

ENSAYO PREMIO ZUMEL 2019

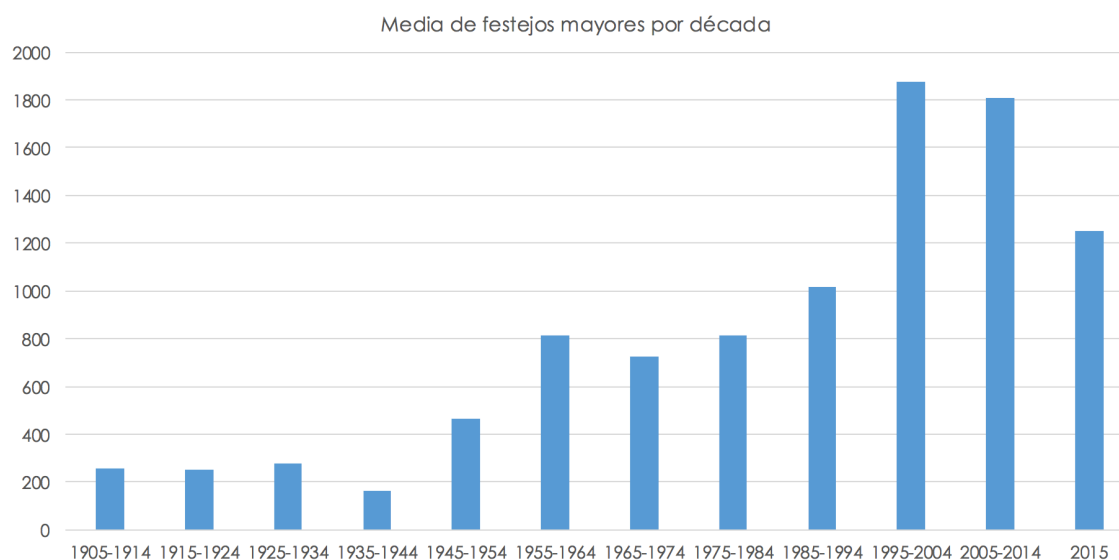
*"ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN EL
DESARROLLO DE LA FIESTA DE LOS TOROS. SU REPERCUSIÓN "*

UNA PROPUESTA DE MODERNIZACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS ECONÓMICAS DE LA TAUROMAQUIA

LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO TAURINO EN LOS SIGLOS XX Y XXI

Para plantear un horizonte de crecimiento que redunde en el aumento de la actividad taurina, es preciso entender primero el ajuste que ha experimentado la tauromaquia. Dicha aproximación debe partir de un enfoque económico de largo plazo, para después adentrarse en la dimensión específica de la reciente crisis.

El siguiente gráfico recoge el promedio anual de festejos mayores celebrados durante el período que va de 1905 a 2015. ¹ Los datos se agrupan por decenios para expresar con mayor claridad la evolución del sector.



En las primeras décadas del siglo XX, el desarrollo artístico de la tauromaquia alcanza cotas muy altas que modernizan de forma definitiva el espectáculo. Sin embargo, pese al enorme interés suscitado por figuras como Joselito El Gallo o Juan Belmonte, el número medio de espectáculos celebrados entre 1900 y 1930 se mantuvo razonablemente estable, en el entorno de los 260 festejos mayores por año.

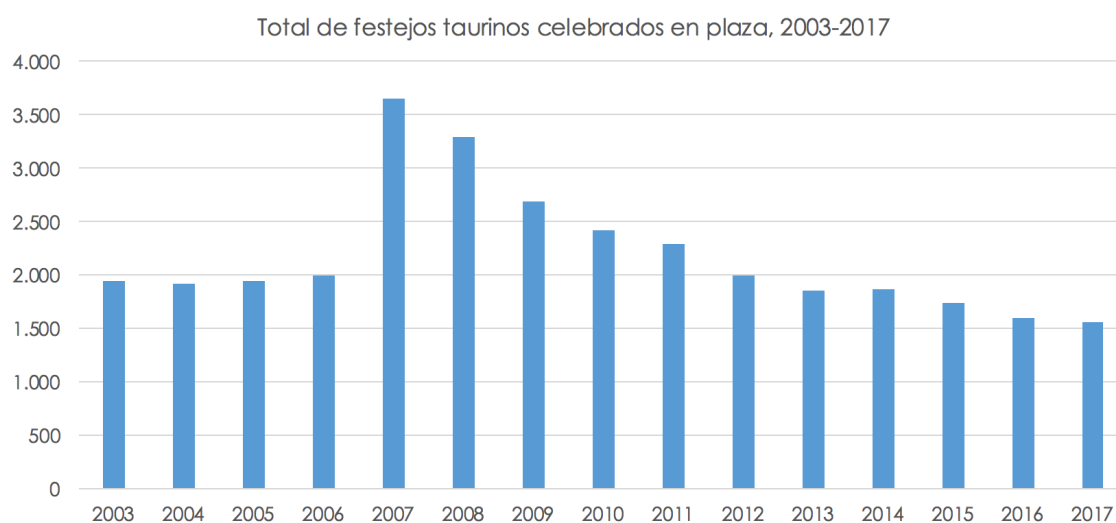
Dicha cifra se ve recortada de manera significativa por la incidencia de la Guerra Civil y la posguerra, como refleja el promedio de corridas organizadas entre 1935 y 1944. Dicho indicador se vio reducido hasta los 165 espectáculos anuales, un descenso del 37% frente a los niveles previos. No obstante, la década siguiente marca el despegue de la Fiesta, al calor de la irrupción de Manolete. Así, entre 1945 y 1954, el número de festejos mayores sube con fuerza hasta un promedio de 460 espectáculos por temporada.

¹ Elaboración propia del autor a partir de UCTL (1905-1946, 1968-1998), Taurología (1947-1967), ANOET (1999-2002), Ministerio de Interior (2003-2006) y Ministerio de Cultura (2007-2015).

Este aumento se ve apuntalado en las décadas siguientes, impulsado por factores taurinos (por ejemplo, el enorme interés suscitado por Manuel Benítez El Cordobés) pero también por aspectos macroeconómicos (son los años del *desarrollismo* o *milagro español*, con elevadas tasas de crecimiento que consolidan una clase media cada vez más amplia). El número de festejos mayores sube a un promedio de 700-800 entre los años 1955 y 1975.

La llegada de la democracia coincide con una evolución más volátil del sector. Inicialmente se constata un aumento relativamente orgánico, de modo que en la década de 1985 a 1994 se rebasa la barrera de los 1.000 espectáculos mayores por año. Este crecimiento se vuelve mucho más acelerado entre 1995 y 2004, con el impulso que supuso la televisión privada y la irrupción de una generación de toreros con notable tirón taquillero, entre los que destaca el mediático Jesulín de Ubrique. Los años que van de 2005 a 2014 están marcados por la *burbuja* y posterior ajuste del sector. El sector inmobiliario dispara su peso sobre el PIB del 5% al 10% y los caudales públicos recaudados por los Ayuntamientos crecen de forma significativa, animando a cientos de municipios a programar más festejos taurinos. Dicho crecimiento demostró ser un espejismo que se vino abajo una vez se *pinchó la burbuja* y la economía nacional se vio obligada a asumir una profunda corrección.

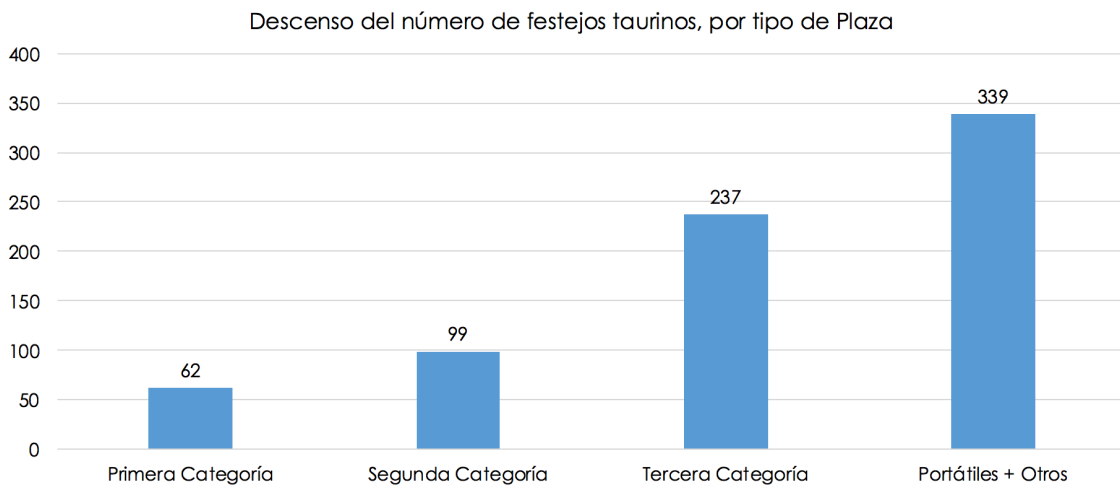
Las estadísticas taurinas divulgadas por el Ministerio de Cultura se remontan a 2007, de modo que el año de referencia coincide con el punto álgido de la *burbuja*. Para poner en perspectiva dichas cifras, conviene acudir a la serie de 2003-2006, elaborada por el Ministerio de Interior. Ese es el ejercicio que presenta el siguiente gráfico.²



² Elaboración propia del autor a partir de Ministerio de Interior (2003-2006) y Ministerio de Cultura (2007-2017). Esta serie estadística incluye festejos mayores, pero también novilladas, festivales o becerradas.

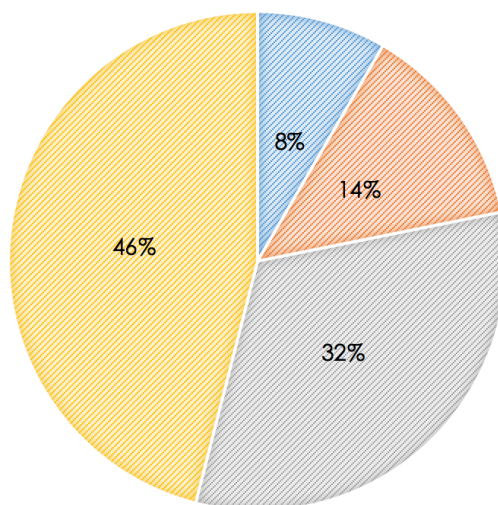
Si comparamos las cifras de actividad del sector taurino para 2017 con las de 2007, la caída supera el 55%. No obstante, si tomamos como referencia el promedio de 2003-2006, encontramos que el descenso es más moderado y se sitúa en niveles del 20%. Este trabajo se centra en recuperar parte de esa actividad perdida, de modo que el análisis recogido por las páginas siguientes aspira a elevar el tamaño del mercado hasta recuperar cotas cercanas a los 2.000 festejos anuales.

En este sentido, es importante desglosar el descenso de festejos taurinos según la categoría del coso en el que se dejan de celebrar dichos espectáculos. Si comparamos 2011 con 2017, podemos comprobar que la caída es mucho más significativa en cosos de Tercera y portátiles. Estos recintos concentran el 78% del descenso en el número de espectáculos celebrados.³



CAÍDA DE FESTEJOS TAURINOS MAYORES ENTRE 2011-2017, POR TIPO DE PLAZA

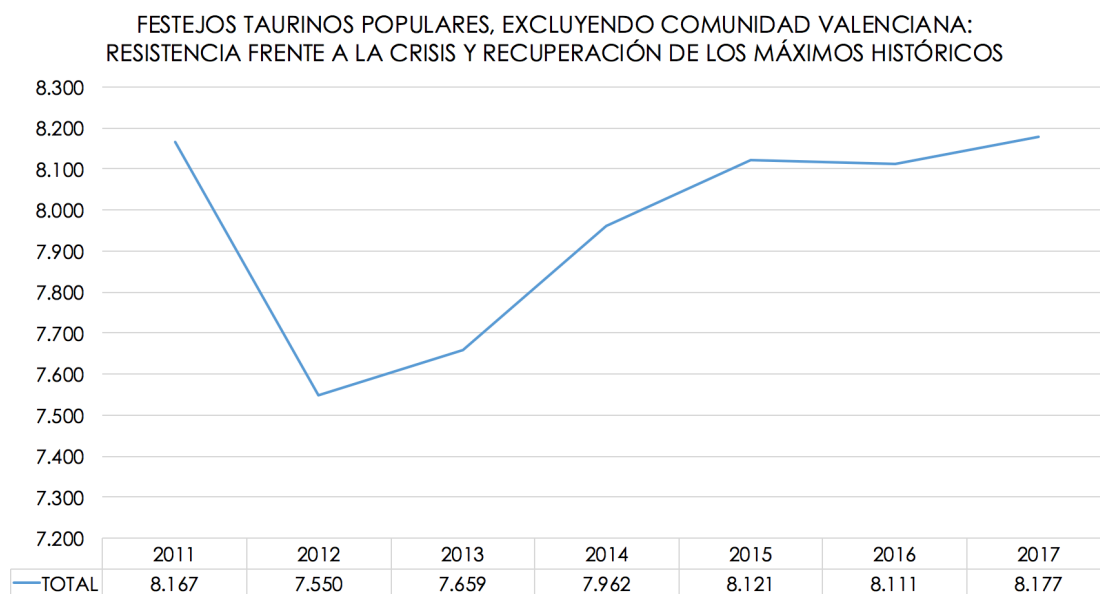
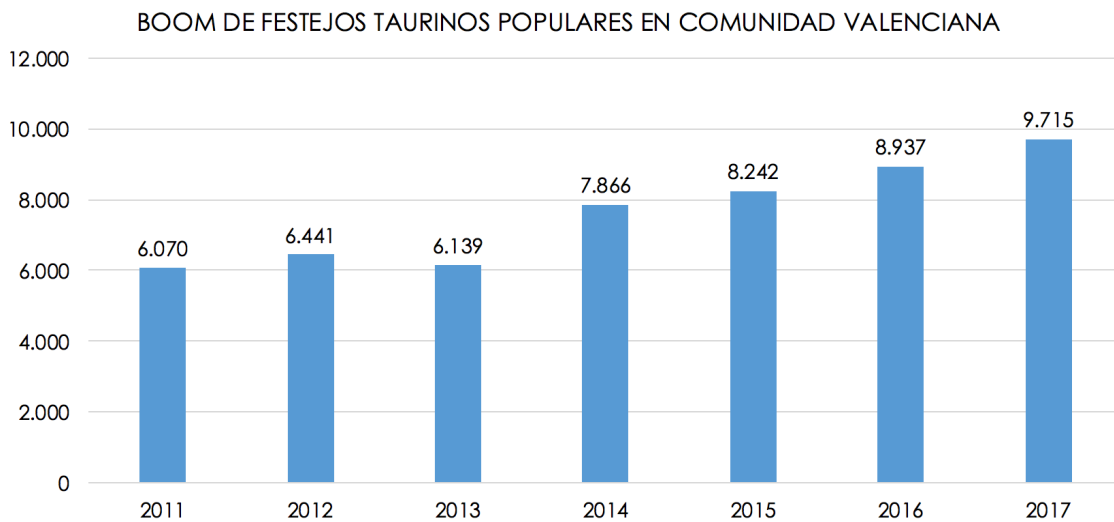
■ Primera Categoría ■ Segunda Categoría ■ Tercera Categoría ■ Portátiles + Otros



³ Elaboración propia del autor a partir de Ministerio de Cultura.

Si analizamos la evolución de la cuota de mercado de los distintos festejos para la década que va de 2007 a 2016, podemos comprobar que las corridas de toros y el rejoneo mantienen sus cifras relativamente estables, en el entorno del 25% y 12%, respectivamente. Sin embargo, se da una caída importante en las novilladas con picadores (pasan del 17% al 12%) y un repunte de los festivales (de 9% a 14%) y las corridas mixtas con rejones (de 0,5% a 4%). Esto confirma que la crisis penaliza los festejos de promoción y prima espectáculos con costes más baratos.

Por último, si dejamos a un lado por un momento los festejos en plaza y analizamos la evolución de los espectáculos taurinos populares, vemos que su evolución ha sido mucho más favorable: En la Comunidad Valenciana, esta modalidad sube de 6.070 a 9.715 festejos. En el resto de España no se ha producido este crecimiento, pero sí se han recuperado los niveles anteriores al ajuste. ⁴



⁴ Elaboración propia del autor a partir de Ministerio de Cultura.

Considerando todo lo anterior, podemos concluir lo siguiente:

- Parte del crecimiento experimentado por el sector taurino en los años de la *burbuja* era artificial, de modo que el ajuste era irremediable. En consecuencia, para analizar la evolución del mercado, la comparativa debe establecerse con la vista puesta en el largo plazo, puesto que de esa forma se aísla el efecto distorsionador de los años de la *burbuja*.
- La caída de espectáculos se concentra en el circuito menor, es decir, en plazas de toros de Tercera categoría o portátiles. Los festejos que se han dejado de celebrar en estos recintos son el 78% del total.
- La pérdida de cuota de mercado de las novilladas y el aumento paralelo de festivales o corridas mixtas confirma un giro hacia espectáculos con costes de producción más bajos y mayor expectativa de ganancia empresarial. La evolución paralela de los festejos populares reafirma esta tendencia.

LOS TOROS ANTE LA CRISIS MACROECONÓMICA

Aunque la *Gran Recesión* golpeó a todas las economías de Occidente, nuestro país ha sufrido una crisis de empleo de especial gravedad. En 2013, el paro en España rebasa la barrera del 26%, muy por encima del 10,5-11% observado, de media, en el conjunto de la Unión Europea.

El empobrecimiento generado por la crisis afecta de forma especialmente acusada al gasto en bienes y servicios culturales, puesto que dicho capítulo del presupuesto familiar es más susceptible de ser recortado que los desembolsos dedicados a suministros básicos, alimentación, sanidad, educación, etc. No hay que olvidar que, según el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura, el gasto medio en cultura cayó de 375 euros por habitante en 2007 a 260 euros por persona en 2016.⁵

En clave taurina, cada punto de aumento de la tasa de paro se tradujo en un descenso de entre 40 y 45 festejos anuales.⁶ En sentido inverso, el progresivo aumento del empleo observado entre los años 2014 y 2018 ha contribuido a mejorar los niveles de asistencia a las plazas de toros. Así, la asistencia a festejos taurinos en el bienio 2014-2015 mejoró un 12% los datos correspondientes a 2010-2011.⁷

De modo que, más allá de cuestiones propias del sector taurino, un mejor desempeño macroeconómico va de la mano de un entorno más favorable para el desarrollo de la Fiesta. De hecho, si comparamos el número de corridas de toros con la renta per cápita, vemos que se alcanza un coeficiente de correlación de 0,89 sobre 1.⁸

Eso sí: a la hora de establecer una proyección a largo plazo, conviene tener en cuenta el proceso de *vaciamiento* que está viviendo la España rural. Entre 2015 y 2018, a pesar del crecimiento de la economía y el empleo, los pueblos de España perdieron un promedio de cinco habitantes por hora. Durante dicho período, las zonas rurales vieron reducida su población a un ritmo de 45.000 habitantes al año. El éxodo del campo a la ciudad golpeará significativamente a la celebración de espectáculos taurinos en plazas de Tercera categoría o recintos portátiles. Esto puede conducir a un mercado taurino más reducido, fuertemente concentrado en las capitales y menos capaz de ofrecer un circuito razonablemente grande de festejos de promoción.

⁵ Ministerio de Cultura, "Anuario de Estadísticas Culturales" (2016).

⁶ V. Royuela, "Cuantificación del impacto de la crisis en los festejos taurinos", Asociación Española de Ciencia Regional

⁷ Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales, Ministerio de Cultura.

⁸ "¿Es la tauromaquia un reflejo de la economía española?", Libre Mercado. Disponible en: <<https://www.libremercado.com/2014-10-15/es-la-tauromaquia-un-reflejo-de-la-economia-espanola-1276530790/>>.

RIESGO POLÍTICO E INSEGURIDAD JURÍDICA

Lo largo de la última década, el marco económico en el que se mueve la Fiesta de los toros ha estado marcado también por la inseguridad jurídica. No en vano, la actividad taurina está bajo ataque regulatorio en regiones como Cataluña (donde el Tribunal Constitucional certificó la ilegalidad de la prohibición, pero no se han vuelto a celebrar festejos taurinos) y Baleares (donde también ha sido necesario acudir al TC para certificar la plena legalidad de la tauromaquia), así como en distintos Ayuntamientos donde se han aprobado medidas contrarias a la Fiesta.

El electorado empezó a castigar estas decisiones en las Elecciones Generales de 2015 y 2016, cuando la intensidad de voto de PSOE y Podemos sufrió un castigo superior en zonas con más actividad taurina.⁹ Dicha tendencia se exacerbó en la segunda mitad de 2018 y el primer semestre de 2019, cuando el auge en las encuestas de Vox devolvió el discurso pro-aurino al centro del debate político.

En paralelo, la regulación de la tauromaquia como Patrimonio Cultural Inmaterial (Ley 18/2013 y Ley 10/2015) ha generado más certidumbre jurídica para el sector. Sin embargo, la cuestión taurina sigue generando controversia política, lo que a su vez reduce los incentivos para invertir en los toros con mirada de largo plazo.

Considerando todo lo anterior, podemos concluir lo siguiente:

- Los toros van de la mano de la economía española. Guardan una estrecha relación con indicadores como el desempleo o la evolución de la renta per cápita. Por tanto, una crisis tan profunda como la *Gran Recesión* acarrea necesariamente un impacto negativo para el sector taurino.
- El acoso político que ha sufrido la Fiesta en distintas regiones y municipios se traduce en un problema de inseguridad jurídica que inhibe la inversión a largo plazo en el sector. No obstante, en el plano político se observa que las iniciativas antitaurinas no suponen un mejor desempeño electoral, sino todo lo contrario.

⁹ Informe: "El Voto (Anti) Taurino y el 26-J", La Economía del Toro. Disponible en: <<https://laeconomiadelatoro.wordpress.com/2016/07/20/informe-el-voto-anti-taurino-y-el-26-j-por-vicente-royuela-y-la-economia-del-toro/>>.

BARRERAS REGULATORIAS Y FISCALES

Los cosos de Primera categoría organizaron 148 espectáculos en 2017, mientras que las plazas de Segunda convocaron un total de 181 festejos. Los recintos de Tercera categoría y las plazas portátiles manejan cifras más abultadas (237 y 339 espectáculos, respectivamente), pero la importancia de dichos eventos es mucho menor en términos económicos, mediáticos y artísticos. Hay, por tanto, dos planos diferenciados: la tauromaquia de élite, que es la más visible y de mayor impacto social, y la tauromaquia de base, que se desarrolla de espaldas al gran público pero concentra un elevado número de espectáculos.

El mercado de la tauromaquia, en general, y de la tauromaquia de élite, en particular, está marcado por la falta de libertad económica. La Administración controla 550 de las 600 plazas fijas que hay en nuestro país y, aunque delegue su gestión en empresas privadas, lo hace fijando reglas de gestión que fijan importantes costes e introducen todo tipo de requisitos. La libertad del empresario se ve limitada desde la raíz.

De los distintos problemas derivados de este escenario de hiperregulación, el más visible es el de la falta de competencia empresarial. Nicolás Salas, periodista de ABC, publicó en 1970 un artículo en el que puso de manifiesto que las principales casas empresariales manejaban en torno al 90% del negocio taurino.¹⁰ Casi cincuenta años después, la jerarquía empresarial ha cambiado y la cuota de mercado de las grandes empresas ha bajado más de veinte puntos.¹¹ No obstante, el grado de competencia se ve limitado por los requisitos de experiencia incluidos en los pliegos de gestión de las plazas. Al exigir que los candidatos a manejar cosos de Primera categoría tengan experiencia en plazas de dicho nivel, la baraja de aspirantes se reduce notablemente, lo que redundará en menos competencia y termina perjudicando al consumidor. Por tanto, sería recomendable garantizar que los pliegos faciliten la concurrencia de empresas, exigiendo por ejemplo un número mínimo de espectáculos organizados en plazas de menor categoría o una determinada cifra de facturación acumulada en los últimos años.

Otro problema derivado de los pliegos de gestión es la mentalidad extractiva con la que las Administraciones Públicas fijan los cánones de explotación. Los concursos para determinar el manejo de las plazas han terminado convertidos en procesos de *subasta* que descapitalizan a las empresas del sector y se reducen en espectáculos de menor calidad. El caso de Las Ventas es, probablemente, el más ilustrativo de todos. Desde 1980, las diversas empresas que han gestionado el coso de la calle Alcalá han pagado a la Administración regional alrededor de 120 millones de

¹⁰ ABC de Sevilla, 26 de julio de 1970, p. 59.

¹¹ "Los toros son el acontecimiento cultural que más ingresos proporciona a Hacienda", Libre Mercado. Publicado el 14 de julio de 2013.

euros por concepto de canon.¹² Frente a este modelo, existen sistemas más razonables como el que introdujo con éxito en 2013 la Diputación de Málaga. Bajo el modelo de La Malagueta, que se mantuvo en 2016, el canon se cobra como un porcentaje de taquilla que ronda el 5%. Desde que introdujo este sistema, la asistencia a la plaza ha aumentado y los ingresos obtenidos por la Administración han sido mayores, puesto que se han generado las condiciones para que las empresas gestoras inviertan más.¹³ Así las cosas, pasar de cánones rígidos y elevados a un sistema de pagos vinculado a la taquilla genera incentivos beneficiosos para todas las partes: el empresario no tiene que asumir un pago elevado en concepto de canon, de modo que invierte más en la programación taurina y consigue arrastrar más público, lo que a su vez genera más recaudación en taquilla y, cerrando el círculo virtuoso, aporta recursos a las Administraciones Públicas que controlan la mayoría de los cosos de nuestro país. Esta enseñanza también debería trasladarse a la esfera de las plazas de titularidad privada.

Otra cuestión regulatoria que mina la libertad de empresa e impide el crecimiento de la tauromaquia es la fijación de precios que acostumbran a realizar las Administraciones. En plazas como Las Ventas vemos que una tarde con lleno de "no hay billetes" genera alrededor de 500.000 euros, un monto insuficiente para sufragar los honorarios de tres figuras. En La Maestranza también se produce este tipo de situaciones, puesto que un mismo supuesto puede acarrear pérdidas de 100.000 euros. Siempre se ha planteado que las figuras podrían ajustar sus honorarios, pero no parece probable que vayan a hacerlo, a tenor de la evidencia histórica. Así las cosas, las empresas reaccionan a esta situación recortando gastos en otros carteles, de modo que el saldo final son Ferias mediocres, con fechas de altísimo interés pero también carteles carentes de atractivo. Existe, no obstante, una posible solución: la liberalización progresiva de los precios de las entradas sueltas. Desde 2015, la plaza de toros de Valencia ha permitido a la empresa gestora del coso que fije precios más altos o bajos según su criterio, lo que ha dado pie a una progresiva mejora de las cifras de asistencia, que en la Feria de Fallas han subido de 80.000 a 100.000 espectadores durante el actual periodo de explotación.¹⁴ Si aplicásemos este mismo esquema en un coso en el que no impera la libertad de precios, las empresas podrían elevar el precio de las entradas sueltas en las tardes de mayor expectación, lo que permitiría acentuar el descuento aplicado a los abonados (con el consecuente aumento de la

¹² "Chopera, Lozano, Taurodelta y Simón Casas han pagado 120 millones por el canon de Las Ventas", La Economía del Toro. Publicado el 22 de junio de 2017. Pese al abultado desembolso, el recinto madrileño ha visto retirada su licencia para organizar espectáculos no taurinos, decisión que reduce notablemente los ingresos derivados de este capítulo, que rondan los 2 millones de euros anuales, según el Pliego de Gestión de 2016).

¹³ "La Feria de Agosto de Málaga dejó una taquilla de casi 1,5 millones de euros", La Economía del Toro. Publicado el 23 de enero de 2014.

¹⁴ Datos facilitados por la gerencia de la empresa gestora, Simón Casas Production.

fidelización) y ayudaría a equilibrar los costes de los festejos más demandados (por ejemplo, una corrida con tres máximas figuras dejaría de generar pérdidas).¹⁵

De manera que hay tres aspectos regulatorios que restringen la libertad de mercado y merman la capacidad de crecimiento de la tauromaquia:

- La ausencia de competencia consolida una élite empresarial de menos abierta a la innovación en la gestión. La solución a este punto pasa por facilitar la concurrencia a los concursos de adjudicación con pliegos más abiertos.
- Los elevados y rígidos cánones que se exigen a las empresas gestoras de plazas de toros descapitalizan a las sociedades gestoras y generan incentivos perversos. Un esquema alternativo y mejorado pasaría por exigir simplemente un porcentaje de ingresos en taquilla.
- La fijación de precios genera *agujeros* en festejos de gran presupuesto y anima al empresariado a compensar dichas pérdidas con espectáculos de menor presupuesto. La liberalización progresiva de los precios ayudaría a financiar Ferias más sostenibles desde el punto de vista económico y artístico.

Analizada la cuestión de la hiperregulación, otro asunto que incide notablemente en el día a día de la tauromaquia es el notorio maltrato fiscal que sufre el sector. En 2018, el IVA generado por las plazas de toros rondó los 100 millones de euros, ocho veces más que la recaudación aportada por el cine español, que aportó al fisco 16 millones de euros. A pesar de este diferencial tan abultado, los Presupuestos Generales consignan apenas 65.000 euros de ayuda al toreo, mientras que el cine español se lleva 100 millones.¹⁶

La situación no es muy distinta en otras capas de la Administración. Según cifras de ANOET, la patronal empresarial del sector taurino, la inversión de los gobiernos autonómicos en tauromaquia se limita al 0,3% de sus

¹⁵ Según datos comunicados por Taurodelta y Plaza 1, una corrida con tres figuras puede generar 750.000 euros de gasto en Las Ventas, de modo que el déficit resultante es de 250.000 euros. Las empresas descargan dicho coste en otros carteles, abaratando su coste. Sin embargo, permitiendo la libertad de precios, el cargo en taquilla podría subir hasta eliminar las pérdidas. Así, si dejamos a un lado a los 16.000 abonados y nos centramos en los 8.000 compradores de entradas sueltas, vemos que un precio medio de 60 euros (frente a los 30 euros actuales) cerraría la brecha. Obviamente, podría adoptarse una subida menor, de modo que el déficit persistiría, pero se reduciría notablemente, generando igualmente una estructura económica más razonable para el conjunto de la Feria.

¹⁶ La escasa aportación del ministerio de Cultura se reparte entre el Premio Nacional de Tauromaquia y la subvención anual a la Fundación Toro de Lidia)

partidas de gasto cultural. Por otro lado, en el plano municipal encontramos que estos desembolsos suponen apenas el 1,4% del total.¹⁷

Es cierto que el IVA aplicado a la cultura ha bajado del 21% al 10%, lo que constituye un importante alivio para el sector taurino, estimado en el entorno de los 22 millones de euros de ahorro fiscal.¹⁸ Sin embargo, los costes fiscales y demás cargas soportadas por el toreo van más allá de este gravamen.

No en vano, la organización de una simple novillada supone alrededor de 5.000 euros de gasto en cotizaciones sociales e IRPF, así como otros 5.000 euros en costes regulados que exige la Administración (certificado de apertura de la plaza, gestión de permisos, inspecciones veterinarias, seguros, pólizas de responsabilidad empresarial, tasas de retirada de residuos, impuestos municipales, etc.). Si acaso hubiese un beneficio en taquilla, tendría que aplicarse también el Impuesto de Sociedades, que se lleva el 25% del beneficio empresarial.

Poniendo en la balanza la importante aportación fiscal que hace el toreo, la escasa ayuda que recibe la Fiesta en los Presupuestos del Estado y los elevados costes fiscales y regulados que soporta este espectáculo, parecería razonable exigir al ministerio de Cultura un *Plan de Apoyo a la Tauromaquia de Base*. La iniciativa consistiría en articular el siguiente esquema:

- En reconocimiento de la fuerte aportación que hace la tauromaquia a las arcas públicas, el ministerio lanzaría una línea de ayudas al sector.
- Las ayudas serían de 5.000 euros, en el caso de las corridas, y de 10.000 euros, en el de las novilladas. Se concederían por festejo, con la condición de que los espectáculos se den en cosos de Tercera categoría y portátiles.
- Desde 2011, este circuito ha dejado de celebrar 576 espectáculos. No obstante, una parte de los festejos que desaparecen obedecían a la falsa bonanza de la burbuja. Por tanto, el objetivo sería recuperar, a medio plazo, el 50% de dichos eventos, para un total de 288.
- Si el 50% de los expedientes fuesen corridas y el 50% restante fuesen novilladas, 720.000, el coste total del programa serían 2,1 millones de euros. Esto supone el 2% de lo que dedica el ministerio de Cultura en su capítulo de subvenciones al cine español o su epígrafe de ayudas a la música.

¹⁷ "Los toros en España, un gran impacto económico con mínimas subvenciones", Documento de ANOET.

¹⁸ "La rebaja del IVA a los espectáculos, un estímulo de 22 millones de euros para el sector taurino", La Economía del Toro. Publicado el 30 de junio de 2017.

OTRAS CUESTIONES DE IMPORTANCIA PARA LA ECONOMÍA TAURINA

La economía del toro también se ve afectada por otras cuestiones. Por ejemplo, al ser un sector ligado al ocio, la experiencia del consumidor se ve afectada por lagunas como las siguientes:

- Falta de modernidad en los canales de venta. La adquisición de entradas por internet supone apenas el 3%. ¹⁹ En Las Ventas, a partir de 2017, se ha puesto en marcha una nueva plataforma de venta que permite comprar entradas desde casa y entrar a la plaza empleando simplemente el teléfono móvil. La recepción ha sido favorable y confirma que es preciso facilitar el proceso de compra de entradas con la incorporación de nuevos canales de venta.
- Espacios incómodos. Los espectáculos taurinos son largos y se desarrollan en recintos que no están adaptados a las expectativas del público actual. Parecería razonable impulsar un programa de renovación de plazas de toros, puesto que las leyes que regulan la tauromaquia como patrimonio cultural así lo justifican. Tal actuación ayudaría a mejorar la experiencia del consumidor, redundando en mayores tasas de repetición y, por ende, más facturación.
- Códigos publicitarios desfasados. El grueso de las Ferias se promociona única y exclusivamente en revistas especializadas (alcance limitado) o con técnicas de comunicación que ya muestran señales de agotamiento (cartelería, ruedas de prensa...). Una mayor inversión en redes sociales puede generar más notoriedad y alcance con presupuestos relativamente asequibles. Eso sí: dichos espacios requieren una comunicación más moderna, capaz de trasladar los valores de la Fiesta a audiencias que no la conocen.

Por otro lado, el mercado taurino enfrenta también otros retos que repercuten directa o indirectamente en el desempeño económico del sector:

- Demanda embalsada. Según las estadísticas oficiales del ministerio de Cultura, hay un importante número de españoles que muestra interés por los toros pero no puede asistir por diversos motivos. Por ejemplo, el 16% de la población reconoce que "no va a los toros" o "no va más veces a los toros" por falta de tiempo, de modo que la conciliación en materia de horarios es una cuestión importante. Un ejemplo lo tenemos en los espectáculos de verano, donde el auge reciente de las corridas nocturnas ha arrojado mejores cifras de público, caso de las novilladas de julio en Las Ventas, la Feria de Julio de Valencia o la temporada de El Puerto de Santa María.

¹⁹ "Encuesta de Hábitos Culturales", Ministerio de Cultura. Edición 2014-2015.

Además, otro 8% de la población reconoce que el precio de las entradas le resulta demasiado alto, de modo que la aprobación de descuentos especiales se antoja recomendable para acercar la Fiesta a colectivos que atraviesan una situación compleja. Un buen ejemplo de esto último lo tenemos en la buena acogida que están teniendo los “tendidos para jóvenes” o en el abono especial para mayores o desempleados que han potenciado recientemente Ferias como la de Albacete.

- Invisibilidad. En la primera mitad de los años 90, la presencia de los toros en televisión era muy significativa. Por ejemplo, durante la temporada 1993, Antena 3 emitió 37 corridas, TVE televisó 30 festejos mayores y Telecinco programó 30 transmisiones taurinas. A esto hay que sumarle decenas de emisiones por Canal Plus, así como la programación taurina de los canales autonómicos.²⁰ Esta situación es muy distinta hoy: aunque Toros TV ofrece casi un centenar de corridas al año, los toros han desaparecido de la televisión en abierto. Esto genera menos interés por la Fiesta y complica la captación de nuevos aficionados, lo que redundará en un mercado potencial más pequeño.

Igualmente relevante es la situación económica del campo bravo. Desde el punto de vista regulatorio, sería recomendable una armonización estatal de las normas autonómicas de manejo, bienestar y saneamiento. Además, la legislación europea, que trata al toro bravo como una especie de vacuno más, debe ser matizada para reflejar las características propias de la especie.

Además, el mundo de la ganadería de lidia saldría beneficiado desde el punto de vista económico con reformas que aborasen los siguientes puntos:

- Puesta en valor de la carne de toro bravo. El mercado de la carne de lidia asciende a apenas 500.000 euros.²¹ Sin embargo, las investigaciones del CSIC han puesto de manifiesto que la crianza ecológica del toro arroja un producto de máxima calidad.²² Acompañar el trabajo que está realizando la Unión de Criadores de Toros de Lidia para acercar la carne brava al mundo de la alta gastronomía ofrecería al sector la oportunidad de revalorizar notablemente sus ingresos derivados de la venta de este producto.
- Fomentar la libre competencia entre ganaderos eliminando la exigencia de contratación de uno u otro hierro en los pliegos de concesión de las plazas de toros.

²⁰ “Casi 160 festejos se retransmitieron por televisión en la temporada 1993”, ABC. Publicado el 14 de noviembre de 1993.

²¹ Datos facilitados por ANOET.

²² “La carne del toro bravo, ese tesoro”, El País. Publicado el 13 de noviembre de 2015.

- Impulso del turismo en la dehesa. Solo algunos pioneros como Álvaro Domecq o Victorino Martín han apostado por abrir las fincas de crianza del toro bravo a visitantes nacionales y extranjeros. Desarrollar un plan integral de turismo taurino ayudaría a generar ingresos extraordinarios y, además, acercaría la dimensión ecológica de la tauromaquia a la ciudadanía.
- Participación en los mercados de derechos de emisiones de CO₂. La dehesa conserva medio millón de hectáreas de alto valor natural. Incluir a las explotaciones de bravo en los mercados de derechos de emisiones de CO₂ generaría ingresos adicionales a quienes mantienen estas vastas extensiones de terreno libres de polución alguna. Al fin y al cabo, el 66% de los beneficios económicos de las dehesas de bravo se corresponden con el valor medioambiental que generan.²³

Igualmente relevante es la ausencia de ingresos publicitarios en el sector. Tomemos el caso del fútbol. El Real Madrid ingresa 143 millones de taquilla, pero consigue 251 millones por las retransmisiones de televisión y 356 millones por patrocinios, venta de productos, contratos de publicidad y otras vías de ingresos atípicos.²⁴ En los toros, sin embargo, la situación es muy distinta. Las Ventas, la plaza más importante del mundo, cerró 2015 con unos ingresos de 23 millones de euros. De esa cifra, 16 millones corresponden a la venta de entradas y 4 millones a las retransmisiones audiovisuales. Sin embargo, el capítulo de publicidad supuso apenas 485.000 euros.²⁵ Así las cosas, vemos que la taquilla supone casi el 20% de los ingresos del Real Madrid pero amasa cerca del 70% de la facturación de Las Ventas. En cuanto a los ingresos publicitarios, suponen alrededor del 50% de las ventas del equipo que preside Florentino Pérez, mientras que en el caso de la calle Alcalá apenas generan un mísero 2% de la cifra anual de negocios.

Por último, el análisis también debe abarcar la dimensión internacional de los toros. La economía española ha salido de la crisis aumentando el peso de las exportaciones del 25% al 35% del PIB. En el ámbito cultural, industrias como el cine o la música se benefician notablemente de la facilidad para llegar a otros mercados que se deriva de la globalización económica y la modernización tecnológica. Sin embargo, el mundo taurino no ha desarrollado grandes avances en este sentido desde que, en la segunda mitad del siglo XX, se consolidaron las grandes Ferias de la temporada americana. Por tanto, es preciso un nuevo esfuerzo que debería abordar dos frentes:

²³ Según cálculos de Pablo Campos Palacín, investigador del CSIC especialista en economía medioambiental.

²⁴ "Football Money League 2019", Deloitte.

²⁵ Cifras comunicadas por Taurodelta al Centro de Asuntos Taurinos de la Comunidad de Madrid.

- Internacionalización y sinergias entre países taurinos. Los toros han experimentado un fuerte crecimiento en Perú, donde se celebran ya más de 700 espectáculos al año.²⁶ A esta cifra hay que sumarle los 500 festejos que realiza anualmente México, así como cientos de espectáculos organizados en Ecuador, Colombia o Venezuela. El reciente fenómeno que ha supuesto la irrupción de Andrés Roca Rey muestra que las sinergias entre Europa e Hispanoamérica pueden enriquecer al toreo a los dos lados del charco. Parecería lógico, por ejemplo, que las retransmisiones televisivas europeas estuviesen disponibles con mayor facilidad en América Latina.
- Exportación en países no taurinos. Según distintos sondeos, los toros son el elemento de nuestro país más identificado por los extranjeros.²⁷ La curiosidad de los foráneos es especialmente elevada en Rusia, China y Estados Unidos. Sin embargo, el sector taurino no ha desarrollado iniciativas de promoción global que generen ingresos a base de acercar la Fiesta a estos países (festejos de exhibición, retransmisiones de televisión o, especialmente, programas de viajes de turismo taurino).

²⁶ "Perú celebró más de 700 festejos taurinos en 2017", La Economía del Toro. Publicado el 20 de marzo de 2018.

²⁷ Ver Oleada del Barómetro de la Imagen de España en el Mundo (Real Instituto Elcano, 2016) o la Encuesta de Imagen Exterior de la Oficina para la Promoción de la Marca España (publicada en 2014).