

APROXIMACIÓN AL PROBLEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE DE RESES DE LIDIA

Caballero de la Calle, J.R.; Rodríguez, L.E.; Ruiz, T.

EUITA Ciudad Real. Departamento de Ciencia y Tecnología Agroforestal. UCLM
Rda. de Calatrava, 5. Ciudad Real 13071
Tfn.: 926-295478. FAX: 926-295351
E.mail: JoseRamon.Caballero@uclm.es

RESUMEN

El ganado vacuno de lidia contribuye al desarrollo y mantenimiento del modelo de la dehesa. Además la producción no incrementa los tradicionales excedentes de carne de la especie y aporta riqueza en el medio donde se desarrolla.

Los altos costes, el bajo precio y la poca demanda que tiene la carne de lidia, hace que sea poco rentable la comercialización, y que una situación imprevista como la E.E.B., no ha hecho más que descubrir, y perjudicar una realidad, que ya estaba muy mermada por las condiciones del mercado.

Se hace una visión de la realidad económica (gastos de carniceros, destrucción de M.E.R., sala de tratamiento y transporte de canales) que provocan las nuevas medidas legales de la comercialización de este tipo de carne, y analizar para qué casos es más desfavorable, viendo los datos del mercado, así como estudiar las posibles soluciones, valorando el producto según los parámetros de calidad y moda que exige el mercado actual.

Los costes que tiene la comercialización de la carne de lidia, y su bajo precio de mercado, resulta un gasto adicional para el empresario. Este gasto, que puede suponer 1.800–2.400 euros por festejo, es más significativo para los festejos menores.

La carne de lidia, a pesar de las malas condiciones de sacrificio y de ser una carne fatigada, tiene un potencial sin aprovechar, al contrario que hacen otras carnes similares como la de caza, y este potencial son las cualidades que le confieren sus condiciones de cría natural, unidas a la orientación que toma el mercado Europeo, buscando productos ecológicos que respeten el medio ambiente, y que tengan cualidades saludables, además de buscar sistemas de rentabilidad para el medio rural. La destrucción de la carne, además de ser una solución poco ortodoxa por la mala imagen social, es renunciar a la creación de riqueza y puestos de trabajo.

APROXIMACIÓN AL PROBLEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE DE RESES DE LIDIA

Caballero de la Calle, J.R.; Rodríguez, L.E.; Ruiz, T.

EUITA Ciudad Real. Departamento de Ciencia y Tecnología Agroforestal. UCLM
Rda. de Calatrava, 5. Ciudad Real 13071
Tfn.: 926-295478. FAX: 926-295351
E.mail: JoseRamon.Caballero@uclm.es

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

La carne de vacuno de lidia cumple unas condiciones de calidad que se ajustan a las directrices principales de las políticas ganaderas de la Unión Europea, ya que esta raza contribuye al desarrollo y mantenimiento del modelo de la dehesa, respetando el medio ambiente. Además la producción no incrementa demasiado los tradicionales excedentes de carne de vacuno. Y finalmente aporta riqueza en el medio donde se desarrolla (mano de obra, promoción del turismo, mantenimiento de la cultura...).

La comercialización de la carne del toro de lidia, tiene como *handicap*, que este animal no se cría para producir carne, lo que provoca que no tenga una adecuada estructura para este fin. Esta carne se caracteriza por tener una demanda muy estacional (consumo tradicional en la propia localidad donde se celebra) y en zonas muy concretas (Costa de Levante y Zona Centro). Algunos mercados extranjeros como Portugal y Este de Europa también son importantes.

La Normativa de 1935, que exigía que la comercialización de carne de lidia se realizara en fresco, se ha mantenido hasta hoy, ha perjudicado al producto. La utilización de la congelación como arma para mejorar la comercialización dará mayor dinamismo al sector. Consideramos que adentrarnos en este problema, es analizar y describir un aspecto poco conocido en general, pero tanto más cuando se trata de justificar mediante datos económicos la repercusión que tiene en la Fie sta.

Se pretende profundizar en la realidad económica que provocan las nuevas medidas legales de la comercialización de este tipo de carne, y analizar para qué casos es más desfavorable, viendo los datos del mercado, así como estudiar las posibles soluciones, valorando el producto en su justa medida y según los parámetros de calidad y moda que exige el mercado actual.

Finalmente, se sacaran unas conclusiones viendo la situación real tanto de la carne de lidia, como de la demanda del mercado actual Europeo, valorando la situación mediante un análisis de sensibilidad (D.A.F.O.), todos los parámetros económicos actuales y futuros.

2. PRODUCCIÓN DE CARNE DE LIDIA

Los últimos datos oficiales nos indican que en la temporada 2001 se lidiaron un total de 1.905 festejos en España, entre corridas de toros, novilladas y rejones además de unos 800 festejos populares. Eso teniendo en cuenta que en esta temporada, a consecuencia de la crisis de las vacas locas, se celebraron menos festejos que en otras temporadas, sobre todo populares. Todo esto traducido a número de reses se reparte en 4.806 toros, 3.843 novillos y 2.104 reses de rejones, en total 10.753 reses. Si le añadimos unas 3.200 reses de festejos populares (media de cuatro reses por festejo), hace un total de 13.953 animales lidiados.

Cuadro 1: Kilos de carne por tipo de festejo

Tipo de Festejo	Mínimo Kg.	Máximo Kg.
Corrida de toros	1.700	1.800
Novilladas	1.400	1.500
Novilladas sin picar y resto	1.000	1.100

Nos queda una fracción muy importante de carne (la de mas calidad por sus condiciones de sacrificio), que es la procedente de animales de deshecho. Esta parte puede considerarse hasta el 10% de la cabaña. Si consideramos que la cabaña española de lidia, en la temporada 2001, la componían 160.000 reses tenemos unas 3.500 t. de carne, sumándole la carne procedentes de festejos (Cuadro 1), hace un total de unas 7.000 t/año. Esta cantidad no significa mas que 1% de la carne de vacuno total producida por España, y tiene un valor en torno a 10 millones de euros.

3. COSTES EN LA COMERCIALIZACIÓN

La situación actual ha cambiado notablemente respecto a temporadas anteriores, puesto que las normas establecidas para el consumo de la carne, ha modificado los costes en la comercialización de la carne de toro de lidia. En la temporada 2001, la falta de infraestructura y situación de riesgo, obligaron a tomar la decisión de destruir todas las reses lidiadas, con sus lógicas consecuencias socioeconómicas. Sin embargo las ayudas programadas por la administración paliaron bastante el problema.

El empresario, tiene dos opciones posibles; una es renunciar a la comercialización de la carne, y destruir directamente la res, llevándola a una sala incineradora, y la otra opción es comercializar la carne, ajustándose a las normas actuales.

Centrándonos en la comercialización, vemos en el cuadro 2 los costes que se originan por animal. El primer gasto es el de los carniceros que se ocupan del faenado en el desolladero, y cobran por animal, de tal manera que si en el festejo hay algún sobrero, cobrarán esa cantidad más por cada animal que trabajen. Al igual que sí el festejo se suspende por alguna circunstancia solo cobrarán por los animales sacrificados hasta ese momento.

Otro gasto, es el de los veterinarios, que cobran una cantidad fija estipulada, de 721,7euros para los festejos mayores, y 360,6 euros para los festejos menores, además de 180,3 euros más si la carne se comercializa, pero esta cantidad en concepto de reconocimiento de carne, elaboración de certificados y aplicación de marchamos, solo es en determinadas comunidades autónomas.

La destrucción de los M.E.R. es el hecho que mas ha incrementado la comercialización de la carne de lidia, y no solo por el propio coste que conlleva su destrucción, sino porque la Normativa exige que estos materiales tengan una separación física de las canales, lo que obliga a disponer de otro vehículo de transporte para ellos, doblando los costes. Estos se calculan en unos 0,6 euros/Km. Lo normal, es que el porte salga por 72,12 euros.

El transporte, es el coste que más incrementa el total, y a la vez es el más variable, puesto que la distancia entre el lugar del festejo, y el de la sala de tratamiento o la incineradora es muy variable, y esta distancia hace que la rentabilidad varíe en unos casos a favor del carnicero y en otras en contra, y así el empresario debe ponerle dinero adicional variable entre 0,18-0,42 euros/Kg.

El coste de la incineración varía según el sitio, y se puede calcular por Kg. de carne, variando el precio entre 0,12 – 0,42 euros/kg. , (Más 16% de I.V.A.), y siendo la incineradora de Madrid, la que tiene las tarifas mas caras. Normalmente, el precio es fijo, y varía desde los 35 euros a los 100 euros. El peso medio que suelen tener los M.E.R., es de 6 Kg./res, sin contar la cabeza. Como calculo estándar, se puede considerar que en una corrida, la destrucción de los M.E.R., sale por unos 240,4 euros incluyendo los portes.

Los costes de la sala de tratamiento a la que irán las canales, también se suelen calcular según los kilogramos de carne, siendo por ejemplo, de 0,3 euros/kg. en la sala de Hornachuelos (Córdoba), aunque en otras salas como la de Carnes Gómez en Agudo (Ciudad Real), tienen un precio estipulado por canal de 60 euros, independientemente de su peso. En determinadas comunidades las salas de tratamiento de carnes, tienen que pagar unas tasas de 24,04 euros por temporada, a la Administración.

Si el empresario tomara la decisión de no comercializar la carne, tendría que destruir las reses, con unos costes entre 150 y 180 euros (mas 16% de I.V.A.), añadiéndole los portes, que en esta ocasión, al no tratarse de camiones con frío, serian algo más baratos. Además se ahorrarían los gastos referentes a

carniceros, transporte de M.E.R, sala de tratamiento y honorarios adicionales de los veterinarios por comercialización, si estos existieran en esa comunidad. (Cuadro 3)

Cuadro 2: Análisis económico en la comercialización de carne de lidia (Costes por toro y sin IVA)

COSTES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE 2002 (Euros)		
	Máximo	Mínimo
Carniceros	51,09	30,05
Veterinario *	120,20	60,10
Veterinario con Comercialización	30,05	30,05
Dstrucción de M.E.R.**	72,16	35,16
Sala de tratamiento	81,14	39,07
Transporte	40,07	20,00
Tasas de Sala de tratamiento	24,04	24,04
TOTAL	418,51	238,32
** Con Portes *En servicio		
INGRESOS		
	Máximo	Mínimo
Venta carne	325,00	153,60
DIFERENCIAS INGRESOS - GASTOS		
	Máximo	Mínimo
Resultado negativo	-93,51	-84,72

Cuadro 3: Análisis económico en la destrucción de la carne de lidia

COSTES DE INCINERAR LA CARNE (Euros)		
	Máximo	Mínimo
Carniceros		
Veterinario	120,02	60,10
Incineración de reses **	244,40	150,25
Transporte	40,07	20,00
Tasas de Sala de tratamiento		
TOTAL	404,27	230,00
INGRESOS		
	Máximo	Mínimo
Sin ingresos		
DIFERENCIAS INGRESOS - GASTOS		
	Máximo	Mínimo
Resultado negativo	-404,27	-230,00

El precio tan bajo que tiene la carne de lidia, no ayuda en absoluto a mejorar la situación, puesto que con precios que rondan los 1,2–1,32 euros/Kg., es muy difícil que la comercialización sea rentable, por lo que el empresario, además del valor de la carne, debe añadirle otros 0,18 ó 0,42 euros/Kg., para que la carne pueda ser comercializada.

Se dan ciertas circunstancias que hacen que los costes se rentabilicen un poco mejor, y estas son cuando se dan varios festejos en una misma localidad o cercanos, entonces los portes se pueden aprovechar y repartir. En ocasiones, cuando en el festejo se devuelven los animales para sacrificarlos en los corrales, como en charlotadas o espectáculos cómicos, se dejan los animales sinsacrificar hasta el día siguiente, si hubiera otro festejo, para así agrupar mas reses y reducir gastos de transporte. De igual manera, que en el caso de haber sobreros, para los carniceros y persona que compra la carne es más rentable, puesto que obtiene mas

kilos con los mismos gastos. Sin embargo para el empresario, es mucho más costoso, ya que el coste adicional que tiene un toro de mas, no lo compensa la venta de la carne.

4. CONCLUSIONES

- Los costes que tiene la comercialización de la carne de lidia, y su bajo precio de mercado, resulta un gasto adicional para el empresario. Este gasto, que puede suponer 1.800–2.400 euros por festejo, es más significativo para los festejos menores.
- Una pregunta muy razonable que nos podemos hacer, es **¿por qué se comercializa la carne si supone un gasto ?** La respuesta es complicada como complicado es el mundo de los toros. La lógica que puede tener la comercialización, es que para ciertos sectores como los carniceros o salas de tratamiento, si supone un ingreso, aunque no sea todo lo rentable que era antes, además para el empresario, sobretodo de festejos menores, mas preocupado en las cuestiones relativas a la fiesta, estos costes los acaban soportando los ayuntamientos con ayudas muy variables.
- La destrucción de la carne, además de ser una solución poco ortodoxa por la mala imagen social, es renunciar a la creación de riqueza y puestos de trabajo, que con otra situación más favorable, se pueden dar. Además, estamos hablando de una carne de calidad que pueden tener su lugar en el mercado actual, que demanda carnes ecológicas, saludables para la salud y seguras.
- Para poder entender mejor estas conclusiones y ver las expectativas futuras, se puede realizar un análisis de sensibilidad (D.A.F.O.) (Cuadro 4)

Tabla nº 15: “Resultado análisis D.A.F.O.”

<p>DEBILIDADES</p> <p>Carne Desprestigiada Poca Demanda Bajo Precio Malas Condiciones de Sacrificio Carne Fatigada Poca Infraestructura Demanda de Carne Blanca</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Ley que eleva los costes de Comercialización Poca Organización del Mercado Intereses Enfrentados Pocas Alternativas</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>Carne de Calidad Carne Segura Crianza Natural Coste de Producción Barato</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Tendencia de Mercado Orientación Europea Animales de Deshecho Sostenimiento Rural</p>

La carne de lidia, a pesar de las malas condiciones de sacrificio y de ser una carne fatigada, tiene un potencial sin aprovechar, al contrario que hacen otras carnes similares como la de caza, y este potencial son las cualidades que le confieren sus condiciones de cría natural, unidas a la orientación que toma el mercado Europeo, buscando productos ecológicos que respeten el medio ambiente, y que tengan cualidades saludables, además de buscar sistemas de rentabilidad para el medio rural.

Los altos costes, el bajo precio y la poca demanda que tiene la carne de lidia, hace que sea poco rentable la comercialización, y que una situación imprevista como la E.E.B., no ha hecho mas que descubrir, y perjudicar una realidad, que ya estaba muy mermada por las condiciones del mercado.

Por eso, una buena política de imagen y gestión de la carne de lidia, llevada por las diferentes asociaciones de ganaderos, y empresarios, apoyados por el Gobierno, para crear una Marca diferenciada que de a conocer no solo las cualidades de la carne, sino también las condiciones de cría del toro bravo, harían

aumentar la demanda y mejorar el precio, y así aumentar la rentabilidad de la carne, que aunque no sea el objetivo final, si sería un incentivo tanto social como económico, para la Fiesta Nacional.

6. BIBLIOGRAFÍA

- B.O.E. (núm. 271, 12/11/97). Real Decreto 1649/1997, de 31 de Octubre, por el que se regulan las instalaciones sanitarias y los servicios médico–quirúrgicos en los espectáculos taurinos.
- B.O.E. (núm. 156, 30/6/01). Orden de 29 de Junio de 2001 por la que se prohíbe cautelarmente la comercialización de las carnes de toros de lidia procedentes de espectáculos taurinos.
- B.O.E. (núm. 190, 9/8/01). Orden de 8 de Agosto de 2001 por la que se instrumentan medidas complementarias de apoyo en relación con la encefalopatía espongiiforme bovina.
- B.O.E. (núm. 192, 11/8/01). Corrección de errores de la Orden de 8 de Agosto de 2001 por la que se instrumentan medidas complementarias de apoyo en relación con la encefalopatía espongiiforme bovina.
- B.O.E. (núm. 64, 15/3/02). Real Decreto 260/2002, de 8 de Marzo, por el que se fijan las condiciones sanitarias aplicables a la producción y comercialización de carne de reses de lidia.
- Buxadé, C. (coord.). (1996) “Zootecnia: Bases de la Producción Animal”, Tomo XI. ”Producciones Equinas y del Toro de Lidia”. Ed. Mundi Prensa.
- Caballero de la Calle, J. R. (1998) “ Costes de producción en carnes de añojo” en “ Vacuno de carne: aspectos claves”. Coordinador C. Buxadé , C. Ed. Mundi Prensa.
- Camuñas Carrero, F. (2000) “ Reglamentación Taurina “. Ed. Doce Calles.
- Cossío, J. M. (1995) “ Los Toros”. Ed. Espasa.
- Daza, A. (1998) “Sistemas de Producción de Vacuno de Carne en zonas de Dehesa” en “Vacuno de Carne: Aspectos Clave”. Coordinador Buxadé, C. Ed. Mundi Prensa.
- Diggins, R. V. Bundy, C. E. (1974) “Producción de carne bovina”. Ed. Cecsa.
- Domecq y Díez, A. (1995) “El Toro Bravo“. Ed. Espasa.
- Fernández, T. R. (1987) “Reglamento de las corridas de toros”. Ed. Planeta.
- Lucía Hernández, M. (1992) “Comentarios al nuevo Reglamento Taurino”.
- Purroy, A. (1998) “ Producción de ganado vacuno de Lidia”. Ed. Mundi Prensa.
- Purroy, A. y Buxadé, C. (1999) “ I Jornadas sobre ganado de Lidia”. Ed. Mundi Prensa.
- Purroy, A. y Buxadé, C. (2001) “ II Jornadas sobre ganado de Lidia”. Ed. Mundi Pr

Estimado Sr.:

Adjunto le envío la comunicación titulada “Aproximación al problema de la comercialización de la carne de reses de lidia” para su posible inclusión en el IV Congreso Mundial Taurino de Veterinaria de Salamanca.

En espera de sus noticias le envío un cordial saludo.

Fdo.: José Ramón Caballero de la Calle