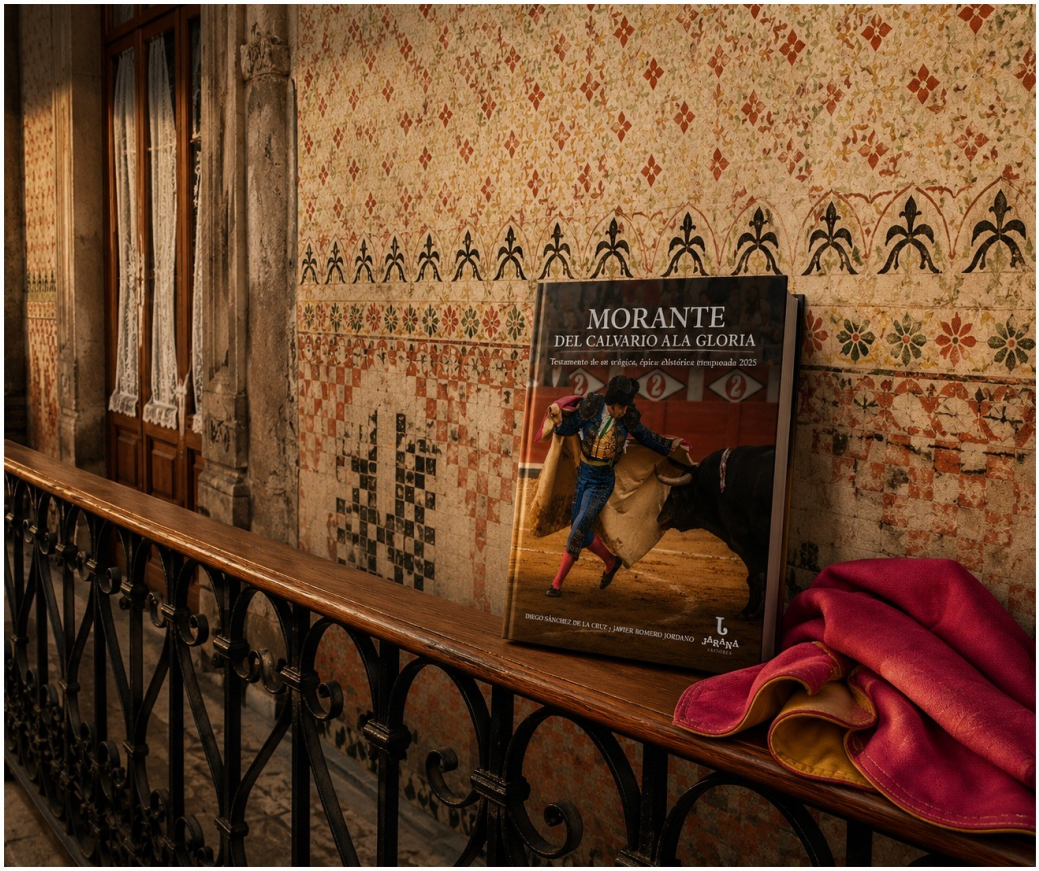
Análisis de público e impacto económico

Morante de la Puebla

Temporada 2025

Cincuenta y una tardes en España, Francia y Portugal



Diego Sánchez de la Cruz

Informe que acompaña la presentación de «Morante, del calvario a la gloria»

Madrid · Mayo de 2026

Principales resultados

51	**524.850**	**97,4%**
Actuaciones	Espectadores	Ocupación media
en España, Francia y Portugal	*público total estimado*	*sobre el aforo total*
204 M€	**93,7 M€**	**1.720**
Impacto económico	Valor añadido bruto	Empleos
en producción	*generado en España*	*equivalentes a jornada completa*

La temporada más concurrida del escalafón actual

Las 51 actuaciones de Morante en plazas de España, Francia y Portugal congregaron a **más de 520.000 espectadores**, con una ocupación media del **97,4%** sobre el aforo total. En el 55% de las tardes no quedó una sola entrada disponible.

37 M€ en taquilla y 91 M€ de gasto turístico asociado

La facturación directa de taquilla se estima en **37,1 millones de euros**. A ella se suman **91,4 millones** de gasto de los espectadores en alojamiento, hostelería, transporte y comercio, impulsado por un público foráneo que supone el 46% de las asistencias.

204 M€ de impacto total y un multiplicador de 5,5

Aplicando la metodología input-output sobre la TIO-2022 del INE, el impacto agregado (directo, indirecto e inducido) asciende a **204 millones de euros** en producción y **93,7 millones** en valor añadido bruto, y sostiene **1.720 empleos**. Cada euro de taquilla genera 5,5 euros de actividad económica total.

I. Presentación

Este informe acompaña la presentación de *Morante, del calvario a la gloria* (Jarana Editores), celebrada en la sede de la CEOE en mayo de 2026. El libro, escrito por Diego Sánchez de la Cruz y Javier Romero Jordano, reconstruye la temporada 2025 de Morante de la Puebla, que su propio subtítulo define como trágica, épica e histórica. Las páginas que siguen abordan esa misma campaña desde otro ángulo: el de los números.

Morante hizo el paseíllo en 51 ocasiones entre el 29 de marzo en Almendralejo y la doble cita del 12 de octubre en Las Ventas, en plazas de España, Francia y Portugal. Más de 520.000 espectadores acudieron a verle, con una ocupación media del 97,4% y el cartel de «no hay billetes» colgado en 28 de esas tardes. Pocas figuras de la cultura española, y ninguna en el escalafón actual, son capaces de llenar recintos de ese tamaño con semejante regularidad.



Presentación de «Morante, del calvario a la gloria» en la sede de la CEOE, Madrid, mayo de 2026. Entre los asistentes, Diego Sánchez de la Cruz y Enrique Cerezo.

Ese poder de convocatoria tiene una traducción económica que merece ser medida. Cada tarde de Morante mueve taquilla, pero también hoteles, restaurantes, bares, comercios y transporte en la ciudad que lo recibe y, a través de ellos, una larga cadena de proveedores. Aplicando la metodología input-output sobre las tablas del INE, este trabajo estima que la temporada 2025 generó un impacto económico total de 204 millones de euros, 93,7 millones de valor añadido bruto y 1.720 empleos equivalentes a jornada completa.

Que la presentación del libro tuviera lugar en la casa de los empresarios españoles no es casual. La tauromaquia es cultura, pero también es empresa: ganaderías, empresas organizadoras, plazas y una amplia red de negocios que viven de ella. Este informe quiere dejar constancia de esa dimensión, a menudo olvidada en el debate público sobre la Fiesta.

II. Resumen ejecutivo

La temporada 2025 de Morante de la Puebla ha registrado 51 actuaciones en plazas de España, Francia y Portugal, con resultados de público excepcionales por su homogeneidad: la ocupación media por corrida alcanzó el 97,0% y en 36 de las 51 tardes superó el 95% del aforo. La demanda ha superado de forma sistemática a la oferta de entradas, lo que sitúa al torero de La Puebla del Río en una posición de figura absoluta del escalafón, sin parangón en el circuito actual.

Tabla 1. *Cifras globales de la temporada 2025.*

Indicador	Valor
Total de actuaciones	51 corridas
Aforo total acumulado (plazas ofertadas)	539.075
Público total estimado	524.850
Media de espectadores por corrida	10.291
Media de aforo por corrida	10.570
Ocupación media sobre el aforo total	97,4%
Ocupación media por corrida	97,0%
Corridas con «no hay billetes»	28 (55%)
Corridas con «lleno» declarado	7
Corridas pendientes de dato de entrada*	3

** Valladolid (17 de mayo), Ávila (31 de mayo) y León (22 de junio). Se han estimado al 85% de ocupación, criterio conservador habida cuenta de la tónica general de la temporada.*

III. Análisis pormenorizado por actuación

La tabla siguiente recoge, para cada actuación, el aforo oficial de la plaza, el público estimado y el porcentaje de ocupación calculado a partir de los criterios descritos en la nota metodológica. Los porcentajes iguales o superiores al 95% aparecen destacados.

Tabla 2. *Público y ocupación por actuación. Temporada 2025.*

Nº	Fecha	Plaza	Aforo	Público	% Ocup.	Entrada
1	29 mar	Almendralejo	4.000	4.000	**100,0%**	No hay billetes
2	30 mar	Castellón	10.500	9.660	92,0%	Casi lleno
3	5 abr	Moralzarzal	6.000	5.520	92,0%	Casi lleno
4	20 abr	Sevilla	12.500	12.500	**100,0%**	No hay billetes
5	1 may	Sevilla	12.500	12.500	**100,0%**	No hay billetes
6	5 may	Sevilla	12.500	12.500	**100,0%**	No hay billetes
7	9 may	Sevilla	12.500	12.500	**100,0%**	No hay billetes
8	17 may	Valladolid	11.500	9.775	85,0%	*Pendiente*
9	18 may	Talavera de la Reina	6.000	6.000	**100,0%**	Lleno
10	23 may	Jerez de la Frontera	9.500	8.740	92,0%	Casi lleno
11	24 may	Jerez de la Frontera	9.500	9.500	**100,0%**	No hay billetes
12	28 may	Madrid	23.000	23.000	**100,0%**	No hay billetes
13	30 may	Cáceres	8.000	8.000	**100,0%**	No hay billetes
14	31 may	Ávila	8.600	7.310	85,0%	*Pendiente*
15	1 jun	Aranjuez	9.000	8.280	92,0%	Casi lleno
16	6 jun	Nîmes	16.300	16.300	**100,0%**	No hay billetes
17	8 jun	Madrid	23.000	23.000	**100,0%**	No hay billetes
18	14 jun	Salamanca	11.800	10.856	92,0%	Casi lleno
19	15 jun	Móstoles	5.000	5.000	**100,0%**	No hay billetes
20	19 jun	Toledo	8.530	8.530	**100,0%**	No hay billetes
21	20 jun	Granada	14.500	14.500	**100,0%**	Lleno
22	22 jun	León	10.000	8.500	85,0%	*Pendiente*
23	23 jun	Alicante	11.300	11.102	**98,2%**	Dato oficial
24	2 jul	Burgos	12.000	12.000	**100,0%**	Lleno
25	6 jul	Estepona	8.000	7.360	92,0%	Casi lleno
26	9 jul	Pamplona	19.720	19.720	**100,0%**	No hay billetes
27	18 jul	La Línea de la Concepción	7.000	6.440	92,0%	Casi lleno
28	19 jul	Nazaré	5.552	5.552	**100,0%**	No hay billetes
29	20 jul	Roquetas de Mar	7.800	7.176	92,0%	Casi lleno
30	23 jul	Santander	11.700	11.700	**100,0%**	No hay billetes

Nº	Fecha	Plaza	Aforo	Público	% Ocup.	Entrada
31	31 jul	Azpeitia	4.000	4.000	**100,0%**	No hay billetes
32	2 ago	Huelva	7.127	7.127	**100,0%**	No hay billetes
33	3 ago	El Puerto de Santa María	12.186	12.186	**100,0%**	No hay billetes
34	7 ago	Palma de Mallorca	14.400	14.400	**100,0%**	Lleno
35	8 ago	Marbella	9.500	9.500	**100,0%**	No hay billetes
36	9 ago	El Puerto de Santa María	12.186	12.186	**100,0%**	No hay billetes
37	10 ago	Pontevedra	7.600	7.600	**100,0%**	Lleno
38	3 sep	Melilla	8.000	7.360	92,0%	Casi lleno
39	6 sep	Aranjuez	9.000	8.280	92,0%	Casi lleno
40	7 sep	Villanueva del Arzobispo	6.000	6.000	**100,0%**	No hay billetes
41	8 sep	Don Benito	5.674	5.674	**100,0%**	No hay billetes
42	9 sep	Navalcarnero	7.500	7.500	**100,0%**	Lleno
43	19 sep	Salamanca	11.800	11.800	**100,0%**	No hay billetes
44	20 sep	Almodóvar del Campo	5.000	5.000	**100,0%**	No hay billetes
45	21 sep	Salamanca	11.800	11.800	**100,0%**	Lleno
46	24 sep	Logroño	11.000	8.800	80,0%	Más de 3/4
47	28 sep	Sevilla	12.500	12.500	**100,0%**	No hay billetes
48	4 oct	Úbeda	5.200	5.200	**100,0%**	No hay billetes
49	5 oct	Zafra	4.800	4.416	92,0%	Casi lleno
50	12 oct	Madrid (Festival matinal)	23.000	23.000	**100,0%**	No hay billetes
51	12 oct	Madrid (Corrida vespertina)	23.000	23.000	**100,0%**	No hay billetes
Total			**539.075**	**524.850**	**97,4%**	

Valor de mercado y poder de convocatoria

Más allá de la cifra agregada, el dato más elocuente es el estructural: el 55% de las actuaciones colgó el cartel de «no hay billetes», en muchos casos con semanas o meses de antelación. Esto tiene implicaciones económicas que van más allá de los ingresos directos:

- Las empresas taurinas que contratan a Morante agotan las entradas antes del día de la corrida, lo que elimina el riesgo de taquilla y reduce los costes de comercialización.
- El agotamiento anticipado genera una demanda insatisfecha que presiona al alza el precio en el mercado secundario y amplifica el valor percibido del cartel.
- La presencia de Morante puede llevar al lleno a plazas de tamaño medio que, sin su concurso, no lo lograrían, lo que actúa como multiplicador del ingreso del resto del cartel.

- El efecto de arrastre sobre la economía local (restaurantes, hoteles y comercios próximos a las plazas) es cuantificable y positivo, especialmente en ferias de ciudades intermedias, donde la corrida es el acontecimiento de referencia de la semana.

Con 51 actuaciones, de las cuales 18 (el 35%) tuvieron lugar en plazas de primer nivel, y una ocupación media del 97,0% por corrida, la temporada 2025 de Morante no tiene parangón cuantitativo en el escalafón contemporáneo. La combinación de volumen de festejos, tamaño medio de las plazas (10.570 localidades de aforo medio) y porcentaje de ocupación sitúa al diestro como la figura de mayor poder de convocatoria de la tauromaquia actual.

IV. Estimación del impacto económico

La cuantificación del impacto económico de la temporada 2025 de Morante de la Puebla se construye aplicando la metodología input-output, instrumento de referencia para evaluar los efectos de las variaciones de demanda sobre el conjunto de una economía. El análisis distingue tres componentes: el impacto directo (ingresos de taquilla generados en las 51 actuaciones), el impacto indirecto (gasto turístico de los asistentes en restauración, alojamiento, transporte y comercio) y el impacto inducido (efectos multiplicadores que ese gasto genera a través de los encadenamientos productivos intersectoriales).

Marco metodológico

La metodología input-output, desarrollada por Wassily Leontief en los años treinta del siglo pasado y reconocida con el Premio Nobel de Economía en 1973, permite rastrear cómo un gasto inicial se propaga a través de los encadenamientos productivos intersectoriales hasta generar un impacto total muy superior al impulso originario. El modelo de cantidades de Leontief queda definido por la ecuación $X = AX + Y$, donde X es el vector de output sectorial, A la matriz de coeficientes técnicos e Y el vector de demanda final. Su solución es $X = [I - A]^{-1} Y$, siendo $B = [I - A]^{-1}$ la inversa de Leontief, cuyos elementos b_{ij} indican el incremento en la producción del sector i necesario para satisfacer un aumento unitario en la demanda final del sector j.

La tabla de referencia empleada es la Tabla Simétrica de Origen y Destino elaborada por el Instituto Nacional de Estadística en su última edición disponible, la TIO-2022, publicada en el marco de la Revisión Estadística 2024. Se utiliza la matriz inversa interior, que excluye el contenido importado de la producción, para circunscribir los efectos estimados a la cadena productiva nacional. Los multiplicadores empleados son los de producción tipo I derivados de la Tabla 7 de la TIO-2022. Los multiplicadores tipo II, que incorporan el sector de los hogares de forma endógena, son sistemáticamente superiores en un 15-25%, por lo que la estimación puede considerarse conservadora.

Para el empleo se utiliza el coeficiente EJC/VAB derivado de la Contabilidad Nacional Trimestral de España (CNT-2024, INE): 16,33 puestos de trabajo equivalentes a jornada completa por millón de euros de valor añadido para el agregado de comercio, transporte y hostelería (CNAE G-I), y 26,56 EJC por millón de euros de VAB para los servicios artísticos y recreativos (CNAE R-T). Estos coeficientes son coherentes con los empleados en estudios de impacto de grandes eventos en España, entre ellos el del Ironman 70.3 Valencia (Ivie, 2025).

El análisis sigue la misma estructura aplicada por el autor en los estudios de impacto de las ferias de Valladolid, Jaén, Valencia e Illescas, así como en la estimación de impacto de la Feria de San Isidro 2026, lo que garantiza la comparabilidad de los resultados y la coherencia del enfoque metodológico.

Impacto directo: ingresos de taquilla

El impacto directo recoge los ingresos de taquilla generados por las 51 actuaciones de la temporada. Para su estimación, las plazas se clasifican en tres niveles según su capacidad y su rango en el escalafón taurino, aplicando un precio medio ponderado diferenciado para cada uno.

Tabla 3. *Ingresos directos de taquilla por nivel de plaza. Temporada 2025.*

Nivel de plaza	Corridas	Público	Precio medio	Taquilla (M€)
Primer nivel[1]	18	274.032	85 €	23,29
Segundo nivel (7.000-12.000 localidades)	22	194.456	60 €	11,67
Tercer nivel (menos de 7.000 localidades)	11	56.362	38 €	2,14
Total / media ponderada	**51**	**524.850**	**71 €**	**37,10**

[1] *Las Ventas (×4), Sevilla (×5), Pamplona, Nîmes, El Puerto de Santa María (×2), Palma, Granada, Burgos y Jerez de la Frontera (×2).*

El precio medio ponderado de 85 euros para las plazas de primer nivel refleja la tarifa efectiva de venta en cosos como Las Ventas, la Real Maestranza de Sevilla o la plaza de Pamplona, donde la demanda de entradas para Morante supera con frecuencia el doble del aforo disponible, lo que presiona al alza el precio en el mercado secundario sin efecto sobre el ingreso directo de taquilla. En las plazas de segundo nivel se aplica un precio medio de 60 euros, conservador para corridas que en todos los casos registraron carteles de «no hay billetes» o «casi lleno». Para las once plazas de tercer nivel, el precio de 38 euros refleja la estructura tarifaria de plazas de menor capacidad y rango.

El ingreso total de taquilla estimado para las 51 actuaciones asciende a 37,1 millones de euros, con un precio medio ponderado de 71 euros por entrada.

Gasto turístico: segmentación del público

El impacto indirecto parte de estimar el gasto que los asistentes realizan más allá de la compra de la entrada: alojamiento, restauración, transporte y comercio en las localidades donde se celebran las corridas. A diferencia de un serial de abono, donde el residente habitual supone una parte estructuralmente elevada del público y su gasto marginal por asistencia es reducido, las actuaciones de Morante distribuidas por el territorio implican una mayor proporción de público desplazado.

La segmentación del público por origen geográfico se establece a partir de la distribución de las plazas por nivel y de la evidencia acumulada en estudios de impacto de ferias taurinas en España. El parámetro clave es que, en plazas de primer nivel con carteles de máxima demanda, el peso del visitante foráneo, nacional e internacional, es sistemáticamente superior al de ferias locales o plazas de menor rango.

Tabla 4. *Hipótesis de segmentación del público por origen y nivel de plaza.*

Nivel de plaza	Local	Nacional	Internacional	Justificación
Primer nivel	45%	40%	15%	*Alta demanda foránea; carteles agotados semanas antes*
Segundo nivel	60%	35%	5%	*Plaza local con atractivo regional*
Tercer nivel	75%	24%	1%	*Predominio del público del entorno inmediato*

La agregación de estas hipótesis sobre los 524.850 espectadores estimados produce una distribución de 282.260 asistencias de público local (53,8%), 191.199 de visitantes nacionales (36,4%) y 51.391 de visitantes internacionales (9,8%). La mayor heterogeneidad de plazas respecto a un serial de abono como San Isidro se refleja en un peso del visitante foráneo de algo más del 46%, si bien en términos absolutos su volumen (más de 242.000 asistencias de público no local) es muy elevado para cualquier acontecimiento cultural.

Gasto por segmento

Para el público local, la unidad de análisis es la asistencia individual. El espectador residente en la localidad de la plaza no incurre en gastos de alojamiento ni de transporte interurbano. El gasto estimado de 30 euros por asistencia incluye restauración en el entorno de la plaza, transporte urbano y consumo en bares y comercios próximos. Este importe es coherente con la estimación del público madrileño de San Isidro (33,75 euros), aunque algo inferior por la menor concentración de tardes: el asistente a una corrida puntual fuera de un serial no extiende necesariamente la noche con la misma frecuencia que el abonado isidril.

Para los visitantes nacionales, la unidad es el viaje por persona. Las 191.199 asistencias se distribuyen entre un número menor de desplazamientos bajo el supuesto de que el aficionado que viaja desde otra ciudad para ver a Morante raramente lo hace para una sola tarde: se asume una media de 1,6 corridas por desplazamiento, lo que arroja 119.500 viajes. El gasto estimado de 380 euros por viaje incluye alojamiento (dos noches a 130-150 euros, según la tarifa media diaria hotelera de las ciudades de destino recogida en la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE), transporte interurbano, restauración y comercio.

Para los visitantes internacionales se asume una media de 1,3 corridas por estancia, lo que convierte las 51.391 asistencias en 39.532 viajes. El gasto estimado de 950 euros por viaje refleja el mayor coste del alojamiento en destinos de primer nivel (Madrid, Sevilla, Pamplona), el transporte aéreo e internacional y el consumo en restauración y comercio de un perfil socioeconómico alto, coherente con el espectador extranjero que se desplaza específicamente para asistir a una corrida de Morante.

Tabla 5. *Gasto turístico total por segmento. Temporada 2025.*

Segmento	Asistencias	Viajes	Gasto unitario	Gasto total (M€)
Público local	282.260	—	30 € / asistencia	8,47
Visitantes nacionales	191.199	119.500	380 € / viaje	45,41
Visitantes internacionales	51.391	39.532	950 € / viaje	37,55
Total	**524.850**		**174 € (media)**	**91,43**

El gasto turístico total estimado asciende a 91,43 millones de euros. El público local, con el 53,8% de las asistencias, genera solo el 9,3% del gasto turístico; los visitantes foráneos, con el 46,2% de las asistencias, producen el 90,7%. Este fuerte desacoplamiento entre peso en asistencias y peso en gasto es el mismo fenómeno descrito en los estudios de impacto de grandes ferias: el residente genera un consumo marginal modesto por visita, mientras que el visitante desplazado concentra en su viaje un conjunto amplio de gastos.

Efectos multiplicadores: imputación sectorial

El vector de gasto turístico se asigna a los sectores de la TIO-2022 antes de aplicar los multiplicadores. El alojamiento, la restauración y los bares quedan agrupados en el sector 36 (CNAE I, servicios de alojamiento y de comidas y bebidas), que absorbe el 70% del gasto total. El transporte se desagrega entre terrestre (sector 31) y aéreo (sector 33). El comercio y otros gastos se asignan al sector 30 (comercio al por menor).

Tabla 6. *Efecto multiplicador por sector. Temporada 2025 (M€).*

Sector TIO-2022	Gasto	Peso	Multiplic.	Impacto total	Inducido
Alojamiento, restauración y bares (S36)	64,00	70,0%	1,7797	113,91	49,91
Transporte terrestre (S31)	10,97	12,0%	2,0230	22,18	11,21
Transporte aéreo (S33)	4,57	5,0%	2,0188	9,23	4,66
Comercio al por menor (S30)	11,89	13,0%	1,8143	21,57	9,68
Total	**91,43**	**100,0%**	**1,825***	**166,89**	**75,46**

** Multiplicador medio ponderado por gasto sectorial. Multiplicadores de la Tabla 7 (matriz inversa interior) de la TIO-2022, INE, Revisión Estadística 2024.*

El multiplicador medio ponderado de 1,825 indica que cada euro de gasto turístico genera 82,5 céntimos adicionales de actividad económica en la cadena productiva española. El sector de alojamiento y restauración concentra el grueso del efecto inducido (49,91 millones de euros), tanto por su elevado multiplicador (1,78) como por representar el 70% del gasto turístico total. El efecto inducido total asciende a 75,46 millones de euros.

Valor añadido bruto y empleo generado

Las ratios de valor añadido sobre producción se extraen directamente de la TIO-2022. El sector de alojamiento y restauración presenta una ratio de 0,49, reflejo de su intensidad en mano de obra, y la ratio media ponderada del conjunto ronda el 0,45. Los coeficientes de empleo (EJC por millón de euros de VAB) se derivan de la Contabilidad Nacional Trimestral de 2024.

Tabla 7. *Impacto económico total, valor añadido y empleo. Temporada 2025.*

Componente	Producción (M€)	VAB (M€)	EJC / M€ VAB	Empleo (EJC)
Directo (taquilla)	37,10	18,55	26,56	493
Indirecto (gasto turístico)	91,43	41,14	16,33	672
Inducido (efecto multiplicador)	75,46	33,96	16,33	555
Total	**204,00**	**93,65**	—	**1.720**

Síntesis de resultados

La agregación de los tres componentes produce un impacto económico total próximo a los 204 millones de euros, equivalente a un valor añadido bruto de 93,7 millones de euros y a 1.720 empleos equivalentes a jornada completa sostenidos durante la temporada.

Directo		Indirecto		Inducido		**Impacto total**
37,1 M€	+	91,4 M€	+	75,5 M€	=	**204,0 M€**

Tabla 8. *Indicadores de síntesis. Temporada 2025.*

Indicador		Valor
Impacto total en producción	204,0 M€	
Impacto total en valor añadido bruto	93,7 M€	
Empleo sostenido (EJC)		1.720
Multiplicador económico global (producción / impacto directo)		5,5x
Impacto por corrida celebrada	4,0 M€	
Impacto por entrada vendida		389 €

El multiplicador global de 5,5 sobre el impacto directo indica que la presencia de Morante en el circuito taurino moviliza algo más de cinco euros de actividad total por cada euro de taquilla. Este valor es coherente con el rango estimado para grandes acontecimientos culturales y deportivos en España: el Ironman 70.3 Valencia (Ivie, 2025) registra un multiplicador de 4,1 y la Feria de San Isidro 2026, uno de 4,15 sobre el impacto directo. El valor algo superior en el caso de Morante se explica por la dispersión territorial de sus actuaciones: a diferencia de un serial de abono concentrado en una sola plaza, las 51 corridas distribuidas por España, Francia y Portugal generan efectos en una mayor diversidad de economías locales, con una menor fuga de gasto hacia el exterior en cada ubicación.

El visitante foráneo, nacional e internacional, genera con el 46% de las asistencias el 91% del gasto turístico. Frente a los 30 euros que gasta el espectador local en su visita a la plaza, el visitante internacional desembolsa una media de 950 euros por viaje, casi 32 veces más. La preservación y ampliación del circuito internacional de Morante, con plazas como Nîmes, Nazaré y, eventualmente, cosos latinoamericanos, es desde esta perspectiva la palanca más eficaz para maximizar el retorno económico de su temporada.

Nota sobre la incertidumbre del modelo

El parámetro de mayor incertidumbre del modelo es la distribución del público por origen geográfico en cada nivel de plaza. Al no existir encuestas sistemáticas de procedencia en las plazas de la temporada, las hipótesis adoptadas (45/40/15 para el primer nivel, 60/35/5 para el segundo y 75/24/1 para el tercero) son supuestos de trabajo razonables basados en la evidencia acumulada en estudios de impacto de ferias taurinas en España, pero no disponen de soporte empírico directo para cada plaza.

Un análisis de sensibilidad indica que elevar el peso de los visitantes foráneos en un 5% en todas las categorías incrementa el gasto turístico total en torno a un 8-10%, lo que llevaría el impacto total a unos 218-220 millones de euros. En el escenario más conservador, con un peso de los foráneos un 5% inferior en todas las categorías, el impacto total se sitúa en el entorno de los 190 millones. El resultado central de 204 millones puede considerarse, por tanto, una estimación de punto medio dentro de un rango de 190-220 millones de euros.

El modelo no incluye los derechos televisivos generados por las corridas, los ingresos por patrocinio de las empresas que contratan a Morante ni el valor económico de la cobertura mediática de su actividad. Tampoco computa el efecto sobre el precio de los toros lidiados (la demanda de ganaderías específicas asociada al nombre de Morante incide en el mercado ganadero) ni los ingresos por derechos de imagen del propio diestro. La cifra de 204 millones es, en este sentido, una estimación conservadora del impacto real de su temporada sobre la economía española.

V. Nota metodológica sobre los datos de público

Los datos de aforo corresponden a la capacidad oficial declarada de cada plaza. Los datos de entrada proceden del seguimiento de taquilla realizado por el autor a lo largo de la temporada. Para las corridas con indicación cualitativa de la entrada se han aplicado los siguientes criterios de estimación:

Tabla 9. *Criterios de estimación de la ocupación.*

Indicador de entrada	Ocupación	Justificación
«No hay billetes» / «Lleno»	100%	La denominación es inequívoca: aforo completo vendido
«Casi lleno»	92%	Estimación conservadora: menos de una décima parte de las entradas disponibles
«Más de tres cuartos»	80%	Criterio literal mínimo del indicador
Dato exacto (Alicante)	98,2%	Cifra oficial declarada (11.102 espectadores), utilizada directamente
Sin dato (Valladolid, Ávila, León)	85%	Estimación conservadora, a la baja respecto a la media de la temporada



«Morante, del calvario a la gloria. Testamento de su trágica, épica e histórica temporada 2025». Diego Sánchez de la Cruz y Javier Romero Jordano. Jarana Editores.

Sobre el autor

Diego Sánchez de la Cruz es profesor invitado de Westfield Business School (EEUU) y ha impartido docencia en el Instituto de Empresa (IE University), la Universidad Camilo José Cela (UCJC) o la Universidad Pontificia Comillas (ICADE). El autor es analista económico, director del centro de análisis Foro Regulación Inteligente, coordinador de estudios del Instituto Juan de Mariana, investigador asociado del Instituto de Estudios Económicos de la CEOE y colaborador de la Tax Foundation (EEUU) y de EPICENTER (Europa). Máster en Relaciones Internacionales por el Instituto de Empresa, ha sido reconocido como una de las voces más influyentes en el ámbito de la economía por distintos rankings elaborados por Evercom, Crédito y Caución o ANGED. Su proyecto de investigación dedicado a la dimensión económica de la tauromaquia, La Economía del Toro, es todo un referente dentro y fuera del sector. Es crítico taurino en The Objective, tres veces ganador del prestigioso Premio de Ensayo Literario Taurino Doctor Zumel y colaborador habitual de diversos programas taurinos en medios como OneToro, EsRadio o Radio Intereconomía.