La crisis taurina lleva al matadero a la ganadería de lidia

Noticias

El número de festejos taurinos se ha reducido en torno a un 40% desde 2007, con la consecuente contracción de la demanda de ganado bravo, lo que ha agudizado la situación de crisis de los ganaderos.

La caída del número de festejos taurinos ha provocado, entre otros efectos económicos, una **sobreoferta en la cabaña de toros de lidia**, que los ganaderos, ante esta situación del mercado, envían directamente al matadero como mal menor para obtener algún ingreso con la venta de su carne.

El número de festejos se ha reducido en torno a un 40 % desde 2007, con la consecuente contracción de la demanda de ganado bravo, lo que ha agudizado la situación de crisis de los ganaderos, inmersos en una coyuntura de falta de rentabilidad por el incremento de los costes de producción.

El presidente de la Mesa del Toro y de la Unión de Criadores de Toros de Lidia, Carlos Núñez, afirma que muchos ganaderos se ven ahora obligados a dar salida a sus animales en las fiestas populares (no profesionales) o para producción cárnica, con la consiguiente pérdida económica.

Los costes de producción de un toro para lidia se sitúan entre los 4.000 y los 5.000 euros, pero si el destino final de la res es el matadero en vez de la plaza, el precio percibido se sitúa en torno a los 500 euros, un 10 % de su valor.

Ante esta situación, el sector ganadero se ve abocado a autorregularse para adaptar su oferta a la demanda; es decir, si en España hay actualmente cerca de 250.000 cabezas de ganado bravo, este número se verá reducido de forma forzosa en los próximos años si no cambia la actual situación del mercado.

Nuria Aguirre, propietaria de una pequeña ganadería del mismo nombre radicada en Madrid, reconoce esta necesidad de ajustar la cabaña ante el precio "amoral" que reciben los ganaderos, quienes malvenden sus reses para no hacer frente a su alimentación.

Según Aguirre, la situación es casi insostenible, con **muchos ganaderos que perciben menos de un euro por cada kilo de toro entregado en matadero** y empresarios taurinos que incluso pierden dinero por la recogida de la carne en las plazas.

Octavio Gonzalo, gerente de Dehesa Grande, la mayor cooperativa de vacuno de Salamanca, con matadero propio, detalla que esta carne se comercializa igual que cualquier otra, sobre todo, a través de la industria del producto elaborado.

Salvo casos esporádicos, explica Gonzalo, su destino son industrias transformadoras que quieren "carne barata", estamentos públicos, fabricantes de preparados como pizzas o paellas que utilizan carne de vacuno en sus platos o cadenas de comida rápida.

En el caso de la venta al consumidor, la preferencia del cliente es práctica y exclusivamente la carne que ha pasado por el albero de las plazas, como señala Manuel Calzado, gerente de la Carnicería Manolo, un establecimiento pacense especializado en ganado bravo y que llega a comercializar hasta 100 kilos en un buen día de Feria.

"Es más barata que la de vacuno, una media de 7 euros el kilo, pero tiene mucho sabor; con tomate, estofada, en albóndigas... Habiendo de esta carne yo no como otra y quien la prueba repite", asegura Calzado.

Porque **desde el punto de vista gastronómico, esta carne también posee su atractivo**, y restaurantes con esta tradición culinaria como "La Cuna del Bou", en Valencia, van más allá del clásico rabo estofado y completan su carta con platos como carpaccio, solomillos, entrecots, musakas o croquetas elaborados a base de carne de toro.

Mario Martínez, chef y copropietario del restaurante, ha destacado la gran aceptación de estos platos entre la clientela y que incluso le han llegado a comentar la posibilidad de expandir su actividad a través de las apertura de franquicias.

Redacción