

El negocio de la tauromaquia

La tauromaquia es, a día de hoy, un negocio que mueve mucho dinero. Ganaderos, toreros, organizadores de corridas, pero también bares, fabricantes de utensilios, talleres de sastrería, vendedores de souvenir, hostales y hoteles, etc., obtienen beneficios económicos de esta actividad. Este hecho debe ser, como mínimo, conocido aunque de por sí no justifique nada. En las siguientes líneas intentaremos acercarnos al aspecto económico de la tauromaquia.

Funcionamiento. Cómo se monta una corrida.

Para montar una corrida hacen falta toreros, toros, una plaza y un empresario dispuesto a organizarlo todo.

Los diez toreros más reputados pueden ganar entre 120.000 y 240.000 euros por una corrida en una plaza de primera. Los aspirantes a primera línea llegan a entre 2.000 y 3.000 euros por una corrida en una feria de un pueblo grande. Los subalternos cobran en ese caso unos 500 euros.

Con los toros pasa un poco lo mismo. Más adelante entraremos más a fondo en la economía de los ganaderos, pero también se ve la gran diferencia entre las pocas ganaderías de renombre y el resto. Una ganadería de primera cobra por un toro sin defectos una media de 5.000 y 6.000 euros, aunque las más afamadas pueden llegar a duplicar o triplicar ese precio con facilidad en una plaza de primera. Las demás ganaderías cobran prácticamente la mitad que las anteriores y mucho menos cuando se trata de vender toros para capeas de pueblos, novilladas o para que los toreros entrenen. Los gastos de montar una corrida en un pueblo oscilan entre los 50.000 y 60.000 euros. Los ayuntamientos suelen ofrecer una subvención de 20.000 euros, para que las entradas no pasen de los 20 euros. Teniendo en cuenta que las plazas no se llenan, los ingresos por entradas no superan los 30.000 euros (a todo esto habría que sumar los derechos de retransmisión televisiva, en caso de haberla). Nos encontramos ante un negocio poco rentable, que depende totalmente de las subvenciones públicas y en el que unas pocas figuras del toreo y ganaderías de renombre mueven las grandes sumas.

Ganaderías. Los toros, costes y márgenes.

Como ya hemos dicho, el precio de venta de un toro dependerá en gran medida de su ganadería de procedencia. Influirán otros factores, como su edad, el tipo, el trapío, los fallos, etc., pero eso variará dentro de unos márgenes determinados por su ganadería (el hierro, que dicen los taurinos). Criar a un toro tres o cuatro años tiene un coste de unos 1.000 euros al año (incluye el coste de vaqueros, veterinarios, comida, caballos, mantenimiento de instalaciones, transportes, etc.). Teniendo en cuenta los precios a los que luego se venden, muchos ganaderos se mueven en unos márgenes bastante inestables, dependiendo de poder vender a buen precio los mejores toros para tratar de compensar las rebajas que tienen que hacer para vender los demás.

De los 1.350 millones de euros que mueve la tauromaquia, sólo 60 llegan a manos de los ganaderos.

Las grandes cifras

En España hay unos 1.200 ganaderos de toros de lidia, que crían al año unos 37.000 toros para ser lidiados en más de 3.300 plazas (fijas y eventuales). Es un negocio estimado en unos 2.500 millones de euros anuales, del que se mantienen unas 1.500 familias. De esa cantidad, unos 1.350 millones de euros proceden de la actividad directa relacionada con el toreo (entradas, toros, derechos de imagen, carne, etc.) y el resto proceden de la actividad adicional: bares, transporte, taxidermia, etc. El 70 por ciento de los municipios de España celebran cada año un total de 17.000 festejos taurinos de todo tipo. Aún así, el negocio es deficitario en la mitad de las plazas.

La temporada 2009 se cerró con más de 4.000 toros sobrantes en las dehesas. Los recortes en los presupuestos debidos a la crisis afectan duramente a un negocio que depende de las subvenciones para mantenerse. En 2009 se celebraron 434 festejos mayores menos que en 2008 (una caída del 23 por ciento), lo que supone que 2.604 reses se han quedado sin lidiar en las fincas y que, unidas a las 1.782 sobrantes de 2008, suman un excedente total de 4.386 toros para 2010.

Subvenciones

Como ya hemos dicho, sin subvenciones, la tauromaquia sería una actividad totalmente marginal, sólo al alcance de aquellos que pueden permitirse perder el dinero con tal de ver una corrida de toros. Pero, ¿de cuánto dinero estamos hablando? Se estima que la cantidad que las administraciones públicas dedican a fomentar la tauromaquia supera los 560 millones de euros anuales (construir un hospital de 40 camas ronda los 15 millones de euros).

Miles de entradas son adquiridas por los organismos públicos y regaladas a asociaciones, partidos políticos y particularidades, con lo que los datos de ingresos por venta de entradas quedan falseados.

En 2006, la Comunidad de Madrid destinó casi 500.000 euros sólo a la promoción de actividades taurinas en los ayuntamientos, y otros 110.000 euros a asociaciones taurinas. La Junta de Andalucía subvencionó con 300.000 euros a las asociación andaluza de escuelas de tauromaquia “Pedro Romero”. El Gobierno de La Rioja concedió a la Asociación Juvenil Peña Los Taurinos de Aguilar 5.900 euros para la reparación de su local (en la misma partida presupuestaria, Cruz Roja Juventud de Arrendó, recibió 3.300 euros).

El Ayuntamiento de Oviedo gastó 60.000 euros en comprar entradas para regalar de la corrida del 19 de mayo de 2007, y cedió la plaza y la banda de música sin cargos para el empresario.

En 2008, la Junta de Andalucía subvencionó a las Escuelas de Tauromaquia y a la Fundación Andaluza de Tauromaquia con un total 401.700 euros.

Cuando ese ritmo de desembolso de dinero público no se puede mantener, ocurre lo que ha ocurrido: descenso de un 23 por ciento de los festejos taurinos.

Los empresarios

Estando como está el panorama económico, es normal que los empresarios piensen cómo salir del atolladero. Tras el fracaso de la Confederación de Asociaciones de Profesionales Taurinos y la Feria Mundial del Toro (que se celebraba anualmente y pasará a celebrarse bienalmente debido a las grandes pérdidas económicas que genera), la baza que están intentando lanzar es la Mesa del Toro. Pues bien, tras la presentación de los objetivos y proyectos de la Mesa del Toro para el 2010, tampoco parece que el sector se haya unificado por el bien común. Las diferencias tan marcadas que hay entre los empresarios de primera línea y el resto hacen que a veces se llegue al cruce de acusaciones públicas. De todos modos, la intención y la necesidad de organizarse para intentar evitar que el negocio se hunda es reconocida por todas las organizaciones empresariales taurinas.