

LA VANGUARDIA

madazine

28 DE AGOSTO DEL 2016

La verdadera
vocación de
Gutiérrez Aragón

¿Es saludable trabajar?

Con un local por
cada 132 habitantes,
el bar adquiere en
España la categoría
de fenómeno
antropológico

Un país de bares





LA CULTURA DEL BAR

Texto de **Eva Millet**

El bar en España es el foro, una institución muy arraigada en la cultura, que se identifica con la sociabilización y con un supuesto carácter alegre. Pero mas allá de la diversión y la antropología, los bares son un motor de la economía, además de un modelo de negocio en el que muchos se aventuran sin tener la suficiente preparación.

BAR QUIMET & QUIMET (BARCELONA)
Este negocio familiar desde 1914 ha pasado de ser el bar del barrio (Poble Sec) a reseñarse en *The New York Times*



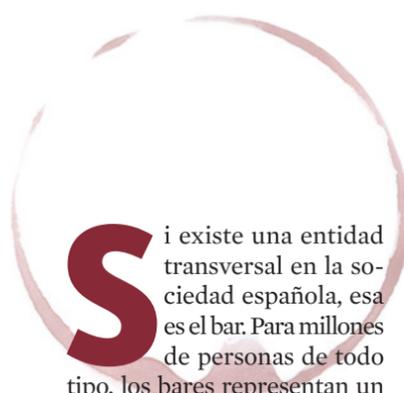
LAS TERESAS (SEVILLA) • Un bar típico del barrio de Santa Cruz con azulejos, estampas taurinas y los jamones colgando

LUIS SERRANO



LA PERLA (SAN SEBASTIÁN) • Una terraza muy concurrida en la playa de la Concha; en verano, las terrazas son un clásico, no exento de polémicas vecinales

MANUEL DÍAZ DE RADA



Si existe una entidad transversal en la sociedad española, esa es el bar. Para millones de personas de todo tipo, los bares representan un punto de encuentro, un lugar de recreo, un espacio para trabajar o desconectar, para quedar, comer y beber, leer el periódico o ver el fútbol, jugar a las cartas, conectarse a internet. En un país de jornadas laborales largas y poco apego a quedarse en casa, hay bares por todas partes: en

ciudades, pueblos, carreteras y playas. En las principales avenidas, los barrios más olvidados, los polígonos industriales y las estaciones de metro. En centros comerciales, polideportivos, ferreterías, hospitales e incluso, en algunas bibliotecas públicas. Las cifras demuestran este enorme apego al bar. En el 2013, Coca-Cola publicó un estudio *–Vínculo entre los ciudadanos y el bar–*, que cifraba en 350.000 los establecimientos de hostelería en España. De estos, casi 200.000 eran estrictamente

bares. El resto, eran negocios hosteleros (restaurantes, hoteles...) que también cuentan con bar. El estudio calculó una media de un bar por cada 132 personas, aunque también señalaba que hay muchos pueblos que, con sólo 50 habitantes, tienen uno. En ocasiones es su único establecimiento comercial. En las ciudades, estos locales tampoco escasean: en Barcelona, la densidad de bares (incluidos los de restaurantes, hoteles y pensiones), es de 10.252 locales. Casi tantos como taxis y diez

veces más que librerías y puntos de venta de lectura. Con todo, Catalunya no es la comunidad con más establecimientos de este tipo. El último informe de la Federación Española de Hostelería (FEHR), sitúa a Andalucía, con casi 35.000 bares (en el sentido estricto), en el primer lugar del ranking, seguida de Catalunya, con más de 26.000 y la Comunidad Valenciana y Madrid, prácticamente empatados en el tercero (con unos 20.500). El tópico, que España es uno de los países con más

bares del mundo, es una realidad. Y si la densidad de bares es, como afirma el antropólogo Manuel Delgado, “un indicativo de los niveles de sociabilidad”, entonces somos la gente más sociable del mundo. “Cuanto más bares, más vida social; cuanto más vida social, más bares”, resume Delgado. Para este especialista en temas urbanos, los lugares donde no hay bares, “como ciertos complejos en los que la gente suele salir poco o nada, o en bloques o urbanizaciones en los que la actividad

se limita a espacios cerrados al exterior”, indican una carencia de vida social. “Aunque mejor sería decir que, sencillamente, no hay vida”, señala. La “vida” en los bares puede adquirir diversas formas. Tanto puede consistir en cogerse una cogorza –solo o acompañado– y armar mucho ruido, como en bajar un rato para tomar un café y leer el periódico tranquilamente, llevar al niño a merendar y que haga allí los deberes o quedar con amigos y opinar sobre lo divino y lo humano. La

tradición de la tertulia en el bar o en el café es un clásico. De todos modos, la tendencia de la música a todo trapo en estos establecimientos (a menudo acompañada de los ruidos de la televisión y las tragaperras), prácticamente ha conseguido matar esta costumbre. En ocasiones, sin embargo, la tertulia es espontánea y diaria. La periodista mallorquina Sabina Pons publica en sus redes sociales la sección *Oído en el Jose’s*, un bar de barrio en Palma al que acude con frecuencia y

donde cada día se habla de todo. “Es cierto que el bar es una institución transversal, total –coincide–. En el Jose’s hay gente de todo tipo. La primera hora pertenece al jubilado. Luego llegan las amas de casa, que vienen de dejar al niño en el colegio; después llega el turno de los trabajadores que vienen a comerse el bocadillo y la cerveza... Son como oleadas de realidad, una detrás de otra, y si te quedas el tiempo suficiente ves estratos sociales diferentes y oyes muchas opiniones diferentes”. →

350.000 locales de hostelería registrados en España
1.500.000 empleos directos en el sector



CASA MONTAÑA (VALENCIA) • Un establecimiento histórico del barrio del Cabanyal, con sus barricas y sus tapas de producto de mercado

DANIEL GARCÍA-SALA



BAR CATALUNYA (SANT CUGAT DEL VALLÈS) • Llenazo para ver el fútbol (el Granada-Barcelona) en el último partido de la pasada Liga

MANÉ ESPINOSA

“Muchos bares sirven comida o bebida muchas horas a lo largo del día, eso hace que faciliten el consumo fuera del hogar”, explica el secretario general de la Federación Española de Hostelería

→ Pons no puede evitar escuchar las conversaciones: “Me gusta porque me ponen al día enseguida. Te das cuenta de lo que le importa a la gente”. En su cuenta de Facebook suele destacar algunas, que incluyen frases como: “Aféitate, Antonio, que con esa pinta parece que no tienes cuenta en Panamá”; y diálogos del tipo: “¡Qué hartito estoy de jubilao: sois la ruina del país, no servís más que para cuidar nietos y estorbar!”. “Eso es injusto, también servimos para sacar a pasear los animalillos”, o: “Jose, ¿qué se debe?”.

“Tres”. “¿Tres qué?”. “Bolívares, al paso que vamos.”

Para Emilio Gallego, secretario general de la Federación Española de Hostelería, los bares tradicionalmente han sido “el verdadero foro”. “Tanto en el entorno rural como el urbano, han sido un lugar de convivencia y encuentro con las personas”, explica Gallego, quien también destaca su función práctica en un país de largas jornadas: “Muchos tienen un formato muy polivalente, que permite alimentos y bebidas durante muchas horas a lo lar-

go del día. Eso hace que para el consumo fuera del hogar, el que nos pilla en la calle, los bares sean un complemento perfecto”. Antes de los móviles, destaca, fueron una infraestructura para el teléfono (siguen siéndolo para ir al servicio) y continúan siendo un lugar de confianza. El estudio de Coca-Cola destaca que cerca de un 30% de los encuestados dejaría al camarero de su bar de siempre las llaves de su casa, mientras que dos tercios de los españoles conocen el nombre del camarero de su bar favorito.

30% de los españoles dejaría al camarero de su bar las llaves de casa
9,8 litros per cápita es el consumo medio anual de alcohol en España

A José Luis y a Juan, los propietarios del Vall d’Hebron, un bar de barrio en la avenida barcelonesa del mismo nombre, los clientes los llaman por sus nombres de pila y, sí, ratifica Juan: “Los vecinos nos piden favores, como que le demos un bocata al niño que se ha dejado las llaves mientras llegan sus padres o que les recojamos algún paquete si ellos no están”. El bar Vall d’Hebron tiene una terraza cubierta, dos televisores, dos máquinas tragaperras y dos dueños, además de varias estanterías cuajadas de botellas y

una profusión de azulejos. Su clientela es la gente del barrio: desde un grupo de señoras vestidas y peinadas de la misma manera, que toman sus cafés con leche mientras conversan, a un hombre ataviado para ir a correr, pasando por unos obreros que consumen unas cañas a las doce de la mañana. “El 80% son clientes fijos”, cuentan José Luis y Juan, quienes aseguran que lo que más les gusta de su oficio es el trato con la gente.

Los bares, resume Emilio Gallego, “son parte fundamental de un estilo de vida muy familiar,

muy social”. “A los españoles nos gusta vivir en la calle, celebrarlo todo afuera y es evidente que los bares están ahí”, apunta. Este talante fiestero, unido a una falta de aplicación de la normativa, también convierte a estos establecimientos en uno de los principales focos de contaminación acústica. Las denuncias que más abundan por culpa del ruido son las relacionadas con bares y discotecas. Para muchos vecinos, la presencia de un bar implica una pesadilla de ruidos, que a menudo sólo se resuelve en los tribunales.

Otra característica de nuestros bares es que, a diferencia de en otros países europeos, entra todo el mundo: “Siempre han sido locales abiertos, de escaparates transparentes, que utiliza gente de todo tipo y de todas las edades”, observa Gallego. “En otras culturas –añade– están mucho más asociados al consumo de alcohol, mientras que aquí también puedes ir a tomar café o un aperitivo con los nietos. Eso hace que estén absolutamente abiertos a todo tipo de clientes y, en consonancia, a toda la sociedad”.



CERVECERÍA LOS GATOS (MADRID) • Uno de esos locales peculiares, con un buen surtido para picar o “ir a tomar algo”, sinónimo de ir al bar

MANÉ ESPINOSA



BAR EMILIO (GAVÀ) • Un bar de los habituales de polígono industrial, en este caso, el Barnasud

MANÉ ESPINOSA

3% del PIB es lo que aportan los bares y el 7%, la hostelería

132 personas por bar es la ratio media en España

→ De todos modos, la lógica indica que este altísimo número de bares está directamente vinculado al elevado consumo de alcohol en España. De hecho, según un informe del 2015 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) sobre el consumo de alcohol (Tackling Harmful Alcohol Use), España tiene como consumo medio 9,8 litros de alcohol puro per cápita al año. Aunque por detrás de Estonia, Francia y Austria, con más de 12 litros, la cifra está por encima de la media de los 34 países miembros de la OCDE (9,1 litros). El in-

forme, sin embargo, indica que los niveles de consumo en España han disminuido en los últimos 30 años.

Para Javier de las Muelas, empresario de la hostelería y un referente en el mundo del cóctel, el exceso de alcohol es el peor amigo del bar. “Los destilados no son nunca la solución, son un acompañamiento. Existe el peligro de que, entre otras cosas, se te caliente la boca”, comenta en el barcelonés Dry Martini, uno de sus muchos locales repartidos por todo el mundo. El Dry lleva siete años consecutivos apareciendo en la

prestigiosa lista World’s 50 Best Bar y escenifica muy bien la pasión que pueden despertar los bares a personas como él. En la barra de roble de su local, asegura De las Muelas, no se preparan cócteles, sino que “se oficia” la bebida. “Para mí los bares son iglesias y el barman, el sacerdote”, explica. Aquí el *feligrés* rinde culto a una bebida tan carismática como el dry martini, de los cuales, según un contador colocado sobre la barra, ya se han *oficiado* más de un millón de unidades.

De las Muelas ha detectado que, por lo menos en su sector,

la gente bebe menos que antes: “El cliente es más cualitativo, va más hacia las marcas”. Asimismo, se muestra encantado con la feminización de estos establecimientos, vetados a las mujeres hasta hace poco. “Esto ha sido un gran avance”, observa. “Además, el beber de la mujer es menos grosero: ella ha sido la valedora del boom del gin-tonic, que antes era un combinado para bebedores y ahora se ha convertido en una *long drink*, ideal para conversar”, dice.

Hablar, contarse las penas y las alegrías, es una de las fun-

ciones de los bares. Sin embargo, el empresario también reivindica el papel de estos lugares para poder ir a tomarte algo y estar tranquilo: “Con una copa, a veces, es cuando te vienen las grandes ideas”, asegura.

Y es que, pese a su función lúdica, los bares también han estado muy vinculados a la creación y al mundo cultural. No sólo han albergado célebres tertulias –como las del Café Gijón, en Madrid, o Els Quatre Gats, en Barcelona–, sino que han sido lugares donde se han escrito novelas y sobre los que se han escrito novelas. Han ser-

vido, asimismo, de fuente de inspiración para grandes pintores: Picasso, Manet, Casas y Toulouse-Lautrec son algunos de los artistas que los plasmaron. Tema de muchas canciones, son asimismo muy fotogénicos: han sido escenario de todo tipo de películas (desde el mítico café de Rick, en *Casablanca*, a la Taberna de Tatooine, en *La guerra de las galaxias*) y de infinidad de series de televisión, tanto extranjeras (*Cheers* y *Mad Men*), como la veterana *Cuéntame como pasó*, donde no hay capítulo en el que no aparezcan el bar o el café del barrio.

Sin olvidar el contundente papel que estos negocios tienen en la economía: la hostelería aporta un 7% al PIB español. Sólo los bares, algo más del 3%, señala la FEHR. Además, en términos laborales, explica Emilio Gallego, “la hostelería supone en torno a un millón y medio de empleos directos”. El secretario general de la FEHR lamenta que, dado su peso, este sector no se cuide más desde la administración: “No hay ayudas ni promoción específica a este segmento de actividad. Las echamos de menos, porque en España, con 188.000 bares (cifras →

Los bares han albergado célebres tertulias, han inspirado a famosos pintores o en sus mesas se han escrito grandes novelas y algunos son escenarios casi míticos en películas o series de televisión



BAR GLÒRIES (BARCELONA) • Establecimiento en la salida de la línea 1 del metro, ubicación que tampoco es inusual

MANÉ ESPINOSA



BODEGUITA ANTONIO ROMERO (SEVILLA) • Con terraza y comida casera; en un país de largas jornadas, los bares también tienen una función práctica

LUIS SERRANO

Se abren (o traspasan) bares sin que el emprendedor conozca lo más mínimo el sector ni sepa cómo gestionar el negocio, afirma un consultor, que desmiente el mito de que el dueño debe estar tras la barra

→ de la FEHR), son necesarias políticas de apoyo”, reivindica. ¿No serán demasiados? “Si nos atenemos a las reglas de oferta y demanda, vemos que en pocos sectores hay un funcionamiento de la competencia tan perfecto como en este”, observa Gallego, para quien es la ley del mercado la que regula el número de establecimientos. Además, “muchos, especialmente los más pequeños, difícilmente podrían llamarse negocios: suelen ser más soluciones de autoempleo de subsistencia que negocios”, afirma. Para Roberto Ruiz Rúa, de Montar un Bar Consultores y

uno de los artífices del blog montarunbarsobrevivir, sí hay demasiados bares en España. “Mira el mapa de densidad de negocios de restauración –dice– “Antes de la crisis había cerca de 350.000 unidades de restauración. Eso no se corresponde con un mercado de equilibrio: no es sostenible”. Entre el 2008 y el 2012 se cerraron 72.000 locales, explica. Y no sólo por efecto de la crisis. “En gran parte, fue porque, al montar el negocio, no hubo ni provisión de fondos ni una buena gestión. Y es que aquí se tiene la idea que montar un bar es lo más fácil del mun-

do y ¡nada más lejos de la verdad!”. Desde el establecimiento de su consultoría, hace tres años, Ruiz Rúa ha recibido unas 7.000 llamadas. “Y hemos detectado que la situación es alarmante”, resume. “El 93% de los emprendedores monta su proyecto de oído. El 97% de los propietarios no tiene formación superior en dirección y gestión de negocios de restauración y el 92% trabaja su negocio detrás de la barra y no gestiona”, detalla. El que los propietarios deban estar detrás de la barra, controlando, es para Ruiz Rúa una de las muchas falacias que circulan

en un mundo donde, dice, “falta mucha profesionalización”. Ruiz Rúa cree que, negocio aparte, su consultoría “hace un trabajo de concienciación, por la cantidad de *kamikazes* que atendemos a diario”. Entre esos emprendedores *kamikazes*, explica, hay de todo: “Tenemos desde el que viene de una multinacional con una liquidación de 300.000€ y quiere que le asesoremos de forma integral, hasta el que ha liquidado su paro y tiene 20.000€ para montar un bar.” Los “peores”, asegura, son los que están cerrando una operación de traspaso: “Es un poco como la pescadilla que se muer-

de la cola: yo no tengo ni idea del sector pero voy a coger un bar que ya está montado. El problema es que, como no tengo ni idea de lo que quiero, me creo que tu bar me vale y ¡no suele ser así!”. Eso significa, resume, “que uno de cada cuatro negocios de restauración está abriendo y cerrando continuamente, mientras que el 67% no supera el primer año de vida”. La Federación Española de Hostelería también detecta este vaivén, aunque indica que, en el 2015, “se dio una diferencia positiva entre las altas y bajas de casi 200 empresas” (es decir, se han abierto más bares que

cerrado). Bares de todo tipo: desde establecimientos de cadenas consolidada hasta locales de marcha, de tapas o de vinos, pasando por el bar de toda la vida, que funciona de maravilla, al bar incomprensiblemente abierto o aquellos fabulosamente decorados o con un servicio impecable. Con su abanico de formas y modos de gestión los bares son, como resume Manuel Delgado, un reflejo de la sociedad: “De lo que cambia en ella y de lo que no cambia. Antes había bares *de ambiente* y ahora los hay *de diseño*. Antes había ba-

res *carajilleros* que regentaban matrimonios de aquí y que son los mismos que ahora regentan familias chinas”, explica. Para el antropólogo, los recién llegados son quienes garantizan que perduren de tradiciones como esta, aunque, en cualquier caso, puntualiza: “Los bares siguen ahí, porque nosotros, quienes amamos el encuentro, seguimos ahí”. ○

En las próximas semanas, una selección de los **bares clásicos de cinco ciudades españolas**

72.000 establecimientos cerraron entre el 2008 y el 2012
67% de los nuevos bares no supera el año de vida