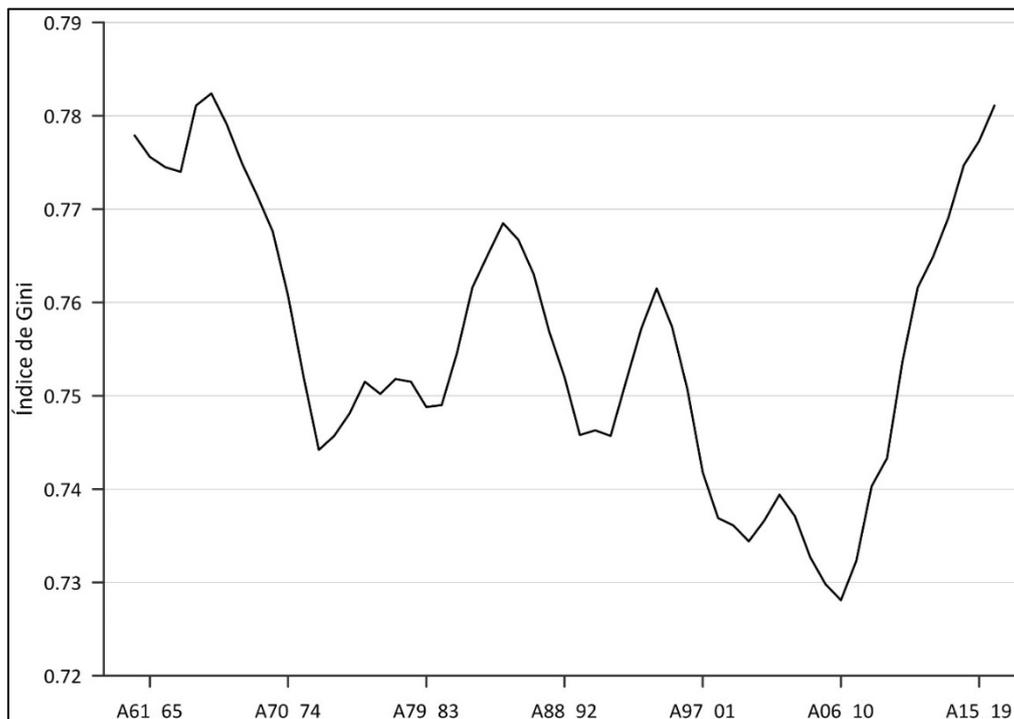


Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y el Censo de Población de 1991

Es bien conocido el proceso de concentración demográfica que ha experimentado España desde la década de 1960. Pero la tendencia general del éxito futbolístico ha sido la contraria, es decir, se ha producido globalmente una evolución “democratizadora” o “equilibradora”, tanto si se compara con la superficie provincial como con la población. Como es lógico, al ser la demografía uno de los factores explicativos del éxito deportivo, los valores del índice de Gini son más bajos cuando se mide la desigualdad sobre la población que cuando se mide sobre la extensión territorial. En todo caso, y con leves diferencias dependiendo del indicador y las referencias utilizados, resulta evidente que desde 1960 se ha producido un proceso de difusión territorial del

éxito futbolístico o, si se prefiere, de disminución de la concentración espacial del mismo, hasta alcanzar a finales de la primera década del siglo XXI los valores más bajos de concentración. Desde ese momento, y de manera bastante abrupta, se observa la tendencia contraria: considerando los valores medios de una ventana móvil de 5 años, en el último decenio se han recuperado prácticamente los valores iniciales de concentración (Figura 8).

**Figura 8. Evolución del índice de Gini de la concentración territorial del éxito futbolístico utilizando una ventana móvil de 5 años**



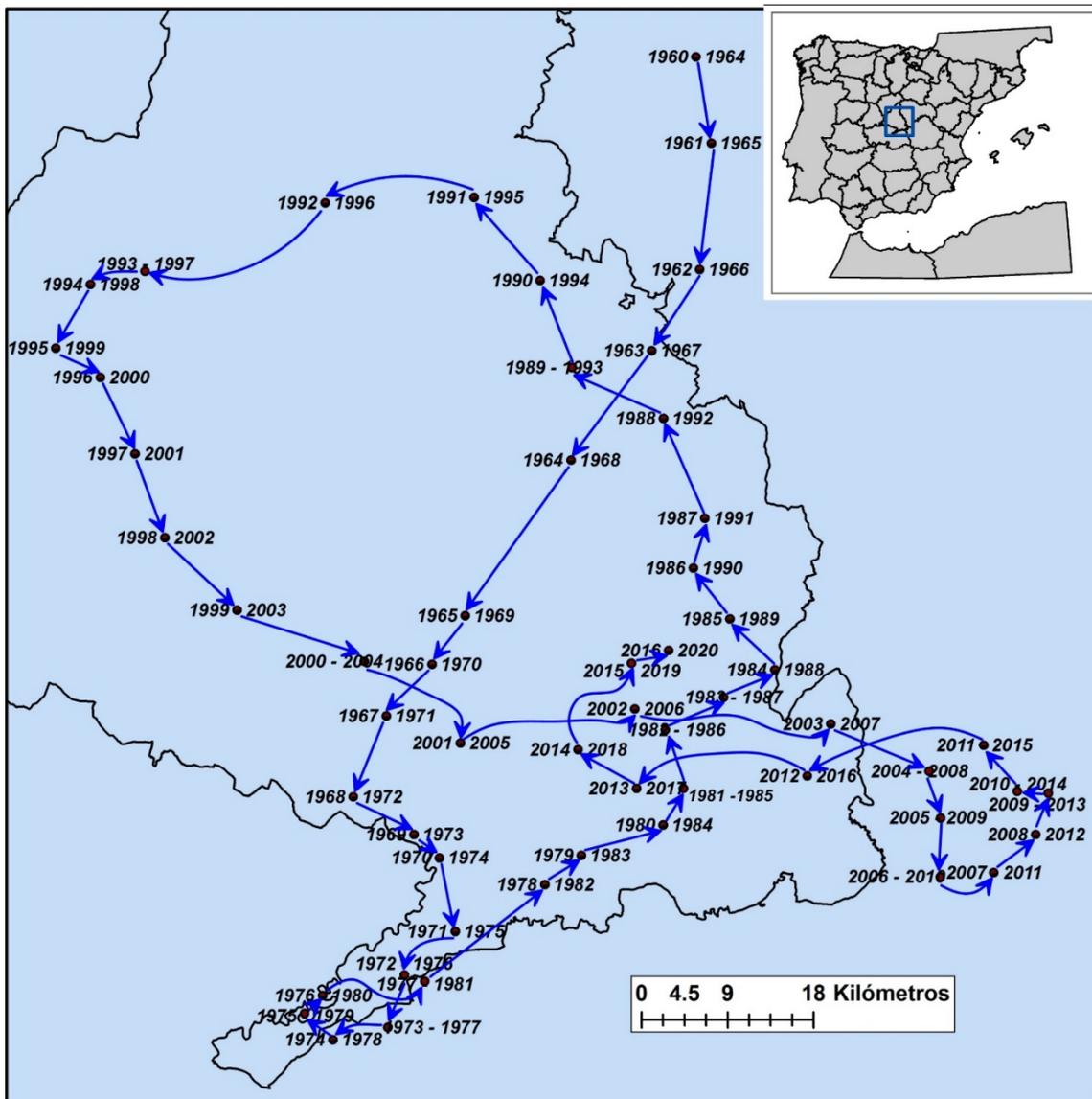
Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Esos índices de concentración o diversificación señalan tendencias agregadas de escala nacional, pero nada dicen sobre las tendencias regionales del periodo. Para aproximarse a esta realidad concreta se ha calculado la evolución del centro de gravedad del éxito futbolístico, cuyo desplazamiento medido con los valores de períodos móviles de cinco años se representa en la Figura 9.

La imagen tal vez es algo decepcionante porque, aunque los desplazamientos son evidentes, el carácter tan macizo del contorno de la Península Ibérica, los efectos compensatorios entre las diferentes regiones del país y el peso permanente de Madrid durante todo el período dan lugar a un recorrido relativamente contenido del centro de gravedad. Así, el polígono mínimo convexo

que enmarca ese recorrido no alcanza los 6741 km<sup>2</sup> (inferior, por ejemplo, a los 8028 km<sup>2</sup> de la Comunidad de Madrid) y el rectángulo que encuadra ese recorrido según los dos ejes de coordenadas es prácticamente un cuadrado, ya que tiene un lado norte-sur de 103,43 km y un lado este-oeste de 103,75 km.

Figura 9. Recorrido el centro de gravedad del éxito futbolístico entre 1960 y 2020 utilizando los valores de una ventana móvil de 5 años



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt)

Al principio del periodo, el centro de gravedad ocupó una posición más septentrional debido al mayor número y mejores resultados de los equipos cantábricos, muchos de los cuales han desaparecido o militan ahora en categorías inferiores (Sestao, Baracaldo, Indauchu, Amurrio, Langreo, Pontevedra, Basconia...), para comenzar a continuación un proceso sostenido de

traslación hacia el sur que culmina a mediados de la década de 1970. En la segunda mitad de los años 1990, el centro de gravedad alcanza su posición más occidental (condicionado por los resultados de Deportivo, Celta o Compostela), mientras que las localizaciones más orientales se han alcanzado a finales de la primera década de este siglo, cuando numerosos equipos mediterráneos (Villarreal, Castellón, Levante, Almería, Murcia, Mallorca, Hércules, Elche, Lorca, Polideportivo Ejido) coinciden en las categorías superiores.

El reciente retorno del centro de gravedad a posiciones todavía más centrales se justifica por la inédita acumulación de equipos de la Comunidad de Madrid (Rayo Vallecano, Getafe, Leganés, Alcorcón, Fuenlabrada, Rayo Majadahonda). Estas dinámicas regionales positivas, pero temporales, parecen suficientes para modificar periódicamente el patrón global marcado por la regularidad, vista en el largo plazo, de Real Madrid, Barcelona, Atlético de Madrid, Valencia, Athletic de Bilbao y Sevilla.<sup>3</sup>

Con todo, esta técnica proporciona una información parcial sobre los cambios territoriales en el éxito futbolístico, y se hace preciso completarla con otras aproximaciones. La primera consiste en comprobar la evolución del éxito futbolístico a escala provincial. A este respecto hay que tener en cuenta el nivel de relevancia de algunos datos: no es lo mismo una provincia representada por un equipo que ha aparecido fulgurantemente durante un breve periodo en las categorías nacionales (caso de Badajoz con el C.F. Extremadura), que las provincias que han tenido una presencia razonablemente continua en dichas categorías. Para medir esa evolución hemos normalizado los datos de esos ciclos quinquenales entrelazados y hemos utilizado la pendiente de la recta de la tendencia para cuantificar lo ocurrido durante el periodo total y durante los últimos 20 ciclos quinquenales, ya que puede darse el caso de tendencias distintas para todo el periodo y para los últimos años. Adicionalmente, tomaremos en consideración para los casos más conspicuos cómo ha evolucionado el peso del éxito de una provincia sobre el total nacional.

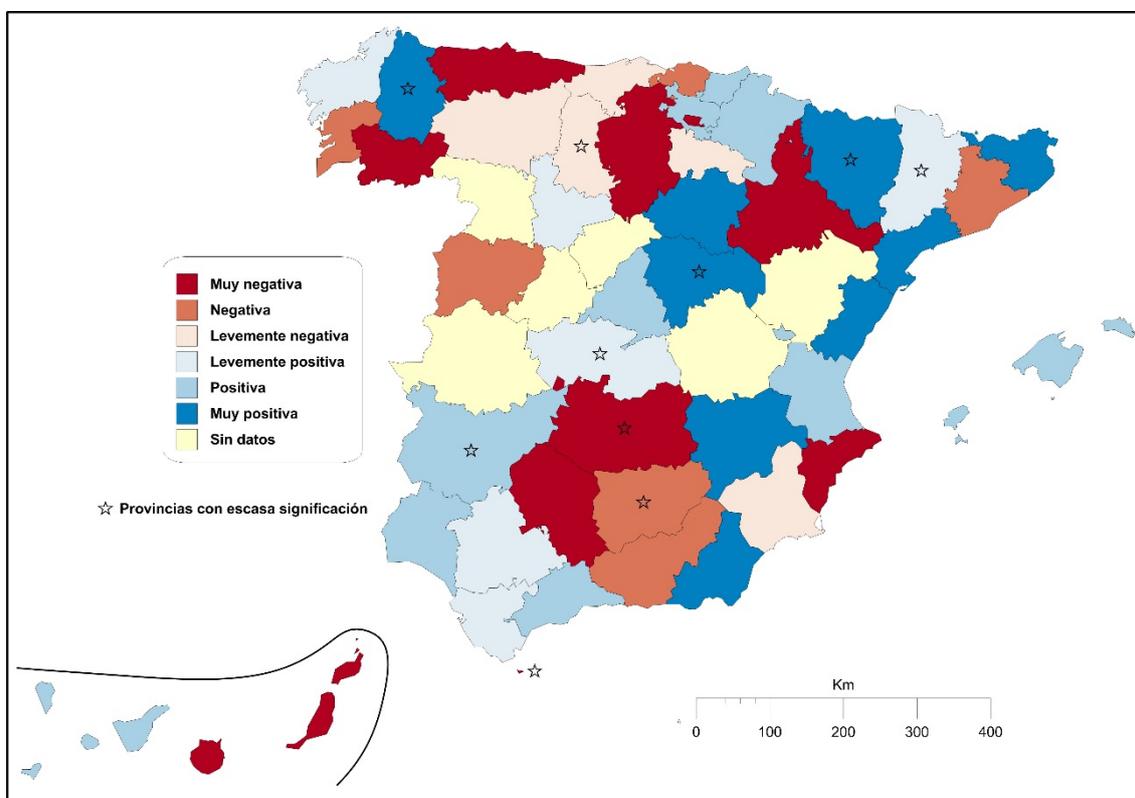
En la Figura 10 se presentan los resultados sintéticos de la evolución del conjunto del periodo. Hay que hacer alguna advertencia sobre esta figura y sobre la siguiente que muestra la evolución en los últimos veinte años: la existencia de provincias que presentan datos en muy pocos años y sobre las que tiene poco sentido establecer conclusiones relevantes. De hecho, se aprecia que,

---

3 Estos seis clubes, por ese orden, seguidos de Español (7º) y Real Sociedad (8º) ocupan las ocho primeras posiciones de la clasificación histórica de Primera División que publica el diario deportivo Marca (<https://www.marca.com/futbol/primera-division/clasificacion-historica.html>), con gran ventaja sobre los dos siguientes (Betis y Zaragoza).

en las provincias con valores medios más altos de éxito futbolístico, el sentido de la tendencia en una dirección u otra suele ser moderada, salvo circunstancias excepcionales.

Figura 10. Evolución provincial del éxito futbolístico entre 1960 y 2020



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Este mapa presenta escasas regularidades territoriales, es decir, no existe autocorrelación espacial a causa de lo dilatado del periodo considerado, que encubre diferentes fases con distinto signo demográfico, económico y deportivo. Resulta una trama aparentemente inorgánica, pero que refleja un notable dinamismo, como ponen de manifiesto algunos datos. Si se comparan los tres primeros y los tres últimos periodos quinquenales entrelazados atendiendo al porcentaje medio del total de éxito futbolístico que cada provincia acaparaba (su cuota de mercado, podría decirse) aparecen casos suficientemente significativos, ya que se trata de las provincias que acaparan valores globalmente más altos (ver Tabla 2).

Cabe preguntarse si existe algún factor subyacente que pueda explicar estas tendencias, puesto que algunos casos pueden interpretarse de manera intuitiva como el resultado de procesos socioeconómicos regresivos (Asturias, Vizcaya, Sabadell o Tarrasa para el caso de Barcelona), o de todo lo contrario (Madrid, Castellón, Valencia). Pero lo cierto es que ese carácter inorgánico

del mapa ya apuntaba una falta de regularidades aparentes y requiere, por tanto, abordajes micro acerca de clubes concretos y de los factores intangibles mencionados en la Introducción.

**Tabla 2. Variación del porcentaje nacional de éxito futbolístico acaparado a nivel provincial entre el principio y el final del periodo estudiado**

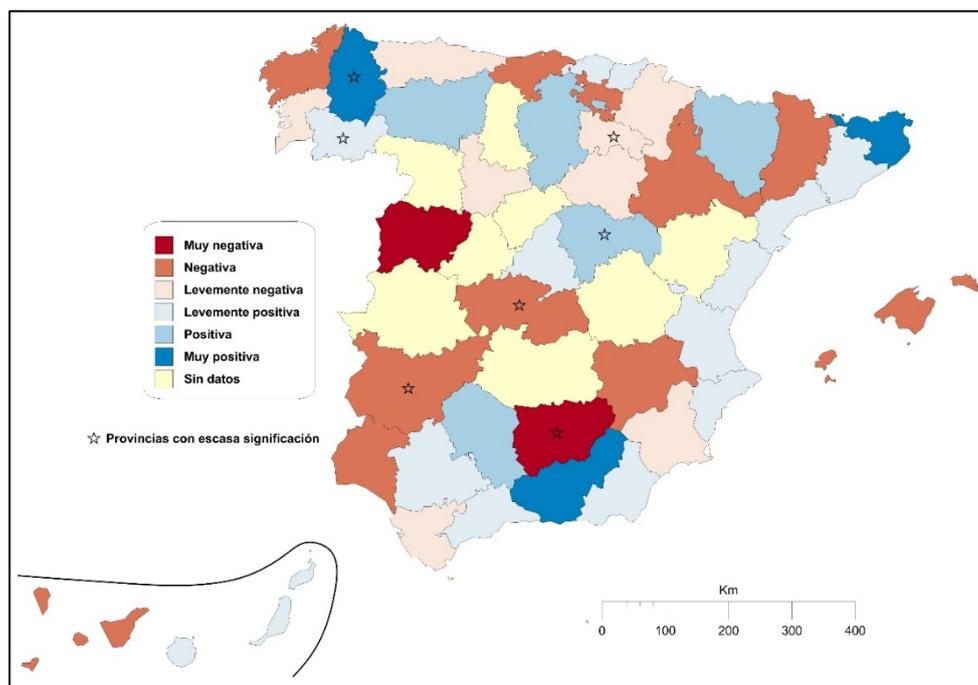
Provincia	Comienzo del periodo	Final del periodo
Alicante	4.54	1.19
Asturias	6.93	3.47
Barcelona	12.42	8.74
Pontevedra	4.99	3.60
Vizcaya	7.71	3.95
Zaragoza	4.46	1.42
Castellón	0.00	4.24
Guipúzcoa	3.72	7.34
Madrid	10.00	18.84
Sevilla	7.92	7.96
Valencia	5.93	7.03

Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Esta circunstancia se ve corroborada cuando se compara, para todo el periodo, la evolución del éxito futbolístico y la evolución de la población a escala provincial. Aunque existe una correlación positiva, ésta dista mucho de ser estadísticamente significativa, de manera que las anomalías resultan frecuentes. Las más extremas corresponden a Alicante y Las Palmas, provincias con gran dinamismo demográfico y un comportamiento muy negativo en términos de éxito deportivo. En el extremo contrario, es decir, con evolución demográfica muy regresiva y sin embargo una tendencia futbolística razonablemente exitosa, aparecen Soria y Lugo, caso este último poco significativo.

Para aquilatar mejor el comportamiento dinámico del éxito futbolístico y lograr una visión más actual del mismo, se puede limitar el análisis provincial al período entre 1997-2001 y 2016-2020, desagregado en 20 quinquenios entrelazados. Este enfoque incrementa el número de provincias sin datos y permite observar hasta qué punto algunas tendencias son de largo recorrido o presentan un carácter más coyuntural. El mapa de evolución provincial del éxito futbolístico en lo que va de siglo (Figura 11) muestra las tendencias recientes y hasta qué punto son continuación o no de dinámicas previas.

Figura 11. Evolución provincial del éxito futbolístico entre los quinquenios 1997-2001 y 2016-2020



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Se confirma en líneas generales el declive de la Cornisa Cantábrica central y occidental, y de algunas provincias de cierta tradición -aunque de relevancia muy dispar- que han perdido mucho peso, como Zaragoza, Murcia o Salamanca, aisladas las tres de otras provincias con éxito. La Tabla 3, donde se recogen sólo las provincias más conspicuas, ilustra claramente el creciente peso de los equipos castellonenses, guipuzcoanos, sevillanos o madrileños, y la decadencia coruñesa, balear, zaragozana o asturiana.

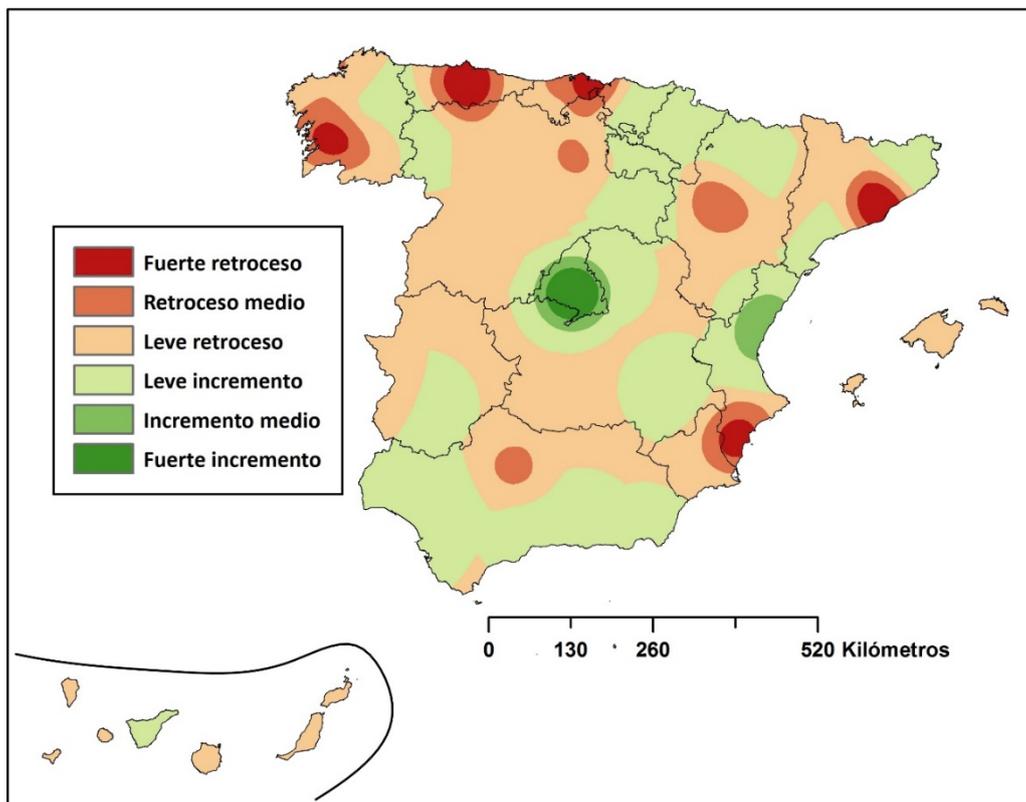
Esta visión puede completarse con un enfoque basado en la comparación de los mapas de calor del éxito futbolístico de diferentes periodos. Los datos se han construido con un tamaño de celda de 1 km<sup>2</sup>, un ancho de banda de 90 km, y la función kernel de cuarto grado. Para valorar el periodo completo se han generado dos mapas de densidad del éxito: con los datos medios de los diez primeros años del periodo (1960-1969) y de los diez últimos (2011-2020). En la Figura 12 se pueden ver los resultados de restar a la etapa final la primera; la Figura 13 representa las diferencias entre la densidad media del éxito del quinquenio 2016-2020 y del quinquenio 1997-2001, para mostrar lo sucedido a lo largo del siglo XXI.

Tabla 3. Variación del porcentaje nacional de éxito futbolístico acaparado a nivel provincial entre el quinquenio 1997-2001 y el quinquenio 2016-2020

Provincia	1997-2001	2016-2020
Asturias	5.05	3.46
Baleares	3.93	1.05
Barcelona	8.51	8.39
La Coruña	6.29	2.22
Pontevedra	4.02	3.39
Vizcaya	4.05	3.85
Zaragoza	3.61	1.46
Castellón	2.46	4.19
Guipúzcoa	4.93	7.56
Madrid	12.68	19.32
Sevilla	5.73	8.15
Valencia	5.15	6.97

Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Figura 12. Evolución del éxito futbolístico entre 1960-1969 y 2011-2020

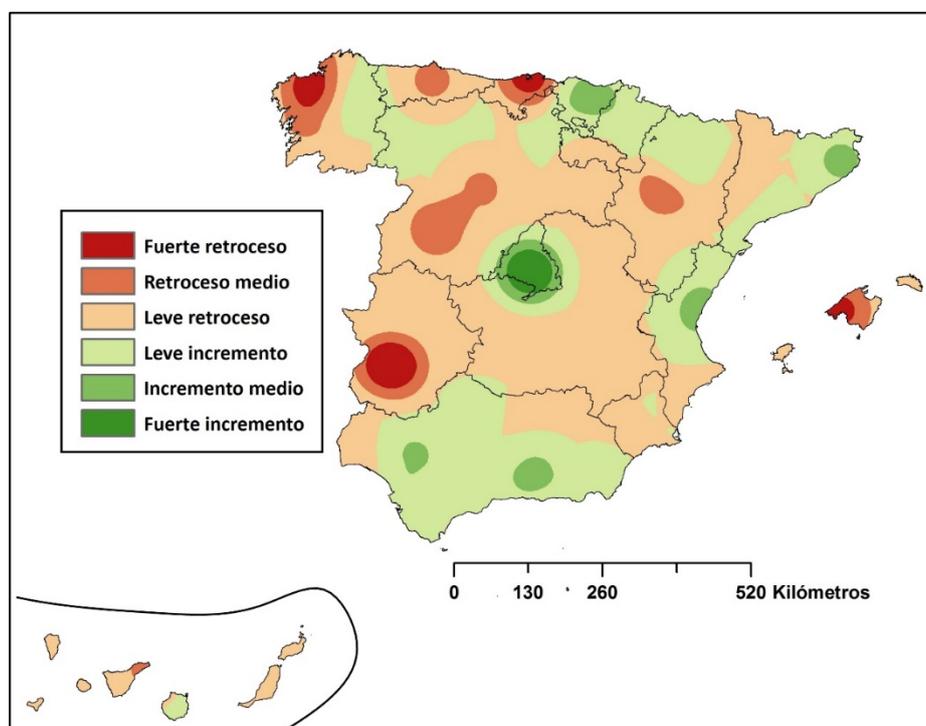


Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Las diferencias fundamentales entre los resultados de este enfoque y el de escala provincial tienen que ver con la circunstancia de que en este caso aparecen enfatizados los datos con valores absolutos más destacados. Además, en el caso del análisis provincial se ha empleado como indicador de la evolución la tendencia general durante la etapa analizada, y para la realización de estos dos últimos mapas se ha optado por utilizar como indicador la diferencia entre los valores del principio y del final de cada periodo.

Como es razonable, se aprecian considerables paralelismos en los resultados de los dos enfoques. Pero estos mapas finales añaden algunos matices: la generación de estas superficies alisadas que desbordan los límites administrativos subraya las situaciones más sobresalientes y amortigua las menos significativas (ver apartado 2).

Figura 13. Evolución del éxito futbolístico entre 1997-2001 y 2017-2020



Fuente: elaboración propia con datos de la fuente original (Transfermarkt) y sucesivos Censos y Padrones de Población del periodo considerado

Sobresale en ambos mapas la Comunidad de Madrid, único territorio que presenta un fuerte incremento del éxito futbolístico tanto en el período completo como en el siglo actual. La mitad norte de la Comunidad Valenciana también sobresale con una tendencia positiva en ambos mapas, resultado que cuesta desligar del efecto del distrito de la cerámica aglutinado por Villarreal. Por el contrario, buena parte de Galicia y la cornisa cantábrica, junto con Zaragoza, presentan una

evolución regresiva clara tanto si consideramos el conjunto del periodo estudiado como la etapa más reciente. Entre ambos extremos, los territorios con menor presencia futbolística nacional (amplias extensiones de Extremadura y ambas Castillas, interior de Andalucía y Cataluña, Teruel) se muestran incapaces de sostener sus limitados niveles iniciales de éxito, en particular durante las décadas más recientes.

#### **4 Discusión**

Los resultados ratifican que la situación geográfica y el entorno socioeconómico de los clubes de fútbol en España no es indiferente a la hora de explicar su trayectoria deportiva durante un largo período de tiempo. El potencial demográfico de su lugar de origen, tanto provincial como local, constituye un importante factor explicativo del éxito deportivo, al menos con el método de análisis desarrollado aquí, cuya validez queda patente a la vista de estos resultados. Recuperando la analogía entre clubes y empresas, cuando se examinan los principales clientes de las sociedades futbolísticas (operadores televisivos, colectividades locales, otras empresas y público local) parece razonable sostener que la localización en una zona muy poblada ofrece ventajas ligadas a la masa demográfica.

Sin embargo, tales ventajas no operan de forma lineal respecto al tamaño demográfico de las unidades territoriales de referencia, como revela también el método aplicado, que ha detectado un umbral, en torno al medio millón de habitantes por provincia, que asegura un mayor éxito deportivo agregado (puntos acumulados) y relativo (puntos por habitante). Ravenel (2003) situaba en un millón de habitantes el umbral probable del éxito deportivo, pero hay que tener en cuenta que su investigación, de escala europea, sólo considera los resultados en competiciones continentales, donde también en España el éxito se concentra en Madrid y Barcelona, de forma muy principal. Resulta, pues, plausible fijar en ese medio millón de habitantes el umbral probable del éxito para un análisis nacional como éste. Efectuar inversiones cuantiosas en equipos de fútbol ubicados en provincias por debajo de ese umbral parece, pues, una decisión muy arriesgada a la vista de estos resultados.

Pero los datos y mapas (Figura 4, por ejemplo) muestran desviaciones en este patrón, con provincias exitosas, pero poco pobladas, y otras donde se da la situación inversa. Intervendrían aquí dos conjuntos de factores.

El primero es la condición no lineal de las ventajas de la densidad demográfica. En las mayores áreas metropolitanas el fútbol comparte espacio económico y social con otros deportes y

actividades de ocio, de forma que los recursos territoriales que nutren el éxito deportivo se diversifican en detrimento del fútbol. Una vertiente de este fenómeno es la aparición de segundos -o más, caso de Madrid- equipos cuyos presupuestos y aficiones no sustentan al equipo dominante. Los rendimientos potencialmente asociados al tamaño demográfico dejan entonces de concentrarse en un club para distribuirse hacia otros con menor éxito. Los segundos equipos de Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia nunca han igualado, en el largo plazo, el éxito acumulado por los primeros clubes. Este diferencial se agudiza cuando entran en liza equipos no capitalinos, como en Guipúzcoa (Éibar, Real Unión), Madrid (Getafe, Leganés, Fuenlabrada) o Barcelona (Sabadell, Terrassa), aunque hay excepciones significativas en Castellón (Villarreal), Alicante (Elche) o Pontevedra (Celta). En todo caso, y esto es relevante, estas provincias con mayor densidad de clubes muestran un buen comportamiento, en línea con las ideas de Doran y Jordan (2018) sobre la formación de ecosistemas futbolísticos que mejoran el rendimiento de los equipos involucrados. Por tanto, la idea puramente racional de que la existencia de más de un club en una ciudad o provincia implica ineficiencia en la asignación de los recursos del territorio podría matizarse a la vista de las externalidades positivas derivadas de las economías de localización generadas por la co-presencia de clubes.<sup>4</sup>

En segundo término, para comprender la anomalía que representan las provincias exitosas y con poca población en términos absolutos (Soria, Valladolid, La Rioja, Navarra, Álava, Guipúzcoa), y también otras en situación inversa (Murcia, Cádiz, Málaga, Granada, Tenerife, Zaragoza), no bastan los argumentos económicos y territoriales. Los trabajos de inspiración cultural y sociológica (Llopis, 2006, 2011 y 2019) barajan factores institucionales y psicosociales, como el grado de identificación popular con el equipo local, la fidelidad en la asistencia a los partidos y la suscripción de abonos, o una gestión más eficaz de ciertos clubes relacionada con su arraigo territorial y su significado simbólico para la población. Esta solución territorializada parece la única opción para que los proyectos futbolísticos modestos y de ubicación no metropolitana puedan prosperar en el medio plazo y superar la tiranía de los umbrales demográficos señalada más arriba.

---

4 En esa dirección parecen apuntar varias metrópolis europeas. Múnich, capital de la región más rica de Alemania, sólo alberga un equipo de relieve, el Bayern, gran dominador de la Bundesliga; el TSV 1860 Múnich juega en categorías inferiores. En cambio, Milán y Mánchester acogen dos equipos de alto nivel cada una, pero la Serie A y la Premier League no están sujetas al dominio de un equipo de referencia. Madrid se está aproximando al modelo de alta densidad y éxito agregado de Londres, si bien con un papel relativo del Real Madrid más acentuado. París, en cambio, se ajusta más al caso muniqués al concentrar sus recursos (y los de poderosos inversores extranjeros) en el Paris Saint Germain. Las economías de escala derivadas de la apuesta metropolitana por un equipo dominante parecen pues generar más primacía deportiva que las soluciones multi-equipo.

En cuanto a la evolución territorial del éxito futbolístico y su relación con los ciclos económicos, las Figuras 7 y 8 muestran una apreciable correspondencia entre ambas trayectorias, lo que constituye otra de las aportaciones que consideramos significativas para este trabajo. Los períodos expansivos (1960-74, 1985-1992, 1996-2008) se traducen en una difusión del éxito futbolístico, mientras las etapas de crisis (1975-1983, 1992-1995, 2008 en adelante) son momentos de concentración de los buenos resultados. Parece que el éxito futbolístico refleja con cierta fidelidad el pulso económico provincial y las desiguales capacidades locales de respuesta al ciclo económico nacional. Dado que los datos ya incorporan los cuantiosos movimientos de población desde las áreas regresivas hacia las más dinámicas registrados en estas seis décadas, ambas figuras ratifican la capacidad de las provincias más pobladas (o sea, el efecto de la densidad demográfica y la aglomeración económica) para resistir mejor las coyunturas adversas y, en este caso, sustentar el éxito deportivo de sus equipos de fútbol.

Tampoco cabe ignorar el impacto de la "sentencia Bosman" que, en 1995, liberalizó el mercado europeo de jugadores de fútbol y permitió a los equipos españoles más pudientes mejorar la calidad de sus plantillas y, con ello, reforzar la concentración geográfica del éxito deportivo, muy patente a partir de 2010 (Figuras 7, 8 y 13). Además, el formato de una UEFA Champions League con 32 equipos y fase de grupos, que retribuye a los equipos participantes con generosos ingresos proporcionales al número de partidos jugados en cada edición, data de 1999. Estos ingresos exógenos a la Liga española tienen un impacto decisivo sobre la competición nacional puesto que han favorecido solamente a 13 equipos, de los cuales Betis, Mallorca, Málaga, Celta y Athletic han disputado una única edición, Real Sociedad dos, Villarreal cuatro, Deportivo cinco y Sevilla siete. Entre tanto, el Atlético de Madrid ha concurrido en once ocasiones y el Valencia en doce. Finalmente, Real Madrid y el Barcelona son equipos fijos de la competición en este siglo, con participaciones bastante largas y muchos títulos que reportan cuantiosos beneficios tangibles e intangibles.

Los efectos de este proceso liberalizador no se han traducido en un crecimiento inmediato de la desigualdad (o en mayor concentración geográfica del éxito), sino que parece requerir un cierto período de adaptación de los clubes que depende de sus capacidades internas (gestión, presupuesto, dependencia de la cantera) y de su entorno territorial (potencial de población, adhesión social, apoyo empresarial, vitalidad económica). He aquí otro aspecto sobre el que se puede profundizar en ulteriores trabajos. Los clubes que logran combinar mejor ambos conjuntos de recursos serán más competitivos gracias a la posibilidad de contratar mejores jugadores en un mercado global. Esto implica que los grandes equipos dependen cada vez en menor proporción

de los recursos de proximidad porque son capaces de mejorar sus resultados y aumentar en paralelo sus ingresos gracias a los jugadores foráneos y a los contratos ligados su ejecutoria deportiva y a su reputación como marcas globales (giras promocionales, ingresos por publicidad, venta de *merchandising*).<sup>5</sup>

El detalle geográfico de la evolución del éxito futbolístico también se compadece a grandes rasgos con las consecuencias territoriales de la modernización de la economía española y sus sucesivas olas de desagrarización, industrialización, terciarización y metropolitanización. Los mapas del éxito señalan con insistencia a Madrid, la Comunidad Valenciana (salvo Alicante), y algunas áreas del Ebro o el litoral andaluz. En cambio, territorios industriales otrora dinámicos han perdido peso en el concierto futbolístico a la vez que se erosionaba su tejido fabril: Asturias, el entorno de Vigo, la margen izquierda del Nervión y la bahía de Santander, la Barcelona no capitalina y los distritos industriales del interior de Alicante.

Estas tendencias de largo plazo se han acelerado durante el siglo XXI, en particular en Madrid, donde el proceso observado por Doran y Jordan (2018) en Londres parece encontrar una réplica convincente impulsada por los equipos de la región urbana, sobre todo en su sector meridional: es el único territorio capaz de incrementar su éxito durante este siglo tras haberlo hecho también desde 1960. No es igual la situación en Barcelona, donde el primer equipo local parece haber acaparado los recursos del territorio en detrimento del entorno cercano. Modelo territorial diferente parece ser el del País Vasco, cuya ejecutoria en las dos últimas décadas es francamente positiva gracias al impulso de los equipos guipuzcoanos: cabe pensar que la densa red urbana de la provincia, su pequeño tamaño y su acentuada identidad territorial, junto con una gestión eficaz (suele citarse el caso del Éibar como ejemplo), estén detrás de estos resultados. El caso del Villarreal respondería a un conjunto análogo de factores que, en definitiva, reflejan la interacción entre la trayectoria de los equipos de fútbol y sus territorios de origen, más allá de las excepciones que se puedan encontrar, como sucede en todo intento de identificar regularidades geográficas.

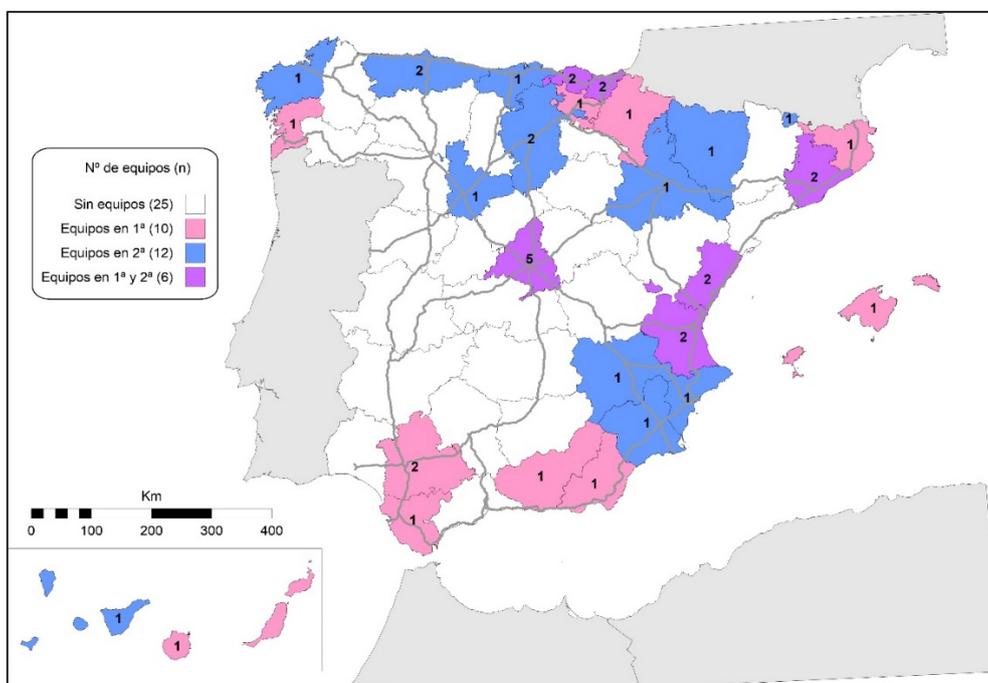
Concluye esta discusión con la disección de la composición geográfica de las ligas de primera y segunda división en la actual temporada 2023-2024, que corrobora la relación entre desarrollo económico y distribución provincial de la participación futbolística (Figura 14) y, por tanto, pone

---

5 El club con el mayor “valor de marca” (o valor de los ingresos derivado de la reputación de su nombre) del mundo es el Manchester City (1562 millones de dólares), seguido del Real Madrid (1513 millones de dólares) y el F.C. Barcelona (1425 millones de dólares) según Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com/most-valuable-football-club-brands/>

de manifiesto la validez del enfoque teórico y del proceso metodológico que sustentan esta investigación. Los equipos de primera división se concentran en el cuadrante nordeste, con vértices en Madrid, Barcelona-Gerona, País Vasco, Navarra y Valencia. Pero se observa un extenso y notable vacío en el interior de este cuadrante, llamativo en el caso de Zaragoza, una de las grandes ciudades del país y durante muchos años equipo de referencia que participó en competiciones europeas. A estos focos primarios se unen Baleares, Las Palmas, la “excepción” gallega (Pontevedra) y algunas provincias del litoral andaluz, tanto atlántico (Sevilla, Cádiz) como mediterráneo (Granada, Almería). El resto del territorio español, principalmente sus regiones interiores, conforma un extensísimo vacío ausente de la división de honor.

Figura 14. Distribución provincial de los equipos de la primera y segunda división de la Liga Española en la temporada 2023-2024



Fuente: elaboración propia

La adición de la segunda división refuerza este patrón tan acusado, pues las provincias que se incorporan son casi todas adyacentes a las de primera, cuando no conviven en una misma provincia equipos de ambas categorías. Resulta así un reforzamiento de Madrid, Barcelona, Valencia y Guipúzcoa, mientras los vacíos citados se cubren parcialmente. Reaparece la cornisa cantábrica (a excepción de Lugo); también lo hacen Aragón (Huesca, Zaragoza) y Castilla y León (Valladolid y los dos equipos de Burgos), Castilla-La Mancha (Albacete) y se completa la presencia canaria. El litoral mediterráneo aparece casi íntegro, salvo Tarragona y la llamativa ausencia de

Málaga, ahora agravada por su descenso a una categoría inferior (1ª RFEF). En fin, buena parte de la España de baja densidad demográfica contempla de lejos el balompié: Extremadura, La Rioja, la Galicia interior y la Cataluña occidental más vinculada al Ebro. En resumen, casi todo el oeste y una muy importante parte del interior de España no cuentan a estos efectos.

## 5 Conclusiones

Este estudio ha demostrado la relación entre el éxito futbolístico y la densidad socioeconómica en España. Ahora bien, esta relación presenta anomalías positivas y negativas, y tanto si se considera globalmente el periodo analizado como si se atiende a los cambios registrados durante el mismo. Es cierto que la voracidad futbolística de Madrid parece discurrir paralela con su dinamismo socioeconómico, igual que la atonía de buena parte del interior peninsular tiene un espejo razonable en su escasa vitalidad futbolística. También se ha plasmado una indudable similitud entre el declive económico de algunas regiones de la cornisa cantábrica y su hundimiento futbolístico, mientras Zaragoza y Málaga no consiguen consolidar proyectos futbolísticos acordes con su peso socioeconómico, lo que contrasta con el éxito guipuzcoano o el incluso más sorprendente soriano. Los factores institucionales, de índole siempre más local, intervienen por tanto en la conformación de las trayectorias futbolísticas que —por fortuna— no quedan entonces inexorablemente determinadas por el grado de desarrollo económico regional, sino que incorporan, al menos durante determinados períodos temporales, un cierto componente sociocultural que humaniza y reconcilia el fútbol con su enorme masa de aficionados y seguidores en todo el mundo.

Puede ser, claro está, que el método de medición del éxito futbolístico que se ha desarrollado en esta investigación no sea el más adecuado, o que la consideración exclusiva de la población como gran indicador de referencia implique sesgos en el resultado final. También es posible que en ciertos lugares la fortaleza institucional que exige la articulación de organizaciones futbolísticas modernas presente un cierto desfase temporal en relación con el dinamismo socioeconómico. O puede ser, en fin, que como sucede con el propio resultado de los partidos ¡fútbol es fútbol!<sup>6</sup>

---

6 En 1979 el entrenador del Real Madrid Vujadin Boskov pronunció esta frase después de un partido contra el Real Zaragoza para dar a entender que las cosas del fútbol son como son, es decir, en buena medida inexplicables o sin más argumentos que los que el propio contexto futbolístico aporta.

**Declaración responsable:** Los autores declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo. Los tres autores han colaborado por igual en la conceptualización inicial del trabajo. J.M. Llorente ha procesado los datos estadísticos y confeccionado los mapas, además de preparar el borrador de la metodología y los resultados. J.L. Sánchez ha asumido la revisión bibliográfica y la integración de los resultados en el marco interpretativo de la Geografía Económica. J.I. Plaza ha integrado los resultados en las tendencias del desarrollo regional español durante el período estudiado. La discusión y las conclusiones se han elaborado por los tres autores, que también han revisado el manuscrito final antes de su envío.

## Bibliografía

Bale, J. (2002). *Sports Geography*. Routledge.

Brachert, M. (2021). Regional effects of professional sports franchises: causal evidence from four European football leagues. *Regional Studies*, 55(2), 295-306.  
<https://doi.org/10.1080/00343404.2020.1759794>

Castellanos García, P., Dopico Castro, J.A., & Sánchez Santos, J.M. (2007). The Economic Geography of football success: Empirical evidence from European cities. *Rivista di Diritto ed Economia dello Sport*, III(2), 67-88. <https://core.ac.uk/download/pdf/6396809.pdf>

Cuberos Gallardo, F.J. (2014). La identidad en juego: las ligas de fútbol como espacio-tiempo para la reproducción cultural entre inmigrantes. *Scripta Nova*, (468).  
<https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15053>

Doran, J., & Jordan, D. (2018). The effect of geographical proximity and rivalry on performance: evidence from the English Football League. *Regional Studies*, 52(11), 1559-1569.  
<https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1414177>

Vande Rusten, P. (2019, July 31). ¿Y si no hubiera fútbol? ¿Qué pasaría? *El País*.  
<https://elpais.com/especiales-branded/es-laliga/2019/y-si-no-hubiera-futbol-que-pasaria/>

Espitia Escuer, M.A., García Cebrián, L.I., & Sala Garrido, R. (2019). Productividad y sus determinantes en la competición de la UEFA Champions League. *Papeles de Economía Española*, (159), 180-199. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PEE/159art13.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/159art13.pdf)

Fløysand, A., & Jakobsen, S.E. (2007). Commodification of rural places: a narrative of social fields, rural development, and football. *Journal of Rural Studies*, 23(2), 206-221.  
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.012>

Gaubert, V. (2012). Vers une ludisation des pratiques sportives... Quand jouer au football (re)devient plaisir. *Géographie et Cultures*, (84), 43-62.  
<https://journals.openedition.org/gc/2479>

Gásquez, R., & Royuela, V. (2014). Is football an indicator of development at the international level? *Social Indicators Research*, (117), 827-848.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11205-013-0368-x>

- Helleu, B., & Durand, Ch. (2007). La métropolisation du sport professionnel en Europe et en Amérique du Nord: une approche comparative. *Mappemonde*, 88(4), <http://mappemonde-archive.mgm.fr/num16/articles/art07402.html>
- Kate, M. (2012). Development through football in Africa: neoliberal and postcolonial models of community development. *Geoforum*, 43(3), 551-560. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2011.10.006>
- Lestrelin, L., & Basson, J.C. (2009). Les territoires du football: l'espace des «supporters à distance. *L'Espace Géographique*, 38(4), 345-358. <https://dx.doi.org/10.3917/eg.384.0345>
- Llopis Goig, R. (2006). Clubes y selecciones nacionales de fútbol. La dimensión etnoterritorial del fútbol español. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV(45), 37-66. <https://doi.org/10.3989/ris.2006.i45.15>
- Llopis Goig, R. (2011). Práctica, consumo e identificación. La primacía del fútbol en las pautas de ocio de la sociedad española. *Panorama Social*, (14), 136-148. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PS/014art13.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PS/014art13.pdf)
- Llopis Goig, R. (2019). La identificación con clubes de fútbol en España. Un análisis sociológico de su evolución de 1984 a 2014. *Revista Española de Sociología*, 28(3), 475-488. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2019.12>
- Mascarenhas, G. (2011). Le football au Brésil: réflexions sur le paysage et l'identité à travers les stades. *Géographie et Cultures*, (78), 59-74. <http://journals.openedition.org/gc/624>
- Mourão, P.R. (2008). Local development and competitive soccer teams location. The Portuguese case. *Investigaciones Regionales*, (12), 135-143. <http://hdl.handle.net/10017/30291>
- Picard, L. (2016). Le football efface-t-il les blessures du passé? L'image de Pologne dans les médias allemands à l'occasion du championnat d'Europe de 2012. *L'Espace Géographique*, 45(2), 112-123. <https://doi.org/10.3917/eg.452.0112>
- Plaza Gutiérrez, J.I., & Caravaca Barroso, I. (2017). De la diversidad a los desequilibrios regionales y políticas correctoras: un análisis por Comunidades Autónomas. In J. Farinós Dasí y J. Olcina Cantos (Eds.), *Geografía Regional de España. Espacio y comunidades* (pp. 509-561). Publicaciones de la Universidad de Valencia y Tirant Humanidades.
- Poli, R. (2004). L'Europe à travers le prisme du football. Nouvelles frontières circulatoires et redéfinition de la nation. *Cybergeo*, (294), <https://doi.org/10.4000/cybergeo.2802>

Ravenel, L. (2003). Potenciales demográficos de los clubes profesionales europeos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (35), 191-205. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/450>

Rodríguez-Pose, A., & Hardy, D. (2021). Reversal of economic fortunes: Institutions and the changing ascendancy of Barcelona and Madrid as economic hubs. *Growth and Change*, (52), 48-70. <https://doi.org/10.1111/grow.12421>

Santos Preciado, J.M., & García Lázaro, F.J. (2008). *Análisis Estadístico de la Información Geográfica*. UNED.

Transfermarkt (n.d.). Ligas nacionales & competiciones de copa. [https://www.transfermarkt.es/wettbewerbe/national/wettbewerbe/157/saison\\_id/2019/plus/1](https://www.transfermarkt.es/wettbewerbe/national/wettbewerbe/157/saison_id/2019/plus/1)

Théry, H. (2006). Futebol et hiérarchies urbaines au Brésil. *Mappemonde*, 81(1), <http://mappemonde-archive.mgm.fr/num9/articles/art06103.html>