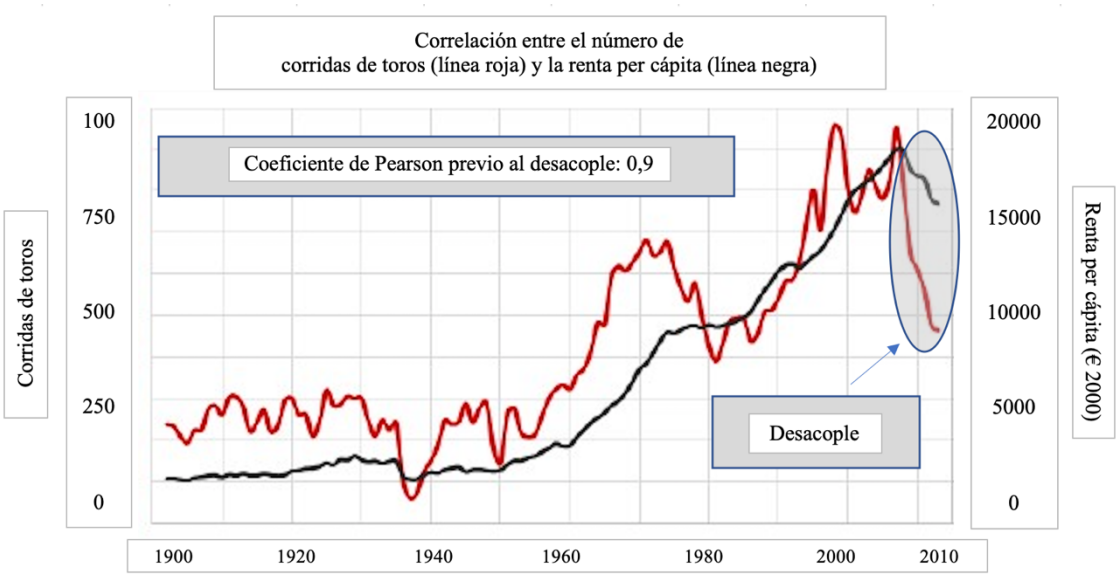
XXXII PREMIO LITERARIO TAURINO "DOCTOR ZUMEL"

La financiación, impuestos y precio de las entradas como factores para la subsistencia de la Fiesta

Diego Sánchez de la Cruz

Macroeconomía y tauroeconomía

Si trazamos la evolución histórica del número de festejos taurinos y de la renta *per cápita* de nuestro país, podemos ver que ambas variables se movieron de forma estrecha durante buena parte del siglo XX y la primera década del siglo XXI. Sin embargo, el estallido de la crisis económica que estalló en 2007-2008 ha generado un fuerte desacople entre ambas variables. Y es que, aunque el PIB empezó a recuperarse entre 2013 y 2014, el número de festejos taurinos ha seguido reduciéndose de forma progresiva y se sitúa ahora en torno a los 1.500 espectáculos en plaza, frente al récord de 3.700 que se dio en 2007, coincidiendo con el *pico* de la *burbuja*. Si solo hablamos de corridas de toros, el descenso sigue una trayectoria similar, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico. [1]



Fuente: elaboración propia a partir de Libre Mercado (2014).

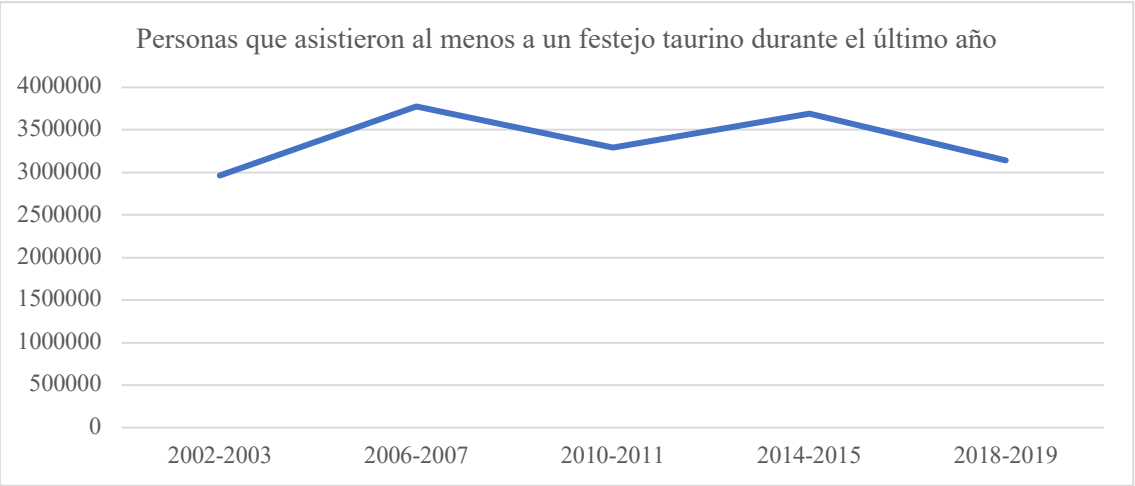
En términos de asistencia a festejos taurinos, resulta interesante señalar que también se aprecia un cierto desacople entre el volumen de público que acude a las plazas y el comportamiento de los principales indicadores macroeconómicos:

- La comparativa entre 2010-2011 y 2014-2015 coincide con un periodo negativo para la economía española. En 2010-2011, el paro medio durante los meses en que se desarrolla el grueso de la temporada taurina fue del 20,5%, mientras que el bienio 2014-2015 se cerró con un desempleo medio del 23,2% durante los meses

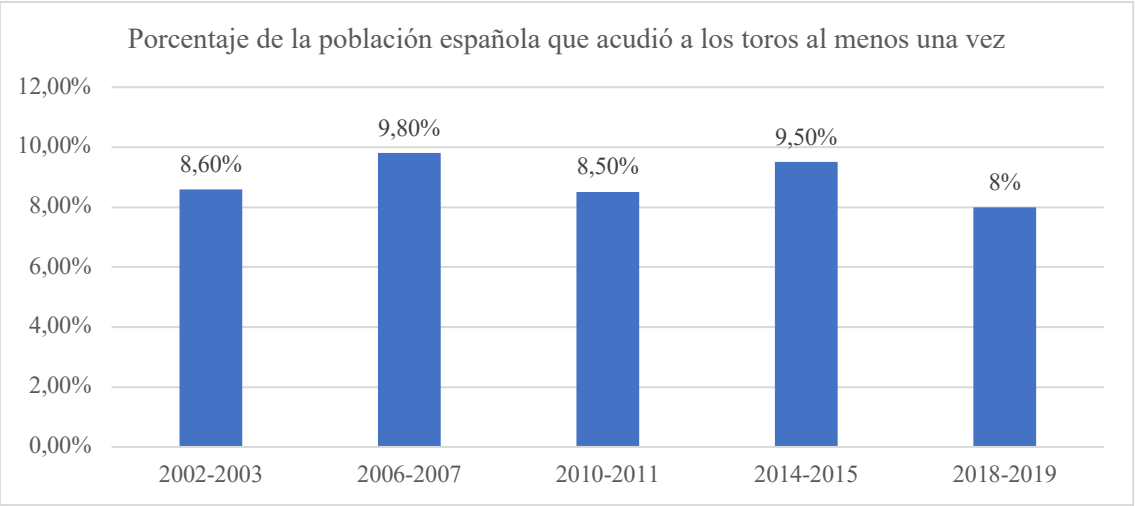
de marzo a octubre. En cuanto al PIB per cápita, su valor promedio fue de 22.900 euros en 2010-2011 y de 23.000 euros en 2014-2015 (+0,4%). Sin embargo, pese a ese contexto macroeconómico desfavorable, la asistencia a los toros *subió* del 8,5% al 9,5%.

- El contraste entre 2014-2015 y 2018-2019 sí arroja una evolución más favorable de los indicadores macroeconómicos de referencia. El paro medio bajó del 23,2% al 14,7% en los meses de la temporada taurina del primer y el segundo bienio, mientras que el PIB per cápita creció de 23.000 a 26.075 euros entre uno y otro periodo (+13,4%). A pesar de esos *vientos de cola*, la asistencia a los festejos taurinos no solo no aumentó, sino que *bajó* del 9,5% al 8%.

Parece evidente, pues, que se ha producido un desacople que rompe lo que parecía ser una tendencia histórica más o menos consolidada. Desde el estallido de la pasada crisis, la *demanda taurina* ha dejado de ser un espejo de la evolución del ciclo económico. Por tanto, su comportamiento debe explicarse con arreglo a factores intrínsecos al propio mercado taurino, cuyo tamaño lleva dos décadas oscilando entre los 3 y 4 millones de clientes (o, lo que es lo mismo, entre el 8% y el 10% de la población mayor de 16 años).[2 3]



Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España.



Fuente: elaboración propia a partir de Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España.

¿Cómo pueden empujarse al alza estos indicadores? El presente trabajo explora tres aspectos inherentes al funcionamiento del sector taurino, con ánimo de determinar su importancia para la subsistencia de la Fiesta. Se trata de la financiación de los festejos, los impuestos que gravan dichos espectáculos y el precio de las entradas que abonan los espectadores. Además, se incluye también un apartado dedicado al impacto de la crisis del coronavirus en las estructuras económicas del toreo, con ánimo de combinar la mirada estructural que ofrecen los tres capítulos centrales con el estudio de las circunstancias coyunturales que marcarán el devenir de la Fiesta en el corto plazo.

La financiación

¿Cuáles son las fuentes de financiación que nutren el mercado taurino? Para estudiar esta cuestión, se ha recabado información de tres plazas de toros españolas: Las Ventas (Madrid), La Malagueta (Málaga) y La Chata (Albacete). [4] Toda la documentación obtenida tiene carácter oficial, puesto que tiene su origen en las empresas gestoras de dichos cosos y ha sido empleada para elaborar diversos pliegos de gestión. Por lo tanto, las cifras presentadas en las siguientes páginas arrojan luz sobre la financiación de la Fiesta y permiten una aproximación fehaciente a la cuenta de resultados de las empresas taurinas.

LAS VENTAS

En el caso de Las Ventas, los datos disponibles se corresponden con los ingresos generados en 2015. Durante dicha temporada, los ingresos de la primera plaza del mundo giraron esencialmente en torno a la venta de localidades (15,8 millones de euros). Las retransmisiones audiovisuales (principalmente, los más de 30 festejos que emite Toros TV en servicio de pago) y la celebración de eventos y conciertos son otras de las partidas más significativas, pero a distancia del dinero generado por los boletos despachados en taquilla.

INGRESOS LAS VENTAS 2015	(en euros)
Venta de localidades	15.755.700
Retransmisiones audiovisuales	3.625.750
Eventos y otros ingresos	1.950.821
Explotación bares	655.329
Publicidad	485.315
Venta de carne	243.151
Almohadillas	80.500
Total	22.796.566

Fuente: elaboración propia a partir de información facilitada por el Centro de Asuntos Taurinos (2016).

La estructura de ingresos de la plaza de toros de Las Ventas revela dos rasgos cruciales para entender la encrucijada en que se haya el toreo. Por un lado, los ingresos atípicos son muy reducidos. Por otro lado, no hay subsidios que contribuyan a apuntalar la cuenta de resultados.

Hacer una comparativa con el mundo del fútbol resulta esclarecedor. Si tomamos como referencia la contabilidad del Real Madrid, vemos que la venta de entradas en el Santiago Bernabéu supone alrededor del 25% de los ingresos del club de Concha Espina, muy por encima del peso del 75% que tiene la taquilla en la cuenta de resultados del coso de la calle Alcalá. [5]

Pero, más allá del fútbol de élite, que sin duda se ha convertido en una industria multinacional de gran alcance, ¿cómo se financian los grandes programas de deporte y cultura celebrados en la capital de Madrid? Lo cierto es que la financiación pública supone una inyección vital para buena parte de ellos.

Si tomamos como referencia la Copa Davis de Tenis, encontramos que dicho torneo, celebrado en la Caja Mágica, recibe una importante financiación. A la cesión gratuita del estadio hay que sumarle un monto anual valorado en 12 millones de euros, derivado de tres convenios suscritos por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid e IFEMA con la empresa organizadora (Kosmos, propiedad del futbolista Gerard Piqué). [6]

También resulta revelador comprobar lo que sucede con el principal evento de música organizado en Madrid: el festival *Mad Cool*. Este evento viene recibiendo 1 millón de euros anuales del Ayuntamiento de Madrid, además de 600.000 euros aportados por la Comunidad. A esta ayuda directa se suma la cesión gratuita de los espacios donde se han celebrado las distintas ediciones del festival (Caja Mágica, Valdebebas…). A pesar de todas estas facilidades, la empresa encargada del *Mad Cool* ha planteado en 2020 que se llevará el festival a otra ciudad si las Administraciones madrileñas no duplican sus inyecciones presupuestarias, hasta llegar a los 3,2 millones de euros anuales. [7]

Por otro lado, si analizamos las cuentas del Teatro Real encontramos que el 25% de sus ingresos son subvenciones del ministerio de Cultura, lo que supone una inyección anual de 55 millones de euros y supone el 25% de la facturación anual. Algo similar ocurre con

el Teatro de la Zarzuela, que se embolsa anualmente 35 millones de euros en subvenciones del gobierno central, cifra equivalente al 95% de sus ingresos. [8]

¿Qué sucede en el caso de Las Ventas? En el caso de la primera plaza de toros del mundo, la cuenta de ingresos no refleja ningún tipo de aportación presupuestaria por parte de ninguna Administración. No solo eso: la cuenta de gastos incluye anualmente un abultado desembolso derivado del arrendamiento y el canon exigido por la Comunidad. Para 2015, esta cifra ascendió a 2,2 millones de euros.

Así las cosas, la rentabilidad de la explotación de la primera plaza de toros del mundo es muy reducida. Frente a unos ingresos de 22.796.566 euros, los gastos de 21.508.198 euros dejan el beneficio en apenas 1.288.368 (una rentabilidad del 5,6%). Ese saldo positivo sería de 3.472.368 (rentabilidad del 15,2%) si la propiedad no cobrase arrendamiento y canon, en línea con el trato que se le brinda a las disciplinas deportivas y culturales citadas en párrafos anteriores. Si, además, se inyectasen subvenciones como las que reciben dichos eventos, la situación sería aún más favorable.

Parece evidente, entonces, que el toreo se encuentra ante una situación compleja, puesto que su financiación depende en gran medida de la taquilla, los ingresos extraordinarios son reducidos y el saldo fiscal del sector con las Administraciones es claramente deficitario, ante la ausencia de ayudas y el exceso de cargas.

LA MALAGUETA

Pasemos, a continuación, a la plaza de toros de La Malagueta. Puesto que la taquilla soporta el grueso del negocio taurino, el principal cálculo relativo a la financiación de los festejos pasa por estimar el volumen de negocio generado por la venta de entradas. La estimación realizada por la Diputación de Málaga parte de cifras oficiales para 2017-2019 y asume un total de nueve festejos: cuatro de gran presupuesto (con una ocupación del 70%) y tres con un presupuesto medio (con el 50% de asistencia), además de una corrida de presupuesto bajo y una novillada (con el 30% del aforo cubierto). Esto supone un grado medio de asistencia cercano al 55%, con un precio medio de 49,67 euros para las corridas a pie y de rejones y de 20,66 euros para las novilladas con picadores. En consecuencia, el cargo en taquilla de la temporada taurina malagueña ascendería a 2,3 millones de euros.

¿Qué otras vías de captación de ingresos tiene el coso andaluz? En esencia, tomando como referencia los datos de las últimas temporadas, los ingresos atípicos se reducen a 30.000 euros por la retransmisión de una corrida de toros en Canal Sur (a los que habría que restar un 50% abonado en conceptos de derechos de imagen) y menos de 10.000 euros generados con la venta de bares, carnes, publicidad o almohadillas. De manera que el grueso del negocio generado por La Malagueta cuelga de la venta de entradas, hasta el punto de que la taquilla soporta el 98% del negocio generado por dicho coso.

INGRESOS LA MALAGUETA 2019	(en euros)
1. Venta de localidades	2.311.018
1.1. Festejos presupuesto alto (x4)	1377365
1.2. Festejos presupuesto medio (x3)	728473
1.3. Festejos presupuesto bajo (x1)	141307
1.4. Novillada (x1)	63873
2. Retransmisiones audiovisuales	**30.000**
2.1. Ingresos TV	30000
3. Otros	**8.700**
3.1 Bares, carnes, publicidad y almohadillas	8700
TOTAL	**2349718**

Fuente: elaboración propia a partir de información facilitada por la Diputación de Málaga.

¿Qué ocurre por el lado de los gastos? Frente a 2.349.718 euros de ingresos, La Malagueta soporta unos gastos totales de 2.201.410 euros, de los cuales 1.225.000 se corresponden con los honorarios de los toreros contratados y 518.500 euros se derivan del coste desembolsado para la compra del ganado reseñado para el ciclo.

De nuevo, al igual que sucedía con Las Ventas, no hay ninguna partida de gasto público dedicada a mejorar los ingresos del coso malagueño. El presupuesto municipal de cultura ascendió en 2019 a 60 millones de euros, mientras que la Junta de Andalucía gestionó durante dicho ejercicio cerca de 210 millones dedicados al mismo concepto. Sin embargo, el toreo se quedó al margen de tales capítulos de gasto.

De manera que, aunque no hay canon ni arrendamiento, tampoco hay participación alguna en las ayudas públicas. El saldo final es una cuenta de resultados poco boyante, con un beneficio antes de impuestos que no llega a los 150.000 euros y que, por tanto, apenas supone una rentabilidad del 6,3% cuando se compara con los ingresos generados durante la temporada taurina.

Al igual que se desprendía del análisis de la cuenta de resultados de Las Ventas, en La Malagueta vuelve a quedar de manifiesto que el negocio taurino enfrenta una situación difícil: cuelga casi exclusivamente de la taquilla y no recibe ni un céntimo de ayudas públicas. Al menos, el coso andaluz plantea la posibilidad de sacar la plaza a concurso sin necesidad de exigir un canon de arrendamiento, lo que permitiría que el número de festejos aumente de ocho a nueve sin reducir los márgenes empresariales.

LA CHATA

Pasemos ahora al caso de la plaza de toros de Albacete. En este caso, el cargo máximo en taquilla es de 325.000 euros a plaza llena, de modo que el monto que podría recaudarse en una Feria que agotase todas las localidades sería de 2,8 millones de euros. Sin embargo, el volumen medio de asistencia observado en 2019 ascendió al 53%, incluyendo un 35% de abonados. Esto significa que, durante la temporada pasada, la estimación de ingresos por venta de entradas rondó los 1,4 millones de euros.

A dicho monto hay que sumarle los ingresos obtenidos por la presencia de la televisión en la Feria de la localidad castellano-manchega. En este caso, el bagaje reciente permite anticipar cuatro retransmisiones, tres de ellas en circuito de pago (Toros TV de Movistar+) y una en abierto (Castilla-La Mancha Media - CCM). En promedio, esto supone una inyección de algo más de 55.000 euros por tarde, lo que devenga 280.000 euros de caja.

Sumando otros conceptos menores (venta de carnes, servicio de bar, venta de almohadillas, patrocinios…), la facturación anual de La Chata asciende a 1.814.738 euros. Por lo tanto, la taquilla soporta alrededor del 85% de la financiación de la operativa taurina en Albacete.

INGRESOS ALBACETE 2019	(en euros)
Venta de localidades	1.481.738
Retransmisiones audiovisuales	280.000
Venta de carnes	30.000
Servicio de bar	18.000
Venta de almohadillas	5.000
Total	1.814.738

Fuente: elaboración propia a partir de información facilitada por la Diputación de Málaga.

¿Aportan recursos las Administraciones Públicas en este caso? El presupuesto cultural de la Junta de Castilla-La Mancha asciende a 35 millones de euros, mientras que la Diputación de Albacete destina 1 millón de euros al consorcio cultural de la provincia. Por su parte, el Ayuntamiento consigna 1,3 millones de euros a actividades culturales. Sin embargo, de todo ese monto de dinero público, apenas 1.000 euros del presupuesto municipal terminan en las arcas de la empresa gestora de La Chata. Dicha aportación testimonial va ligada al pago de la luz y el agua.

No obstante, la sociedad encargada de la explotación del coso debe pagar al consistorio unos 50.000 euros al año en concepto de canon de gestión. Además, el pliego también obliga a desembolsar 40.000 euros, ligados a la financiación de la escuela taurina. Por lo tanto, la empresa de la plaza de toros de Albacete inyecta de forma directa 90.000 euros en las arcas públicas, pero solo recibe 1.000 euros de las Administraciones.

Ante esta situación, no es de extrañar que el equilibrio de ingresos y gastos termine siendo relativamente precario. La contratación de toreros supone 915.000 euros, mientras que la compra de toros y novillos o materiales de lidia acarrea un gasto de 370.000 euros. En total, los costes derivados de la gestión ascienden a 1.726.331 euros, de modo que el resultado antes de impuestos es de apenas 89.407 euros, un beneficio equivalente al 4,9% del dinero generado.

Si no se cobrase un canon y solo se obligase a financiar a la escuela taurina, la rentabilidad subiría al 7,1%, mientras que la eliminación de ambas cargas a la empresa concesionaria

dejaría un beneficio antes de impuestos del 9,9%. Lamentablemente, estos escenarios no se han planteado de cara a la nueva concesión de La Chata, que está prevista para 2020 con una duración inicial de tres años y la posibilidad de dos prórrogas anuales.

LA RELEVANCIA DE LA TAQUILLA

Para ampliar la información disponible, se ha realizado una encuesta entre una selección de empresarios taurinos. La muestra recoge respuestas de los gestores de las plazas de Primera Categoría de nuestro país. De nuevo, encontramos que la taquilla genera el grueso de los ingresos conseguidos (en promedio, un 82%).

Plaza	% Ingresos Taquilla
Bilbao	76%
Córdoba	85%
Madrid	75%
Málaga	98%
Pamplona	79%
San Sebastián	84%
Sevilla	80%
Valencia	82%
Zaragoza	80%
PROMEDIO	82%

Fuente: sondeo realizado entre las empresas gestoras de las plazas de Primera Categoría.

Por otra parte, dejando a un lado el circuito de élite, ¿qué relevancia tiene la venta de entradas en la cuenta de resultados del sector? Para responder a esta pregunta podemos repasar el informe socioeconómico que publicó ANOET en 2013 para exponer las cifras clave de la crisis que atraviesa el sector desde hace años. Este documento confirma el elevado peso de la taquilla en los espectáculos taurinos organizados en cosos de menor rango y muestra que la venta de entradas supone entre el 65% y el 80% de los ingresos de las corridas de toros y las novilladas picadas organizadas en los cosos de Tercera Categoría. [9]

Tipo de festejo	% Ingresos Taquilla
Corrida de toros (Plaza de Tercera Categoría)	77-80%
Novillada con picadores (Plaza de Tercera Categoría)	65-74%

Fuente: ANOET.

DINERO PÚBLICO, TELEVISIÓN Y OTRAS VÍAS DE FINANCIACIÓN

Al margen de la taquilla, y comprobada la falta de patrocinios o el reducido peso que tienen ciertos ingresos atípicos como la venta de carnes o la explotación de los bares, cabe hacerse dos preguntas más referidas a la estructura económica de los festejos taurinos. La primera tiene que ver con la existencia, o no, de ayudas públicas a la tauromaquia, puesto que este es uno de los pilares sobre los que se asienta la financiación de otros sectores culturales. La segunda se refiere a la aportación de los derechos de imagen a la cuenta de resultados de los espectáculos taurinos.

En lo referido a las ayudas públicas, el circuito de élite presenta un saldo claramente deficitario, puesto que ninguna de las plazas de Primera Categoría percibe subsidio alguno. De hecho, todos estos cosos abonaban algún tipo de canon a las Administraciones Públicas a cambio de la explotación de estos recintos, tal y como refleja la siguiente tabla.

Plaza	Subvención	Canon
Bilbao	NO	250.000 €
Córdoba	NO	(Plaza privada)
Madrid	NO	2.800.000 €
Málaga	NO	4-6% Taquilla
Pamplona	NO	(Plaza privada)
San Sebastián	NO	25.000 €
Sevilla	NO	(Plaza privada)
Valencia	NO	200.000 €
Zaragoza	NO	300.000 €

Fuente: elaboración propia a partir de presupuestos de las AAPP. para 2019.

La marginación presupuestaria que sufren los cosos de élite se observa también en el resto del circuito taurino. De hecho, si repasamos las distintas capas de la Administración, encontramos que los programas de gasto consignados a la Fiesta son insignificantes en comparación con los recursos entregados a otras fórmulas culturales:

- *Unión Europea*. La Comisión ha explicado en más de 50 ocasiones que en los presupuestos de Bruselas "no existe ningún apoyo específico a actividades relacionadas con las corridas de toros", puesto que los fondos de la Política Agraria Común no se otorgan según el fin comercial del ganado criado, sino que obedecen a otros criterios (principalmente, al número de vacas de vientre de las explotaciones, aunque también se consideran los llamados derechos históricos, asociados a la superficie de las fincas y otros aspectos). Por lo tanto, no hay ni un céntimo de los presupuestos europeos dedicado a financiar festejos taurinos. [10]
- *Gobierno de la Nación.* En los Presupuestos Generales del Estado solo encontramos dos partidas dedicadas al sector taurino: los 30.000 euros de dotación del Premio Nacional de Tauromaquia y los 35.000 euros entregados a la Fundación Toro de Lidia para un proyecto de compilación y documentación. Ambas ayudas tienen una importancia residual en términos de gasto, puesto que solo suponen el 0,007% del presupuesto del ministerio de Cultura, que asciende a 953 millones de euros.
- *Comunidades Autónomas.* La región de Madrid dedica cerca de 1 millón de euros al año al Centro de Asuntos Taurinos, una cantidad que supone el 0,5% de los 216 millones de presupuesto que maneja la consejería de Cultura. Además, esta cifra es casi tres veces menor que los casi 3 millones abonados anualmente a la Comunidad por la empresa gestora de Las Ventas, en concepto de canon. Por su parte, la Junta de Andalucía ha aprobado un gasto anual medio en tauromaquia de 475.000 euros para los años 2020, 2021 y 2022, lo que supone el 0,2% de los 210 millones consignados por el gabinete regional a la consejería de Cultura. El resto de gobiernos autonómicos ni siquiera tienen presupuestos permanentes dedicados al toreo.
- *Diputaciones provinciales*. Solo once de las cuarenta y tres diputaciones provinciales españolas tienen algún tipo de gastos taurinos. El desembolso bruto dedicado a la Fiesta en estas provincias es de apenas 2,4 millones de euros, el 2,8% de todo el gasto cultural sufragado por estas once instituciones. Sumando

todos los presupuestos provinciales de España, encontramos que los asuntos taurinos solo suponen el 0,04% del total. [11]

- *Ayuntamientos*. Cada año, los gobiernos locales presupuestan cerca de 450 millones de euros para fiestas populares y festejos varios, pero los toros suponen apenas una fracción de esta cantidad (tal y como desglosa la nota 12, se puede hacer una estimación razonable que deja este epígrafe en torno a los 15 millones de euros, que apenas supondrían el 3,3% de los desembolsos locales en materia de festividades). [12]

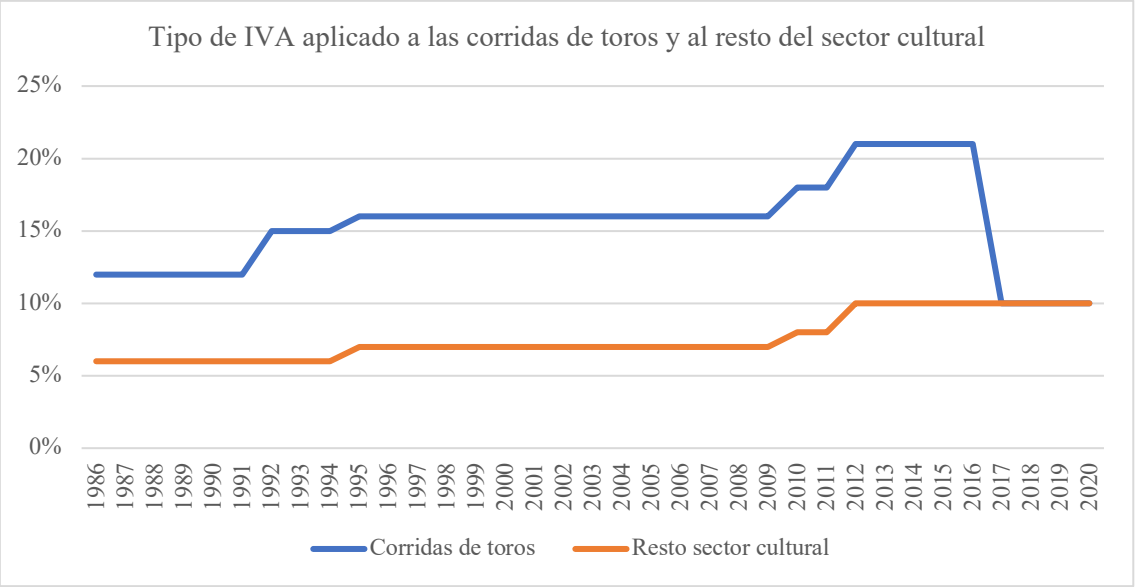
CONCLUSIÓN

Por lo tanto, parece evidente que hablar de la financiación de los festejos taurinos exige, por encima de cualquier otro aspecto, un análisis de la importancia que tiene la venta de entradas en la cuenta de resultados de las empresas del ramo. Puesto que las ayudas públicas brillan por su ausencia y los ingresos extraordinarios o atípicos son reducidos, la taquilla termina soportando el grueso de la facturación sectorial, de modo que este es un vector crucial para mantener en pie la oferta y la demanda de la actividad taurina.

Los impuestos

Teniendo en cuenta que la tauromaquia asienta el grueso de su financiación sobre los ingresos que genera la taquilla, ningún impuesto tiene tanta relevancia para la captación de público como el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), que encarece notablemente el precio final de las entradas.

Históricamente, el tipo de IVA aplicado a las corridas de toros se ha situado muy por encima del gravamen indirecto soportado por el resto de sectores culturales, que se beneficiaban del tramo reducido. Esta discriminación fiscal se mantuvo desde 1986 hasta 2017, reduciendo de esta forma los márgenes empresariales y encareciendo los precios finales soportados por los aficionados.



Fuente: elaboración propia a partir de Agencia Tributaria.

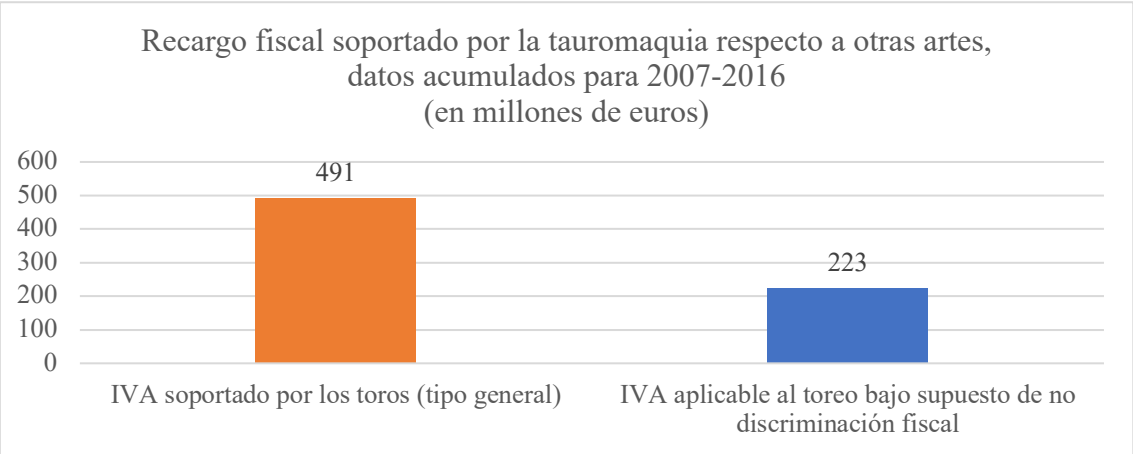
En clave jurídica, resulta sorprendente que se mantuviese esta asimetría fiscal durante un periodo tan prolongado. La Ley 10/1991, de 4 de abril, sobre potestades administrativas en materia de espectáculos taurinos, codificaba el toreo como una actividad cultural. La concesión de la Medalla de las Bellas Artes a Antonio Ordóñez en 1996 ahondaba en este reconocimiento, puesto que los Decretos 3428/1969 y 3379/1978 habían vinculado tales galardones al desarrollo de actividades culturales. Por último, el Real Decreto 1151/2011 traspasó las competencias del sector taurino del ministerio de Interior al de Cultura, mientras que la Ley 18/2013 reguló la tauromaquia como parte del patrimonio cultural

inmaterial de nuestro país, un importantísimo aval que se vio reforzado por la Ley 10/2015, referida a la salvaguardia de dicho patrimonio. [13]

Pese a todos estos pasos hacia la homologación legal y administrativa del toreo con otras artes y disciplinas culturales, la armonización de la fiscalidad aplicada a la Fiesta solo se produjo en 2017, cuando se produjo una equiparación con las demás expresiones culturales en el marco de la rebaja del 21% al 10%.

El mantenimiento de una larga discriminación fiscal que apenas empezó a corregirse recientemente tiene implicaciones especialmente graves puesto que, no lo olvidemos, las mismas Administraciones que apenas aportaban financiación al sector taurino no dudaban en aplicarle a éste una fiscalidad superior a la del cine, el teatro o la música. De modo que no solo se sigue tratando de forma asimétrica al toreo en lo relativo al gasto público, sino que históricamente se ha mantenido una notable desventaja en el tratamiento tributario de su taquilla, sujeta durante treinta años a una penalización fiscal respecto a otras disciplinas culturales.

¿Es posible calcular el alcance de la discriminación fiscal mantenida durante años contra el toreo? ¿A cuánto asciende la *deuda histórica* con el toreo, entendiendo como tal el sobrecoste tributario abonado en la venta de entradas? Para hacer este cálculo, tomaremos como referencia las cifras de aportación fiscal por venta de entradas, facilitadas por el sector en 2014, y ajustaremos los datos para tener en cuenta la evolución de festejos, siempre a partir de la serie estadística publicada por el ministerio de Cultura desde 2007. [14]



Fuente: elaboración propia a partir de Agencia Tributaria.

De esta forma, podemos estimar que la venta de entradas para espectáculos taurinos generó un acumulado de 491 millones entre 2007 y 2016, lo que supone un exceso de 268 millones de euros respecto a lo que habría contribuido el sector en caso de haber quedado sujeto al mismo trato fiscal que el resto de disciplinas culturales. Sin embargo, la facturación total de las plazas de toros va más allá de los ingresos generados por la taquilla. Si tomamos como referencia los datos de aportación por IVA que ANOET divulgó en 2014 y los ajustamos para tener en cuenta la evolución del número de festejos registrada desde entonces, podemos hacer una estimación de la aportación fiscal realizada por sector a través de dicho impuesto indirecto. Este cálculo muestra que las ventas y los costes del sector sujetos a IVA ascendieron en 2019 a 503,5 millones de euros, de los cuales el 33% está asociado a la venta de entradas, mientras que el 67% restante se corresponde con todo tipo de conceptos: pago de los cánones asociados a los contratos de gestión de las plazas, gastos de abastecimientos, servicios externos, profesionales sanitarios, transporte, servicios de plaza, servicios informáticos, publicidad, seguros, televisión, utensilios profesionales para la lidia, venta de carne de toro, dotación de plaza, ingresos atípicos, profesionales sanitarios, gastos de desplazamientos, compras de toros, etc. Tales partidas generaron un IVA de 71,4 millones de euros, a los que habría que sumar los 16,4 millones aportados por la taquilla, para llegar a un total de 87,7 millones pagados en línea con dicho tributo.

Concepto	Facturación (2014)	IVA devengado (2014)	Facturación 2019	IVA devengado (2019)
Taquilla	214517319	45048637	163676714	16367671
Contrato plaza	107763429	22630320	82223496	17266934
Abastecimientos	309524	65000	236167	49595
Servicios externos	10099029	2120796	7705559	1618167
Profesionales sanitarios	23100995	4851209	17626059	3701472
Transporte	8909914	1871082	6798265	1427636
Servicio plaza	13079571	2746710	9979713	2095740
Servicio informático	10243286	2151090	7815627	1641282
Publicidad	10057714	2112120	7674036	1611548
Seguros	9517714	1998720	7262016	1525023
Televisión	14818286	3111840	11306352	2374334
Utensilios profesionales	5259343	1104462	4012879	842705
Venta de carne	1986381	417140	1515609	318278
Dotación plaza	79477714	16690320	60641496	12734714
Atípicos	5718357	1200855	4363107	916252
Profesionales sanitarios	52740000	11075400	40240620	8450530
Desplazamiento	5118429	1074870	3905361	820126
Animales	87121886	18295596	66473999	13959540
TOTAL	659838890	138566167	503457073	87721547
TOTAL excl. Taquilla	445321571	93517530	339780359	71353875

Fuente: elaboración propia a partir de ANOET, La Economía del Toro.

CONCLUSIÓN

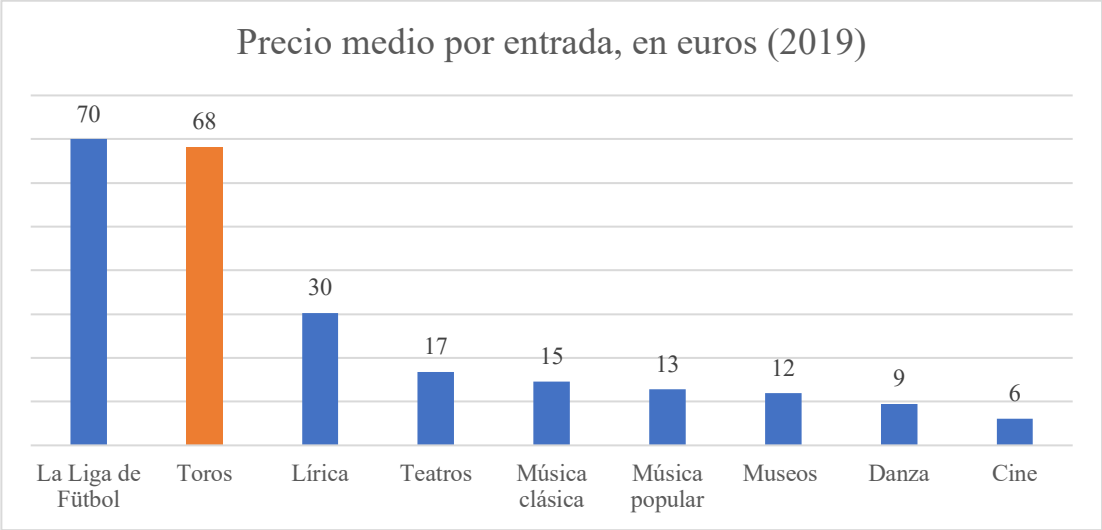
El IVA aplicado a las entradas taurinas supone un recargo del 10% sobre el precio final que abonan los espectadores. Esta tasa ha sido históricamente más alta, puesto que el mundo del toro ha venido pagando un IVA superior al del resto de productos culturales, hasta la armonización anunciada en 2017. Por lo tanto, aunque este tributo no supone hoy un problema, sí lo fue en el pasado, puesto que la asimetría con el resto de sectores culturales ha supuesto un exceso de carga fiscal estimado en 268 millones de euros para la década que va de 2007 a 2016.

Puesto que el apartado anterior denuncia la infrafinanciación pública del toreo y su enorme dependencia de la taquilla, parece a todas luces necesario enmendar esa discriminación con la aprobación de algún tipo de medidas fiscales que faciliten el reequilibrio económico del sector. En este sentido, aprobar una partida extraordinaria de 268 millones repartidos en un plan a cinco años permitiría devolver al sector la *deuda histórica* acumulada entre 2007 y 2016 en materia de IVA, compensando así ese sobreesfuerzo fiscal y facilitando un saldo fiscal menos desfavorable.

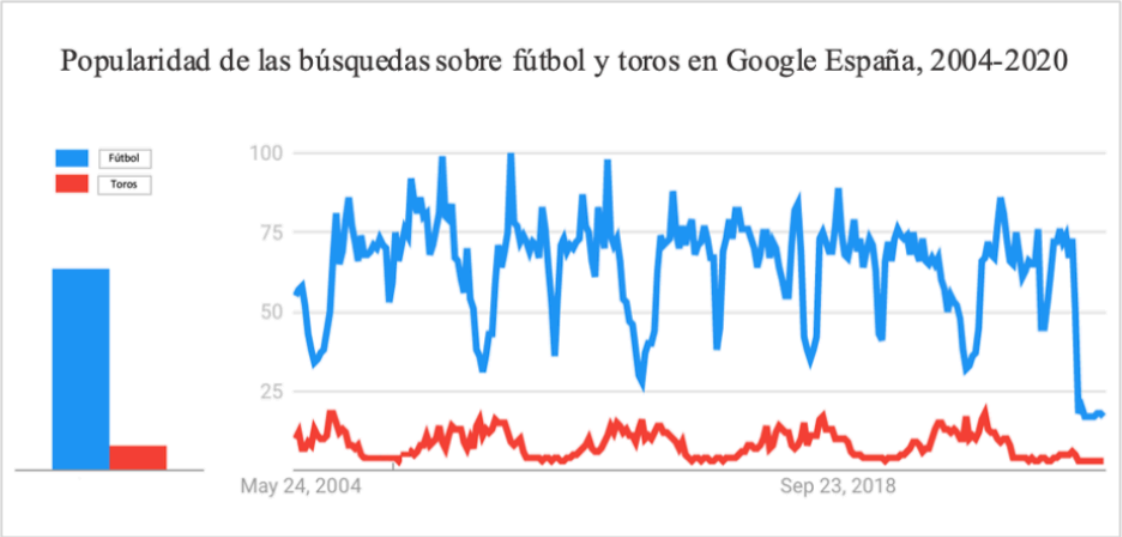
Por otro lado, es importante tener en cuenta que el IVA golpea a todo tipo de transacciones realizadas en el marco de la producción de festejos taurinos. Tales conceptos suponen el 67% de toda la aportación fiscal asumida por el sector debido a la aplicación de dicho tributo indirecto. En este sentido, el aumento progresivo de dicho gravamen (cuyo tipo general alcanzaba el 16% en 2010, pero en la actualidad ya asciende al 21%) constituye un reto para el sector taurino.

El precio de las entradas

El precio de las entradas taurinas se sitúa muy por encima de los niveles observados en otras actividades deportivas o culturales. Si tomamos como referencia la facturación sectorial de la tauromaquia, estimada en el apartado anterior, y la dividimos entre el número de festejos celebrados a lo largo y ancho del país, encontramos que el coste medio de cada *ticket* asciende a 68 euros por espectáculo. [15]



Fuente: elaboración propia a partir de ANOET, La Economía del Toro, SGAE y GoEuro.



Fuente: elaboración propia a partir de Google Trends.

Solo los precios de las entradas del fútbol de élite se sitúan en niveles similares a los del toreo. No obstante, la cobertura mediática dedicada al balompié es infinitamente mayor,

lo que a su vez favorece un interés mucho más intenso por el llamado *deporte rey*. El siguiente gráfico muestra la popularidad de las búsquedas en Google España sobre fútbol y toros. Según este ejercicio, por cada búsqueda de temática taurina hay seis centradas en el fútbol, lo que pone de manifiesto lo complicado que es para el toreo el captar nuevo público, puesto que su visibilidad mediática y social es mucho menor que la del balompié, a pesar de lo cual los costes de acceso a corridas y partidos son similares.

Si la comparativa con el fútbol de élite ya resulta interesante, más revelador, si cabe, es el estudio de las distintas disciplinas que se disputan el mercado cultural con el toreo. Frente a los casi 70 euros de precio medio de las entradas taurinas, el coste promedio de los *tickets* es de apenas 30 euros en el género lírico, 17 euros en las funciones de teatro, 15 euros en los conciertos de música clásica, 13 euros en los eventos de música popular o 9 euros en los espectáculos de danza. Además, el acceso a los principales museos del país supone un pago medio de 12 euros, mientras que las proyecciones de cine de estreno implican un desembolso cercano a los 6 euros.

Eso sí: la oferta de ocio no se limita a las anteriores opciones. Por ejemplo, entre el público joven vemos que predominan tres fórmulas de ocio y diversión: la suscripción a plataformas de contenidos *online* como Netflix o HBO (por un coste que no llega a los 10 euros mensuales), las salidas a bares, restaurantes y discotecas (con precios muy variables, dependiendo del perfil) y la asistencia a festivales musicales (con un coste de lanzamiento que ronda los 70 euros por jornada). [16]

Además, no hay que olvidar que existe una gran oferta de ocio "gratuito". No en vano, numerosos conciertos, verbenas y fiestas populares se sufragan con cargo a las arcas públicas. Tal y como apuntaba el apartado anterior, este epígrafe moviliza alrededor de 450 millones de euros de gasto anual en los municipios españoles.

Por lo tanto, los precios del toreo se antojan caros en comparación con las demás opciones de ocio, deporte y cultura disponibles en España. De modo que el coste marginal de ir más a los toros, así como el precio de iniciarse en este tipo de espectáculos culturales, resulta marcadamente superior al de la mayoría de disciplinas con las que el sector compite a la hora de captar clientes.

EL PRECIO DE LAS ENTRADAS FRENTE A OTROS FACTORES

La comparativa de los precios de las entradas taurinas con el coste de acceder a otros espectáculos culturales o deportivos es reveladora, pero no significa que este sea el único factor que explica la evolución de la asistencia a los toros. Tal y como refleja la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España* (EHPC) de 2018-2019, elaborada por el ministerio de Cultura, el motivo principal por el que el sector taurino no capta nuevos espectadores es la falta de interés (61,1% de los españoles están en esta categoría). Si a esta cifra le sumamos el 7,7% de ciudadanos que afirma que la tradición taurina les resulta "difícil de entender", encontramos que siete de cada diez españoles se mueven entre la indiferencia y la incomprensión del rito taurino, de modo que su hipotética asistencia a festejos taurinos es poco probable.

De la misma *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales* se puede deducir que la preferencia por el visionado de festejos taurinos a través de la televisión o de internet solo explica la menor asistencia a las plazas del 1% de los ciudadanos. Esto vendría a desmentir el tópico según el cual la emisión televisada de festejos taurinos reduce la venta de entradas. De hecho, los periodos de mayor presencia de los toros en televisión han coincidido con niveles de asistencia mayores a los que vemos hoy.

Los problemas de conciliación laboral y familiar sí parecen jugar un papel relevante entre los españoles que muestran interés por el toreo, ya que cerca del 13% de la población dice que no va a los toros o va menos veces de las que desearía porque no tiene tiempo para compaginar su afición con sus quehaceres profesionales y personales. Esto aconsejaría una revisión de los horarios y fechas de programación. Por ejemplo, en el caso de la plaza de toros de Las Ventas se ha constatado un fuerte aumento de público en las novilladas de julio desde que dichos espectáculos han pasado a celebrarse los jueves, en vez de los domingos, y en horario nocturno, en vez de a las siete de la tarde. Algo similar ha ocurrido en otras plazas donde se han apostado por fechas y horarios distintos: Valencia en la Feria de Julio, la Temporada de Verano de El Puerto de Santa María, etc.

Igualmente, la falta de oferta es un problema que se ha acentuado en el tiempo, a raíz de la caída en el número de espectáculos o la desaparición de la actividad taurina en capitales donde las fuerzas políticas de corte antitaurino han suprimido estos eventos (caso de

Barcelona, La Coruña o Vitoria). En este sentido, sería recomendable una estrategia sectorial de recuperación de plazas, centrada en identificar qué localidades han dejado de celebrar festejos taurinos y en ponderar qué empresas, ganaderías y profesionales podrían involucrarse en la recuperación de cada una de esas plazas.

Pero, entonces, ¿qué papel juegan los precios? Hay casi un 5% de españoles que menciona el coste de las entradas como factor explicativo para no asistir, o asistir de forma más espaciada, a festejos taurinos. No hablamos de un porcentaje pequeño, puesto que el porcentaje total de ciudadanos españoles que asisten anualmente a estos eventos es de un 8%.

Motivos para no ir, o para no ir más veces, a espectáculos taurinos	**EHPC 2018-2019**
No tiene interés	61,1%
No tiene tiempo	12,7%
Le resulta difícil de entender	7,7%
Hay poca oferta en mi zona	6,1%
Es caro	4,8%
Le resulta difícil salir de casa	2,6%
No tiene con quien ir	1,3%
Prefiero verlo por TV/internet	1,1%
Problemas de accesibilidad física al recinto	1%
Hay poca información	0,9%
Es difícil conseguir entradas	0,6%
Solo disponibles en reventa	0,1%

Fuente: Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2018-2019.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS EN LAS VENTAS

Los distintos empresarios gestores de la primera plaza del mundo han explicado en diversas entrevistas concedidas durante la última década que el precio medio por entrada ronda los 25 euros. Esta cifra se obtiene dividiendo el cargo máximo en taquilla (alrededor

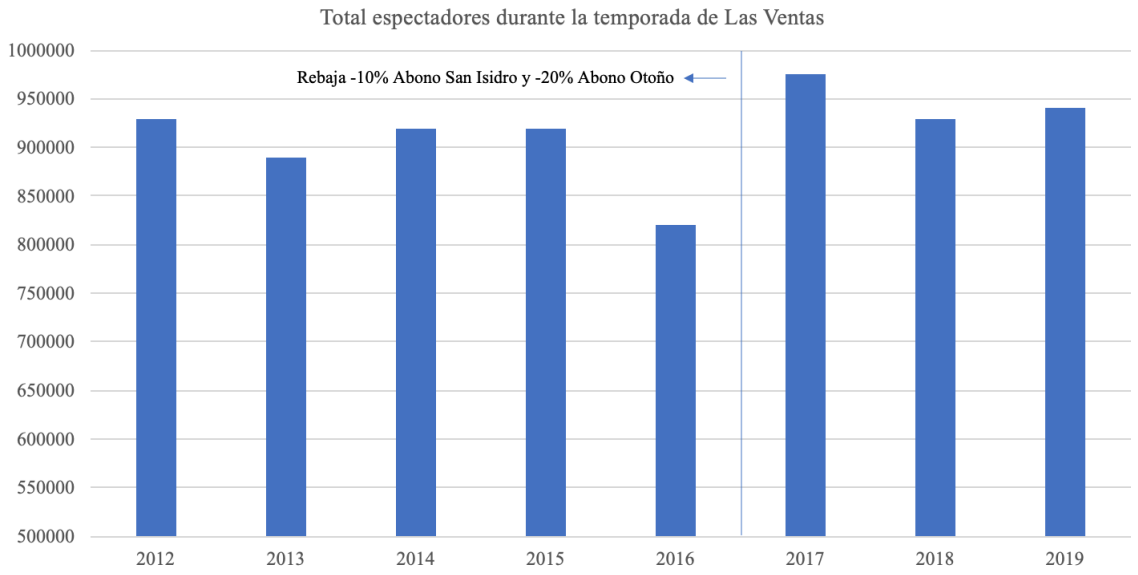
de 550.000 euros) entre el total de asistentes (algo más de 23.600 localidades). Por lo tanto, el precio medio del *lleno* en Las Ventas es un 65% más barato que el coste medio sectorial, cercano a los 70 euros.

No obstante, el coste medio de las entradas compradas durante toda la temporada es aún más bajo. Si tomamos por un lado la cifra de ingresos por taquilla comunicada por la empresa Taurodelta en 2015 (15,8 millones de euros) y la dividimos entre el número de espectadores que asistieron al coso durante todo el año (920.000), encontramos que este dato se reduce hasta los 17 euros (es decir, un 75% menos del coste sectorial medio de una entrada). Estamos hablando, pues, de una plaza claramente *barata* en comparación con la mayoría de cosos del circuito taurino, lo que vendría a validar la visión de Joselito El Gallo, quien hace un siglo trató de impulsar cosos de mayor aforo como fórmula para bajar precios y atraer a las masas.

Partiendo de la base de que hablamos de una plaza donde el precio de las entradas no es prohibitivo, ¿influyen los cambios en el coste de los boletos en la asistencia a Las Ventas? Para responder a esta pregunta, hay que considerar que los pliegos de gestión "fijan" y "congelan" el coste de los boletos durante toda la duración de la concesión, admitiendo a lo sumo su ajuste al IPC. Además, no se permiten precios diferenciados por corrida; por lo tanto, es complejo establecer un análisis de estas características. Sin embargo, sí es cierto que, a raíz del último pliego de gestión, que entró en vigor en la temporada 2017, la nueva empresa gestora de Las Ventas (Plaza 1) ha introducido distintas rebajas en los precios: 10% de descuento en las localidades de la temporada ordinaria, 10% de descuento en el abono de San Isidro y descuentos para abonados del 20% en la Feria de la Comunidad, la Feria de Otoño y las Corridas de Especial Relevancia (a saber, Domingo de Ramos, Domingo de Resurrección, Festividad de La Paloma y Día de la Hispanidad). Además, la UTE entre Simón Casas y el operador turístico Nautalia incluyó algunas facilidades adicionales: pago de abono en dos plazos para tarjetas valoradas en más de 500 euros, domiciliación del pago del abono y posibilidad de transmitir abonos entre familiares.

Entonces, ¿se han traducido esos descuentos en una mayor asistencia de público? Lo cierto es que, comparando la asistencia media a la plaza durante el lustro anterior (2012-2016) con los tres años de aplicación del nuevo marco (2017-2019), se observa un cierto

repunte anual de público del 6%, equivalente a despachar 52.000 entradas más por temporada.



Fuente: elaboración propia a partir de las Memorias e Informes Anuales de Taurodelta (2012-2016) y Plaza 1 (2017-2019).

No obstante, aunque sí es cierto que todos los ejercicios del periodo 2017-2019 han mejorado los datos de público de 2012-2016, también es importante anotar que el precio de las entradas es solo uno de los factores que entran en juego. Así, la calidad de la programación, las campañas de comunicación y el contexto social son otros aspectos que tienen un peso muy importante en todo el proceso.

Por último, también es importante valorar la evolución histórica de los precios de Las Ventas. La actualización de las tarifas está ligada al IPC, pero ¿qué ocurre si comparamos el valor de las entradas con el comportamiento de la renta de los ciudadanos, medido de forma aproximativa con el PIB per cápita? Comparando los precios de 1995 con los de 2015, podemos comprobar qué ha ocurrido con dichos costes. El resultado de este cálculo es interesante, porque muestra que las entradas deberían ser más caras para reflejar la mejora de renta que han experimentado los ciudadanos durante los veinte últimos años. En Sol (Tendidos 4-7), el aumento medio debería ser del 12%, mientras que en Sombra (Tendidos 1, 9 y 10) tendrían que revisarse las tarifas un 16%. Obviamente, esta medida sería impopular, de modo que podría sortearse explorando una fórmula compensatoria y

flexibilizadora del sistema de precios como la que se propone en el siguiente apartado: la liberalización de los precios de las entradas sueltas.

Evolución del precio de las entradas de Las Ventas, 1995-2015

SOL	Precio 1995	Precio 2015 (real)	Precio 2015 (PIB pc)	Diferencial
Barrera	57	61	72	-15%
Contrabarrera	49	53	61	-13%
Delanteras Bajas	44	46	55	-16%
Delanteras Altas	17	24	21	
Balconcillos Bajos	22	24	28	-14%
Balconcillos Altos	10	11	13	-15%
Sobrepuertas	22	24	28	-14%
Fila 1	30	33	38	-13%
Fila 2	27	29	34	-15%
Fila 3	23	24	29	-17%
Fila 4	22	23	28	-18%
Filas 5 y 6	21	23	27	-15%
Filas 7 y 8	19	20	24	-17%
Filas 9 y 10	19	20	24	-17%
Filas 11 y 12	17	19	21	-10%
Filas 13 y 14	17	19	21	-10%
Filas 15 y 16	15	16	19	-16%
Filas 17 y 18	15	16	19	-16%
Filas 19 y 20	13	14	16	-13%
Filas 21 y 22	13	14	16	-13%
Filas 23 y 24	12	13	15	-13%
Filas 25 a 27	10	11	13	-15%
Delantera de Grada	13	14	16	-13%
Grada Filas 1 a 7	8	9	10	-10%
Delantera de Andanada	7	8	9	-11%
Andanada Filas 1 a7	4	5	5	0%

SOMBRA	Precio 1995	Precio 2015 (real)	Precio 2015 (PIB pc)	Diferencial
Barrera	140	148	175	-15%
Contrabarrera	128	136	160	-15%
Delanteras Bajas	113	120	141	-15%
Delanteras Altas	42	45	53	-15%
Balconcillos Bajos	66	70	83	-16%
Balconcillos Altos	29	31	36	-14%
Sobrepuertas	66	70	83	-16%
Fila 1	78	83	97	-14%
Fila 2	74	79	93	-15%
Fila 3	70	74	88	-16%
Fila 4	66	70	83	-16%

Filas 5 y 6	61	65	76	-14%
Filas 7 y 8	57	61	72	-15%
Filas 9 y 10	53	56	67	-16%
Filas 11 y 12	49	53	61	-13%
Filas 13 y 14	44	47	55	-15%
Filas 15 y 16	51	41	51	-14%
Filas 17 y 18	38	40	48	-17%
Filas 19 y 20	35	38	44	-14%
Filas 21 y 22	33	35	42	-17%
Filas 23 y 24	30	32	38	-16%
Filas 25 a 27	27	29	34	-15%
Delantera de Palco	36	39	45	-13%
Asiento de Palco	33	35	41	-15%
Delantera de Grada	33	35	41	-15%
Grada Filas 1 a 7	22	23	28	-18%
Delantera de Andanada	16	17	20	-15%
Andanada Filas 1 a 7	8	9	10	-10%

Fuente: elaboración propia a partir de las tablas de IPC y PIB per cápita de Contabilidad Nacional y Fedea, de las tablas de precios de Las Ventas para 1995 y 2015, y de la herramienta de estimación de inflación y poder adquisitivo Measuring Worth.

HACIA LA FLEXIBILIZACIÓN DE LOS PRECIOS

La mayoría de pliegos de gestión fijan los precios de venta de las entradas sueltas, reduciendo el atractivo del abono (es decir, castigando al aficionado más fiel, que casi no tiene descuento con respecto al público ocasional) y provocando desajustes y desequilibrios para el empresario (que obtiene el mismo nivel de ingresos en corridas de "no hay billetes", cuyo coste de producción es muy elevado, que en festejos de menor afluencia, donde la organización es más asequible).

La Diputación de Valencia ha roto con este esquema de rigidez en el pliego de gestión que entró en vigor en 2015 y que permite diferenciar los precios en la venta de entradas sueltas. En Sol, la diferencia máxima entre los festejos de mayor y menor precio ronda los 8 euros, mientras que en Sombra asciende a 25 euros. Esto contribuye a apuntalar los ingresos de la empresa y a ajustar los precios a la demanda, abaratando las corridas de menor afluencia y presupuesto a cambio de subir el coste de las de mayor interés y costes de producción. Al mismo tiempo, también es una medida que prima al abonado, que no

se ve afectado por encarecimiento alguno y experimenta así una mayor ventaja en el coste por festejo.

El *modelo valenciano* es de interés para el sector, cuyo empresariado debería reclamar a las Administraciones y empresas titulares de las plazas una mayor flexibilidad a la hora de fijar precios. En el caso de Las Ventas, por ejemplo, podría permitirse un encarecimiento máximo del 12% en los boletos de Sol y del 16% en los *tickets* de Sombra, para así compensar las deficiencias del sistema de precios, mencionadas en el apartado anterior, y mantener la ventaja de los abonados, que de hecho iría a más. La posibilidad de encarecer las entradas probablemente solo sería ejercida en los 10-15 festejos en que la asistencia ronda el 100% y favorecería un aumento de los ingresos de la sociedad gestora, compensando así la baja rentabilidad que suelen arrojar los proyectos de explotación, tal y como se explicó en las dos primeras secciones del presente trabajo.

CONCLUSIÓN

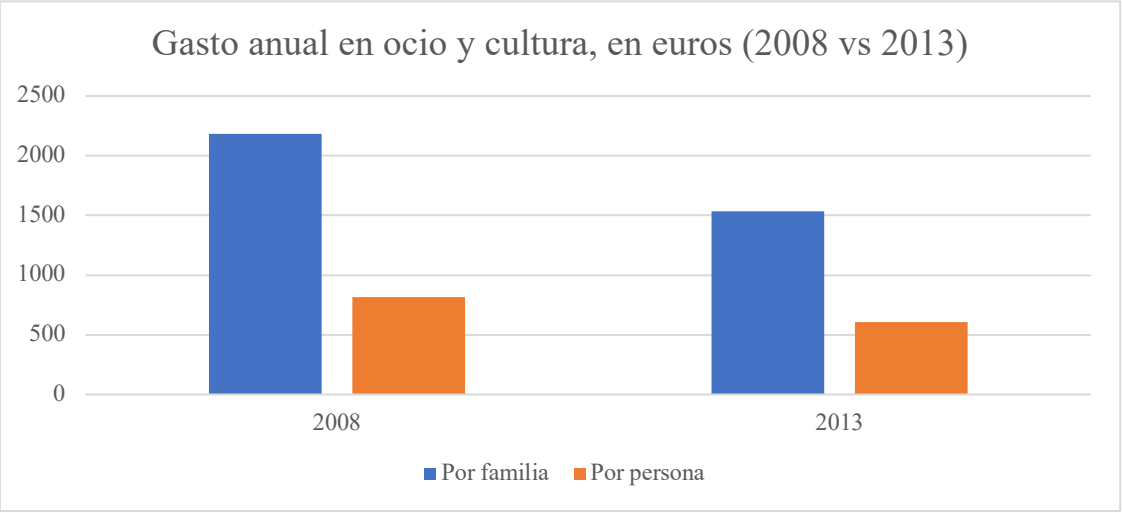
Los precios son un factor determinante, pero no el único que influye en la evolución de la asistencia. Además, descuento excesivo puede ser contraproducente, puesto que en plazas como Las Ventas encontramos que ligar la evolución de los boletos al IPC produce un desacople en relación con el PIB per cápita. Una posible solución a esta problemática podría ser la flexibilización de los precios de las entradas sueltas, lo que ampliaría las ventajas del abonado y ayudaría a que la empresa equilibre los precios de acuerdo a la oferta y la demanda. En cualquier caso, la clave en un espectáculo caro como el toreo no es mejorar precios, sino lograr también una mejora en otros aspectos: espectáculos de mayor calidad, programación en horarios y fechas adaptados a las circunstancias familiares, etc.

Apunte final: los toros ante la crisis del Covid-19

El toreo presentaba a comienzos de 2020 tres profundos desequilibrios referidos a su financiación, tratamiento fiscal y competitividad en cuanto a precios. Dos de estas tres debilidades han quedado expuestas a raíz de la crisis del coronavirus, que ha motivado un parón total de la actividad taurina.

La comentada dependencia de la taquilla hace casi inviable celebrar festejos a puerta cerrada, al contrario de lo que sucede en otros ámbitos como el deporte, que ya en mayo de 2020 estaba preparándose para recuperar su actividad. La asimetría en materia fiscal, con una factura elevada en concepto de aportación impositiva y un claro déficit en cuanto a medidas de apoyo presupuestario, se ha visto agravada por la exclusión del toreo en las ayudas de emergencia que se han aprobado desde el ministerio de Cultura.

Las rigideces en materia de precios cobrarán especial fuerza durante el proceso de reapertura de las plazas de toros. No hay que olvidar que, en contextos de crisis, el gasto familiar en ocio y cultura tiende a sufrir más que cualquier otra partida. Así, la *Encuesta de Presupuestos Familiares* muestra que el gasto *per cápita* dedicado a este epígrafe bajó un 25% entre 2008 y 2013, mientras que el descenso en el gasto *por hogar* rondó el 30%.



Fuente: elaboración propia a partir de Encuestas de Presupuestos Familiares (EPF) de 2008-2013.

Todas estas circunstancias obligan al toreo a acometer un ejercicio serio de análisis, enfocado a identificar debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades para así

impulsar reformas *desde dentro* que permitan salir de la crisis del Covid-19 con un sector flexibilizado y adaptado a los tiempos.

En este sentido, es urgente abordar los desequilibrios existentes en materia de financiación, impuestos y precios. Partiendo del análisis esbozado en este trabajo, es vital un plan de trabajo en torno al rediseño de los pliegos de gestión, donde debe avanzarse hacia una reducción drástica de los cánones, un paso atrás en el intervencionismo de la Administración en materia de programación artística y flexibilizar los precios de las entradas sueltas.

En paralelo, es vital reivindicar ante las Administraciones un trato homologable al otorgado a otras disciplinas culturales. Es insostenible que el toreo siga marginado en los presupuestos públicos mientras se riega de dinero a muchas otras disciplinas culturales. En consecuencia, el paradigma debe equipararse de una manera u otra: o se plantea una cultura totalmente independiente del dinero público o se otorga al toreo el trato que merece dentro del reparto de fondos, no solo por su arraigo social y su importancia económica, sino también por las prescripciones de las distintas leyes que regulan el toreo como patrimonio cultural inmaterial que no solo debe ser protegido por los poderes públicos, sino también fomentado y divulgado

Otro aspecto clave que debería preocupar a los profesionales del ramo es la caída del circuito menor. Comparando 2007 con 2019 vemos que solo el 14% de los 2.226 festejos que se han dejado de celebrar se organizaban en cosos de Primera o Segunda Categoría, de modo que el grueso del descenso (un 86%) tiene lugar en Plazas de Tercera, Portátiles y otros recintos. Si solo analizamos el periodo 2014-2019, para descontar el efecto de la *burbuja* taurina, vemos que se repite el mismo patrón: el 89% de los 443 espectáculos que han dejado de celebrarse tenían lugar en Plazas de Tercera, Portátiles y otros recintos.

Se aconseja, pues, el desarrollo de un plan de recuperación de la actividad pensado en aumentar los festejos organizados en esa España rural que se ha *vaciado* de población a lo largo de los últimos años. Para lograr la sostenibilidad, el sector deberá asumir un proceso de *devaluación interna* que revise los costes asociados a organizar espectáculos en estas plazas.

A todo lo anterior hay que sumarle, además, otros retos pendientes, como la modernización de los procesos de márketing y comunicación, la actualización de los reglamentos, la mejora de la lidia, el desarrollo del turismo en las ganaderías de bravo o la promoción de una mayor integración global de los mercados taurinos europeos y latinoamericanos.

El toreo *desaprovechó* la crisis pasada y, en vez de consolidar unas estructuras económicas sostenibles, apuntaló modelos desfasados que han sumido al toreo en una larga y dolorosa crisis. La crisis sanitaria del Covid-19 no puede ser otra oportunidad perdida: esta vez es vital que el sector replantee su funcionamiento y afronte, de una vez, su necesaria reconversión.

Biblliografía

[1] Libre Mercado, "¿Es la tauromaquia un reflejo de la economía española?" (15 de octubre de 2014). Disponible en: <http://www.libremercado.com/2014-10-15/es-la-tauromaquia-un-reflejo-de-la-economia-espanola-1276530790>.
[2] Ministerio de Cultura, *Estadística de Asuntos Taurinos*. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/asuntos-taurinos/resultados-asuntos-taurinos.html>.
[3] Ministerio de Cultura, *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España*. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/encuesta-de-habitos/resultados-habitos.html>.
[4] Los datos expuestos recogen los estudios económico-financieros elaborados por las Administraciones propietarias de los tres cosos analizados. En el caso de Las Ventas, se trata de cifras para 2015 que fueron empleadas para elaborar el pliego de gestión del periodo 2017-2021. Las cifras para La Malagueta y La Chata se corresponden al año 2019 y han sido empleadas como base en el marco de los procesos de adjudicación que se resolverán en 2020. La información mercantil necesaria para dichos estudios fue facilitada por las empresas gestoras de las tres plazas: *Taurodelta* (Antonio Martínez Uranga, Manuel Martínez Erice, en UTE con Antonio Matilla), *Toros del Mediterráneo* (José Carlos Escribano y José Luis Martín Lorca) y *UTE Taurino Manchega* (Pablo y Luis Manuel Lozano, Manuel Caballero y Manuel Amador), respectivamente.
[5] Los datos para el Real Madrid corresponden al Informe Anual de la entidad para la temporada 2014-2015.
[6] Tales convenios aparecen recogidos, como corresponde, en los presupuestos autonómicos y municipales, así como en el informe anual de IFEMA. Además, se han publicado numerosos artículos en prensa dedicados a desglosar estas partidas de gasto. Por ejemplo, ver: El País, "La Copa Davis de Piqué en Madrid: 24 millones de euros de dinero público" (26 de marzo de 2019). Disponible: <http://elpais.com/ccaa/2019/03/25/madrid/1553536591_041096.html>.
[7] De nuevo, los convenios suscritos por la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid con la promotora del *Mad Cool* pueden consultarse en los presupuestos de ambas Administraciones. En paralelo, hay numerosas informaciones sobre esta cuestión en la prensa generalista. Por ejemplo, ver: El Mundo, "Mad Cool pide a Ayuntamiento y Comunidad de Madrid una

subvención de 16 millones de euros" (10 de febrero de 2020). Disponible: <http://www.elmundo.es/papel/cultura/2020/02/10/5e405574fc6c83f43e8b45d0.html>.

[8] El grueso de la financiación pública del Teatro Real y el Teatro de la Zarzuela se incluye en los Presupuestos Generales del Estado, concretamente en las partidas del ministerio de Cultura. Al igual que sucede con la Copa Davis o el *Mad Cool*, se han publicado numerosas informaciones en prensa generalista referidas a la financiación pública de estos espacios culturales. Por ejemplo, ver: El Independiente, "Teatro Real y la Zarzuela: una fusión, dos modelos de gestión" (11 de marzo de 2018). Disponible: <http://www.elindependiente.com/tendencias/2018/03/11/el-coliseo-madrileno-se-queda-con-la-zarzuela-mediante-un-real-decreto>.

[9] ANOET, *Análisis Socioeconómico de la Fiesta* (2013).

[10] La Economía del Toro, "En más de 50 ocasiones, la UE ha explicado que no subvenciona la tauromaquia y que jamás actuará contra la misma" (22 de octubre de 2014). Disponible en: <http://laeconomiadeltoro.wordpress.com/2014/10/22/en-mas-de-50-ocasiones-la-ue-ha-explicado-que-no-subvenciona-la-tauromaquia-y-que-jamas-actuara-contra-la-misma-por-ser-una-tradicion-cultural>.

[11] Disponible en: <http://laeconomiadeltoro.wordpress.com/2017/01/17/las-diputaciones-dedican-menos-del-03-de-sus-presupuestos-a-asuntos-taurinos>.

[12] El portal *Gobierto*, especializado en ofrecer datos presupuestarios de los municipios españoles, recopila 449 millones de euros dedicados anualmente a fiestas populares y festejos varios, lo que supone un promedio de más de 50.000 euros de gasto anual por consistorio. En la actualidad, la actividad taurina tiene presencia en unos 1.200 municipios (cantidad aproximada de festejos celebrados en el circuito menor). Asumiendo que dichos festejos movilizan uno de cada cuatro euros dedicados a la programación festiva, encontramos que los gastos municipales dedicados a tauromaquia ascenderían a 15 millones de euros, es decir, el 3,3% del presupuesto local para fiestas populares y festejos varios.

[13] Ignacio Lloret, *El toreo. El arte olvidado* (2011).

[14] Para los datos relativos a la aportación fiscal del sector, ver: La Economía del Toro, "El IVA derivado de la gestión de las plazas de toros ascendió a 139,3 millones de euros en 2014" (agosto de 2015). Disponible en: <http://laeconomiadeltoro.wordpress.com/2015/08/06/el-iva-derivado-de-la-gestion-de-las-plazas-de-toros-ascendio-a-1393-millones-de-euros-en-2014>. Esta cifra abarca la venta de entradas (45 millones de euros), pero también otros conceptos gravados al IVA general. Para las cifras de la evolución de festejos taurinos, ver: Ministerio de Cultura, *Estadística de Asuntos Taurinos* (2007-2016).

[15] Los datos para La Liga de Fútbol son de *GoEuro*. Ver: <http://www.elmundo.es/economia/2015/09/29/5604367e268e3eb3738b45d1.html> . Las cifras para los museos pertenecen a un estudio de ABC centrado en las principales pinacotecas de nuestro país. Ver: <http://www.abc.es/cultura/arte/abci-cuanto-cuesta-y-cuando-gratis-entrada-cinco-grandes-museos-espana-201709051307_noticia.html>. El resto de datos fueron calculadas a partir del Anuario SGAE 2019, que recoge los datos correspondientes a 2018..

[16] Para una estimación del precio medio de los festivales musicales más populares de España, ver: <http://elpais.com/cultura/2018/04/17/miss_festivales/1523980800_445188.html>.