

---

BARES, ¡QUÉ LUGARES!

---



# LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA HOSTELERÍA

| Convivencia y ciudadanía



ASOCIACIÓN ESTATAL DE  
DIRECTORAS Y GERENTES EN  
SERVICIOS SOCIALES

Asociación de directoras y gerentes  
de servicios sociales de España



# LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA HOSTELERÍA

ASOCIACIÓN ESTATAL DE  
DIRECTORAS Y GERENTES EN  
SERVICIOS SOCIALES

Coordinación del estudio y redacción  
del Informe: **Gustavo García Herrero**.  
Trabajador Social

Dirección técnica de la investigación:  
**Luis Rondón García**. Sociólogo.  
Director del equipo de investigación

[www.directoressociales.com](http://www.directoressociales.com)

ISBN: 978-84-15213-28-4



ASOCIACIÓN ESTATAL DE  
DIRECTORAS Y GERENTES EN  
SERVICIOS SOCIALES

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste electrónico, mecánico, grabación, fotocopia o cualquier otro sin la previa autorización escrita por parte del propietario.





# ÍNDICE



Introducción	06
Fichas técnicas de la investigación	08
01. Bares, servicios de proximidad	11
02. Impacto de los bares en la vida personal y social	19
03. Funciones sociales de los bares	27
04. La España vaciada... (o llena) de bares	51

# Introducción

**P**ara todas las personas que trabajamos o que hemos trabajado en los servicios sociales en barrios o pueblos, los bares son establecimientos que forman parte de nuestra experiencia cotidiana.

Muchos de ellos fueron incluso el primer equipamiento de los servicios sociales comunitarios o de proximidad, especialmente en zonas rurales, donde “el bar del pueblo” hacía funciones de “despacho” del trabajador social, a falta de otro lugar más adecuado en los exiguos equipamientos municipales en aquellos años. Y a fe que cumplían muy bien su cometido.

Fueron también lugares donde se gestaron muchos proyectos comunitarios, donde se articularon redes de dinamización vecinal y social, donde nacieron numerosas asociaciones y donde surgieron no pocos liderazgos vecinales. El ambiente del bar actúa como estructura informal de muchas organizaciones para generar iniciativas, lazos sociales que la formalidad de un despacho o sala de reuniones no siempre permite.

Por eso los bares o restaurantes de nuestros barrios o pueblos están llenos de vivencias relacionadas con los servicios sociales, con la práctica de nuestra intervención social. Cada profesional de los servicios sociales atesoramos multitud de recuerdos y experiencias cuyo escenario son algunos de estos establecimientos. También hemos acumulado evidencias sobre algunas de las importantes funciones sociales

que cumplen los bares en nuestros barrios o pueblos. Nadie ignora su utilidad para la vida colectiva, como espacios de encuentro y relación vecinal, favorecedores de las relaciones sociales y de vida comunitaria. Pero también otras funciones más específicas como proveedores de servicios, lugares de detección de situaciones de necesidad o de aislamiento, de oportunidad para personas o colectivos con dificultades de inclusión social...

Quizás por ser algo tan “natural”, el valor o la utilidad social de estos establecimientos no ha merecido, hasta ahora, un análisis riguroso en el ámbito de los servicios sociales o de la intervención social. Tampoco existen muchas investigaciones aplicadas a esta temática. Incluso algunas voces consideran que la alusión o el uso de bares o restaurantes en los discursos o en la práctica profesional era algo frívolo. Pero la realidad no se puede obviar y, de ninguna manera puede considerarse frívolo analizar lo que ocurre en la vida real. Lo verdaderamente científico y riguroso es analizar la realidad desde la práctica basada en la evidencia para una aproximación más real al conocimiento científico. Y nadie puede negar que es una realidad la función social que cumplen bares y restaurantes en la práctica de los servicios sociales y de la intervención social, y su innegable impacto en la vida de las personas, grupos y comunidades.

En la Asociación de Directoras y Gerentes de Servicios Sociales comenzamos a analizar de manera sistemática el impacto social de bares y

restaurantes en el marco de nuestras reflexiones sobre el urbanismo socialmente sostenible, que culminaron liderando un Grupo de Trabajo específico en el Congreso Nacional de Medio Ambiente (CONAMA) entre los años 2002 y 2008 (VI, VII y VIII Edición). En contacto con profesionales del urbanismo y con expertos del medio ambiente y de la intervención social, fuimos definiendo el papel substancial que juega el comercio y los servicios de proximidad en la vida social, como proveedores de seguridad y de cohesión. Y, entre esos servicios y establecimientos de proximidad aparecían de forma relevante los bares y restaurantes.

Ahora nos proponemos un paso más, y realizar un análisis específico y riguroso sobre la dimensión social de estos establecimientos hosteleros. Porque existen estudios y datos sobre su impacto económico o sobre el empleo en el territorio, pero faltan estudios específicos sobre el impacto y el valor social que aportan en la vida personal y social y por extensión, en la de todos los miembros de la comunidad.

Para llevar a cabo esta investigación, desde la perspectiva de la pluralidad metodológica, hemos empleado los paradigmas cuantitativo y cualitativo. En la investigación cuantitativa se ha realizado un análisis estadístico inferencial mediante un cuestionario validado, con una muestra representativa de más de 1.000 personas de todo el territorio nacional. Posteriormente, para complementar estos datos, desde el paradigma cualitativo se han realizado 20 entrevistas a personas expertas en hostelería y en servicios sociales, analizadas con el software *ATLAS.ti*. Por último, se ha añadido análisis de datos de los municipios españoles y de la gestión de establecimientos hosteleros. Todo ello a cargo de profesionales, equipos, investigadores y empresas especializadas de reconocido prestigio en estos campos de investigación.

Hemos contado con la colaboración de la Confederación Empresarial de Hostelería de España, que ha asumido los costes de estos trabajos específicos de investigación todos ellos planificados y dirigidos por nuestra Aso-

ciación, con el marchamo de independencia que nos caracteriza. Agradecemos también a la Hostelería de España y HorecaData los datos que nos ha facilitado para la elaboración del presente informe.

El informe final con los resultados de cada uno de estos trabajos de investigación ha sido realizado también por nuestra Asociación, con absoluta independencia.

En él constatamos que la evidencia de los datos obtenidos pone en valor el papel fundamental que juegan en la vida social comunitaria los bares y restaurantes, más allá de los beneficios que tienen para la economía y el mercado de trabajo, que también representan un valor añadido. Por esta razón, las ideas que vamos a exponer a lo largo de este Informe son elementos clave para la innovación social en el momento actual, debido a su capacidad resiliente para reinventarse que tiene este sector económico en su papel como agente cultural local, y las sinergias que sugiere con quienes estamos comprometidos, desde el ámbito social, con el logro de sociedades más igualitarias e inclusivas.

Queremos así reivindicar la valoración social de los establecimientos hosteleros de proximidad, que la sociedad reconozca y valore su interés para la vida personal y colectiva, el impacto y la transferencia de los bienes sociales que proporciona.

Queremos aportar ideas a los y las profesionales de los servicios sociales y de la intervención social sobre el papel de estos establecimientos, de manera que se incorporen a la planificación de su actividad y a su práctica cotidiana.

Y queremos incidir en la consideración por parte de las Administraciones a la hora de valorar los establecimientos hosteleros de proximidad, y de apoyarlos para que cumplan de la mejor manera sus funciones sociales en barrio y pueblos, con una especial incidencia allí donde su presencia está amenazada o es inexistente, sin renunciar al papel que siguen desempeñando en los núcleos urbanos.

# Ficha técnica de la investigación



## INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

---

**Población de estudio:** Mayores de edad, residentes en España, menos Ceuta y Melilla, clientes o usuarios de la hostelería. Según datos del INE (2022) dicha población se sitúa en 39 millones de españoles.

**Muestra:** 1004 participantes. La población origen. El muestreo es de tipo no probabilístico, por cuotas de sexo, edad y CCAA. La muestra procede de un panel de consumidores de la empresa CINT. El error de predicción o precisión se sitúa en el 3,1%, en el supuesto de máxima indeterminación ( $p=50\%$ ), para un nivel de confianza del 95% en las estimaciones.

El **campo** se inicia el 22/3/22 y finaliza el 21/4/22.

El análisis de datos se ha realizado con el paquete estadístico *IBM® SPSS®* (versión 22).

## INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

---

**Participantes:** Responsables y expertos de establecimientos de hostelería; profesionales de los Servicios Sociales y líderes de asociaciones o miembros relevantes de la comunidad. 10 participantes en cada grupo atendiendo a criterios de equidad de género y otras características.

**Variables dependientes:**

Definición de la cultura hostelera

Impacto en la vida comunitaria

Funciones sociales de la hostelería en la sociedad

Necesidades sociales que atienden

**Variables independientes:**

Género

Edad y otras características adscriptivas

**Proceso metodológico:** Entrevistas estructuradas con 20 participantes para el análisis comparativo con dos grupos de expertos desde el punto de vista social y de la gestión hostelera.

Instrumentos de recogida de información y análisis: Las entrevistas se han llevado a cabo mediante videoconferencia para su posterior transcripción. El análisis se ha llevado a cabo con el software *ATLAS.ti*, versión 9.

Las entrevistas fueron llevadas a cabo durante los meses de junio y julio de 2022, y completadas septiembre, para revisar los errores de transcripción. La duración de cada una de ellas es de 1 hora aproximadamente.

**Ambos estudios pueden consultarse en [www.directoressociales.com](http://www.directoressociales.com) y [www.hosteleriadeespana.es](http://www.hosteleriadeespana.es)**





En un bar de parroquia,  
en un bar de barrio,  
cabe todo el mundo y el  
mundo entero cabe en él

---

Manuel Palencia.  
Bares para el recuerdo

# 01 ■

## Bares SERVICIOS DE PROXIMIDAD

**Bares-restaurantes, bares-cafeterías, bares-terrazas y bares de tapas** son los establecimientos que destacan como lugares de referencia habituales para las personas usuarias de la hostelería, formando parte de su vida cotidiana en su entorno habitual de residencia o de trabajo.

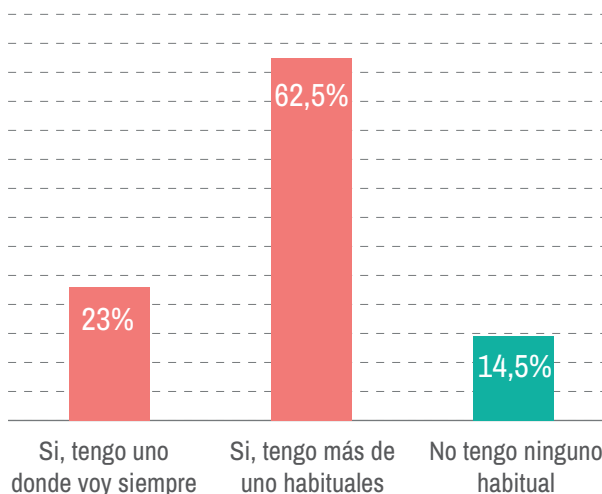
**E**l 85,5% de las personas usuarias de la hostelería dice tener uno o más establecimientos donde van de manera asidua, establecimientos de referencia, lugares que forman parte de su vida cotidiana de su entorno vecinal, laboral o relacional.

Este porcentaje, a su vez, se divide entre el 23% que dicen tener un solo establecimiento que visita de forma asidua, y el 62,5% que dice tener más de uno.

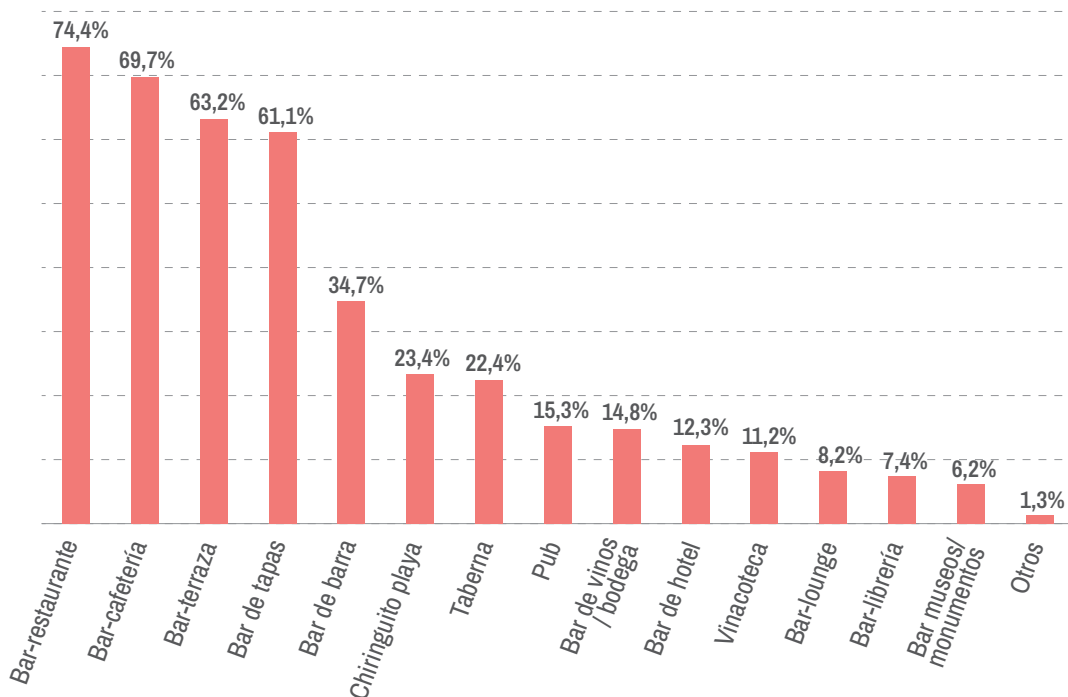
A efectos del presente informe y de la investigación que lo sustenta, estas son las categorías de referencia que vamos a utilizar para valorar los impactos que la hostelería tiene sobre la vida personal y social.

Pero existen multitud de establecimientos hosteleros. Por eso la primera cuestión que se nos planteaba para los objetivos de la investigación era definir cuáles de estos establecimientos se pueden considerar “servicios de proximidad”; es decir, aquellos que forman parte de la vida cotidiana de las personas en su entorno habitual de convivencia (por residencia o trabajo).

**Establecimientos hosteleros de referencia (habituales)**



**Tipología de establecimientos de referencia (habituales)**



Los resultados de la encuesta realizada ponen de manifiesto que son cuatro los establecimientos hosteleros que se usan con más frecuencia como lugares de encuentro, donde socializar y encontrarse: **bar-restaurante, cafeterías, bares-terrazas y bares de tapas**. Porcentajes entre el 60% y el 75% de las personas encuestadas los señalaron así, seguidos del bar de barra, mencionado por algo más de un tercio de los encuestados.

De ello se deduce que los bares más tradicionales constituyen la referencia de nuestra investigación, como espacios habituales de relación y por su impacto sobre la vida personal y social. Sin menoscabo de otras funciones económicas, laborales y también relacionales que cumplen otros establecimientos hosteleros, o su función cultural, al ser un espacio de encuentro ideal en cada territorio para intercambiar los símbolos culturales tradicionales y de referencia.

---

**Los bares más tradicionales y las cafeterías constituyen los espacios más habituales de relación**

---

**La zona de residencia influye en cuanto a tener un establecimiento favorito al que visita frecuentemente.**

La fidelidad a un solo establecimiento -como habitual- se da más en poblaciones medias, de entre 20.000 y 50.000 habitantes, mientras que en poblaciones de más de 50.000 habitantes hay menos participantes que tienen un establecimiento habitual.

Las personas que viven en zonas rurales o en municipios con población inferior a 20.000 habitantes son quienes más dicen tener más de un establecimiento de referencia, que visitan de forma habitual.

Lo cual nos lleva a concluir que conforme aumenta el tamaño de población, los bares disminuyen su significado como servicios de proximidad; o, a la inversa, con la reducción del tamaño de la población aumenta el uso de los bares como servicios de proximidad. **En localidades intermedias y en zonas rurales, los bares forman parte de nuestro espacio de vida cotidiana en mayor medida que en las grandes ciudades.** También aportan su función para mantener la vida de los espacios y paliar los efectos adversos de la denominada *España vaciada*.

---

**La reducción del tamaño de población de la zona aumenta el uso de bares y cafeterías como lugares de encuentro habitual, su significación como servicios de proximidad**

---

Una conclusión que, como veremos más adelante, habrá que poner en relación con la falta de estos servicios en buena parte del territorio menos poblado con menor densidad de población.

Tipo de residencia	EN EL ÚLTIMO MES HE IDO A ESTABLECIMIENTOS HOSTELEROS...				
	Sí, uno donde voy siempre	Sí, tengo más de uno habitual	Sí, no tengo ninguno habitual	Total	
Rural, hasta 3.000 hab.	Frecuencia	20	18	8	46
	Frecuencia esperada	10,6	28,7	6,7	46,0
	% dentro de lugar favorito	43,5%	39,1%	17,4%	4,6%
Urbana pequeña <20.000	Frecuencia	53	95	20	168
	Frecuencia esperada	38,7	104,9	24,4	168,0
	% dentro de lugar favorito	31,5%	56,5%	11,9%	16,7%
De 20 a 50 mil	Frecuencia	35	113	35	183
	Frecuencia esperada	42,1	114,3	26,6	183,0
	% dentro de lugar favorito	19,1%	61,7%	19,1%	18,2%
Más de 50 mil	Frecuencia	123	401	83	607
	Frecuencia esperada	139,7	379,1	88,3	607,0
	% dentro de lugar favorito	20,3%	66,1%	13,7%	60,5%
Total		231	627	146	1.004
	% dentro de lugar favorito	23,0%	62,5%	14,5%	

**Nota:** Frecuencia = número de participantes que respondieron la información de la confluencia o casilla, Frecuencia esperada = número de participantes que deberían haber respondido la información de la confluencia o casilla en caso de independencia entre ambas variables, % dentro de lugar favorito = porcentaje columna (Frecuencia / total columna)



# LA OPINIÓN EXPERTA

---

## Diversidad de funciones de los diversos establecimientos

Las personas expertas señalan que las funciones específicas son muy diversas y distintas en función del tipo de establecimiento.

Por parte del grupo de **expertos/as en la hostelería**, destacan el bar como el establecimiento propicio a la interacción social, ideal para iniciar conversaciones, pero a su vez es multifunción porque es el que cumple más funciones sociales. Consideran que los restaurantes también socializan y son espacios ideales para la celebración de ritos familiares, encuentros y otros símbolos comunitarios. Mientras que los pubs cumplen más funciones vinculadas a la intimidad, la búsqueda de relaciones amorosas y al hecho de pasarlo bien sin más, sobre todo en gente joven.

En el otro segmento, las personas **expertas en lo social** coinciden en el carácter socializador de los bares, mientras que los restaurantes cumplen funciones de afianzar las relaciones, pero con los grupos primarios de referencia, frente a los bares que implican una comunicación abierta a cualquier persona o grupo con independencia del tipo de relación o proximidad. Coinciden con los expertos del ámbito hostelero en que los pubs son más idóneos para establecer relaciones íntimas, relaciones amorosas. En cuanto a las discotecas, son más lúdicas.

Estos comentarios sintetizan muy bien estas diferencias de funciones en las que coinciden ambos grupos de expertos/as (entre paréntesis la "H" señala la opinión de una persona experta en la hostelería, y la "S" la de una persona experta en lo social):

**Según mi opinión lo bares y restaurantes son más propicios a dar apoyo, hablar, contar tus problemas, etc. Tienen más intimidad. (H)**

**Un restaurante, la relación es más con el empleado, una cosa más bidireccional. En cambio, en el bar, en la cafetería, en un ámbito así más abierto, que no tienes que estar sentado, muy entablado... Claro, este te limita un poquito más mientras estás hablando. (H)**

**Los bares y restaurantes son espacios donde compartes cosas, sensaciones con los demás. (S)**

**Los bares son el epicentro de todo el ocio de las relaciones sociales que hay dentro de la ciudad. (S)**

**Cumplen funciones sociales variadas y diversas relativas a la socialización y sociabilidad, diferenciando el tipo de relación en virtud del tipo de establecimiento de hostelería. Es ideal para iniciar relaciones el bar y además atendiendo a necesidades más diversas. Con los grupos más cercanos se acude a los restaurantes y para la diversión, ocio u búsqueda de pareja son ideales el pub y la discoteca. (S)**

## Solos/as o acompañados/as

Parece relevante conocer la opinión de las personas expertas sobre si las personas acuden solas o acompañadas a los establecimientos hosteleros, especialmente a los de referencia o proximidad. A tenor de los resultados, ambos grupos de expertos/as coinciden en que mayoritariamente las personas acuden acompañadas, lo que destaca el carácter relacional de estos establecimientos:

### Tipología de establecimientos de referencia (habituales)

	Expertos/as hostelería	Expertos/as en lo social
Mayoritariamente acompañados	45,45%	53,85%
Normalmente solos	18,18%	30,77%
Tantos solos/as como acompañados/as	36,36%	15,38%

Los/as **expertos/as de lo social**, quizás por su especial sensibilidad hacia los problemas de aislamiento y soledad, aunque coinciden en que lo habitual es acudir acompañados/as a los bares, destacan también la presencia de personas que acuden “normalmente solas”, preocupados por algunos de los problemas que supone o que motiva el uso “en soledad” de estos establecimientos.

Estos son algunos de los comentarios más expresivos al respecto:

**La gente que acude a mi establecimiento en la gran mayoría o vienen acompañados o vienen porque han quedado con alguien para todo. (H)**

**Pues yo creo que lo que van a los bares son personas acompañadas. El que acude solo... Es decir, el pub es un elemento de sociabilización. Uno para tomarse una cerveza solo lo puede hacer en su casa. Si vas a un bar es que también socializas. Yo creo que va más por acompañar. (H)**

**Alguna gente sola y otra acompañada. Algunos lo hacen solos pero han quedado en el bar, pero es verdad que ahora se ve más gente sola que antes. (H)**

**Generalmente, la gente suele ir acompañada (S)**

**Normalmente la gente va a comer con alguien. Pero bueno, yo creo que hay una combinación... Ahora mismo te podría decir yo que hay una combinación, muy interesante ¡eh!, porque eso la gente va acompañada, pero va sola y yo, por ejemplo, también me lo paso muy bien. (S)**



**Tener uno o más bares de referencia**, a los que vamos con asiduidad, se asocia a:

Una **mayor satisfacción vital**.

Una **mayor confianza vecinal**, indicador de cohesión e integración social y vecinal.

Este impacto en la vida personal y colectiva pone de manifiesto que estos establecimientos constituyen un **elemento característico de nuestra cultura**, una de nuestras señas de identidad como sociedad.

## 02 ■

# IMPACTO DE LOS BARES EN LA VIDA PERSONAL Y SOCIAL

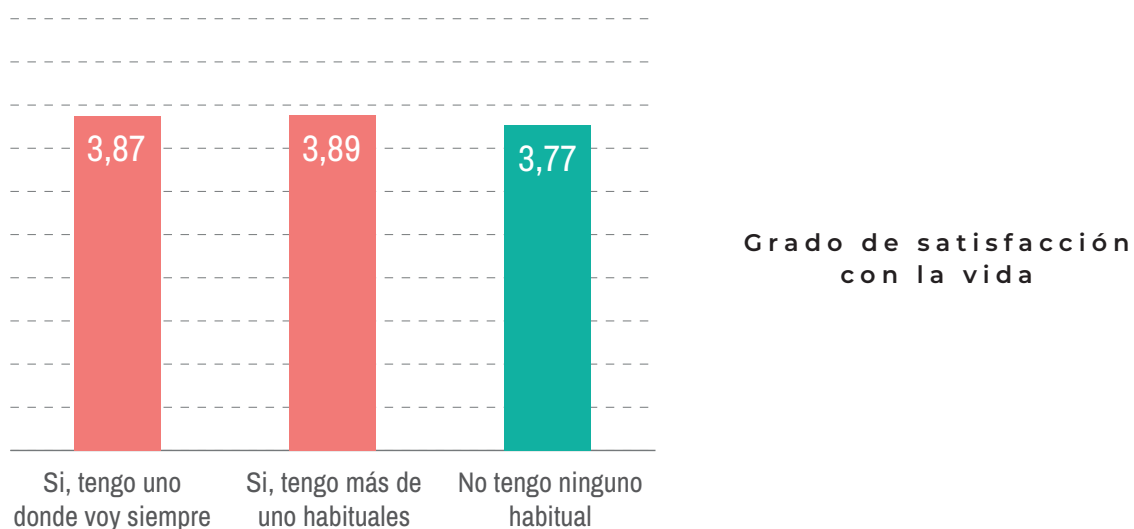
Los resultados de la investigación ponen de manifiesto que los establecimientos hosteleros de proximidad, fundamentalmente los bares que forman parte del espacio y de la vida cotidiana de las personas, están relacionados con una mayor satisfacción personal y una mayor cohesión social.

Así se deduce del cuestionario aplicado y se confirma con la opinión unánime de las personas expertas consultadas, tanto en el ámbito social como de la hostelería.

Bien es cierto que no se puede establecer si tener uno o varios bares de referencia es causa o consecuencia de esa mayor satisfacción vital y de una mayor confianza vecinal. En los datos de la investigación se denota de forma implícita que existe una relación de reciprocidad: las personas con mayor satisfacción vital y mayor confianza vecinal tienden a tener algún establecimiento hostelero de referencia, como parte de su vida cotidiana, al tiempo que estos establecimientos contribuyen a mantener o mejorar su satisfacción vital y a incrementar su confianza vecinal, ofreciendo espacios y oportunidades de relación y cooperación.

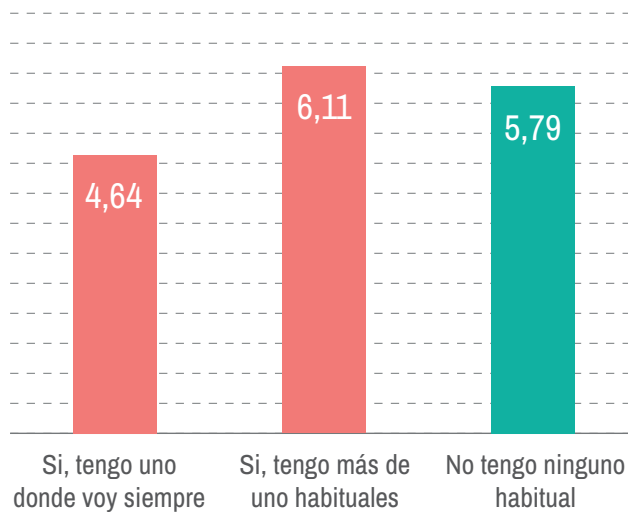
**Las personas con mayor satisfacción vital y mayor confianza vecinal tienen algún bar de referencia, al tiempo que éstos contribuyen a mejorar ambas ofreciendo espacios y oportunidades de relación y cooperación**

## MAYOR SATISFACCIÓN VITAL



La relación entre tener uno o varios bares de referencia y la mayor satisfacción vital se pone claramente de manifiesto en los resultados de la investigación. Así, el *grado de satisfacción con tu vida* obtiene valoraciones entre 3,87 y 3,89 sobre una escala de 5 puntos en aquellas personas que dicen tener uno o varios bares de referencia (“donde voy siempre”), frente a 3,77 puntos entre quienes no tienen incorporado a su vida cotidiana estos establecimientos como lugares de referencia.

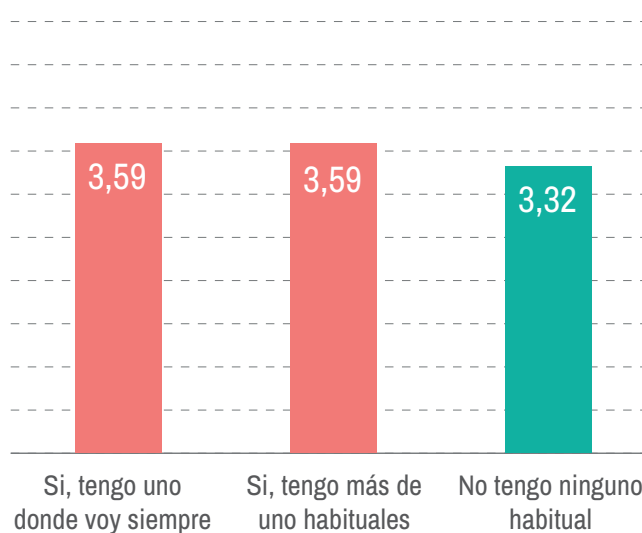




A cuantas personas puedo pedir algún (pequeño) favor

Tal y como decíamos, se pone en evidencia que las personas más satisfechas con la vida son las que más tendencia tienen a frecuentar un mismo bar o varios, al ser personas más comunicativas o menos retraídas. Pero parece claro también que estos establecimientos les ofrecen oportunidades de relación y comunicación que son muy importantes para mantener o mejorar la satisfacción vital. Incluso visitar con frecuencia más de un establecimiento, ofrece mayores oportunidades para ampliar los contactos personales y la calidad de las relaciones sociales, lo que pudiera estar relacionado con la posibilidad de contar con un mayor número de personas en caso de necesitar algún pequeño favor (una media de 6,11 personas), lo que ofrece un sentimiento de seguridad y bienestar, estrechamente relacionado con la satisfacción vital. Resulta esencial, como se demuestra en las personas que acuden con frecuencia, que satisfacen las necesidades de pertenencia y afecto, por la calidad de estos contactos, frente a la frialdad de las relaciones en otros espacios menos confortables.

## CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA



Grado de confianza en tus vecinos del barrio o comunidad

Pero donde los bares tradicionales despliegan todo su potencial es como espacios de construcción de ciudadanía, algo que queda claro en el grado de confianza que expresan quienes tienen uno o más bares de referencia, a los que visitan de manera asidua: 3,59 puntos frente a los 3,32 por parte del resto.

---

**Las personas que son usuarios habituales de algún bar son más proclives a participar activamente en la vida comunitaria.**

---

Tener bares a los que vamos con asiduidad, de los que somos clientes habituales, aumenta la percepción y la valoración de su función social como lugares de relación, de colaboración, que contribuyen a la inclusión social y a la seguridad de los barrios, a sentirnos parte de nuestra comunidad de referencia. Por otro lado, también contribuyen a evitar el aislamiento de personas que viven solas o de personas mayores que acuden a estos lugares, actuando como símbolos que hacen sentirse a la persona partícipe, por el afecto y confort social que proporcionan estos espacios.

De esta forma, los bares se convierten tanto en un medio para facilitar la inclusión del otro en la sociedad, de igualación, como de compensación por las disparidades sociales entre individuos, sin distinciones. Cuando vivimos en sociedad, como representación de lo común para todos, de los símbolos que nos unen, lo hacemos en espacios de encuentro que hacen plausible la vida comunitaria tradicionalmente asociada a ese tipo de servicios que ofrece la sociedad de consumo.

En suma, las personas usuarias habituales de bares son más proclives a participar activamente en la vida comunitaria. La participación comunitaria fortalece a las comunidades y ayuda a crear sentimientos de pertenencia, confianza y credibilidad a los miembros de la comunidad local, se construye una sociedad más vertebrada.

Se trata de un proceso bidireccional entre ambas partes en el cual comunidad y bares se benefician mutuamente, ya que su interacción aumenta el aprecio y el respeto por los estilos de vida tradicionales pero, a su vez, también los de vanguardia de la comunidad. De ahí la importancia de esta simbiosis. Se trata de un proceso de dependencia bidireccional para los habitantes de cada comunidad que contribuye a mantener sus tradiciones y cultura local, pero también para las personas de fuera, por el potencial atractivo y reclamo que representa, al poder incorporarse a la vida sociocomunitaria de la localidad.

## CULTURA Y SEÑA DE IDENTIDAD

---

Este impacto sobre la vida tanto personal como social de bares y restaurantes, pone de manifiesto la existencia de una cultura arraigada en nuestra sociedad y un elemento de identidad que nos caracteriza. Sin estos establecimientos no sería posible.

Cuando nos relacionamos en bares o restaurantes, consumimos a su vez lugares comunes, cultura local, además de incentivar la economía que es también un bien común. La hostelería hace posible mantener viva la histórica social y cultural de un territorio, que con el paso del tiempo se resiste a los efectos no deseados – enculturación, aculturación- auspiciados por la globalización en la dominante “americanización de la sociedad”. De hecho, **salvaguardar un legado cultural**,

**natural y gastronómico, define e identifica a los territorios mediterráneos que se hacen plausibles en todos los lazos comunitarios de sociabilidad que nos unen.**

En definitiva, son espacios de encuentro que favorecen la cohesión social y la vida comunitaria y constituyen elementos culturales que forman parte de las identidades locales, así como de modelo de asimilación de la cultura nacional. Los establecimientos hosteleros son esenciales y parte de la simbología cultural de una comunidad.

## LA OPINIÓN EXPERTA

Coinciden las personas expertas, tanto del ámbito hostelero como del social, en señalar que existe una auténtica “cultura hostelera” una “singularidad” de nuestra forma de entender, de disfrutar y de vivir la vida personal y colectiva. Resulta interesante contrastar los matices con los que uno y otro grupo de expertos/as relacionan o describen esta “cultura”:

Expertos/as hostelería		Expertos/as en lo social	
Cultura de relación	11,11%	Calidad hotelera	2,56%
Cultura de unión	5,56%	Cultura abierta	3,85%
Cultura de vino	8,33%	Cultura cambiante	1,28%
Cultura de vivir en la calle	8,33%	Cultura de acogida	1,28%
Cultura gastronómica	22,22%	Cultura de unión	2,56%
Cultura moderna	2,78%	Cultura de vino	5,13%
Lugar de celebración	2,78%	Cultura de vivir en la calle	1,28%
Principal motor económico	25,00%	Cultura festiva	3,85%
Punto de encuentro	5,56%	Cultura innovadora	2,56%
Puntos de reunión	8,33%	Lugar de reunión	19,23%
		Motor económico	7,69%
		Punto de encuentro	41,03%
		Variedad gastronómica	7,69%

Las **personas expertas en el ámbito de la hostelería**, además de destacar la importancia económica del sector (25%) asocian la cultura hostelera con la gastronómica (22,22%), las relaciones sociales (11,11%). Destacan que es un punto de relación, reunión, de unión, entre las personas y el vértice de la denominada como cultura de la calle. Estos son algunos de sus comentarios:

**Los establecimientos de hostelería locales son un punto de reunión y socialización de toda la sociedad. (H)**

La hostelería en España es la forma de conectar, de abrirnos a la gente, de unirse, de charlar, de hacer negocios, todo lo hacemos en la hostelería siempre lo hemos hecho en la hostelería y, además, es lo que nos da, llamémosle... el avance y la alegría de poder disfrutar los ratos libres que tenemos fuera del trabajo. (H)

En las **personas expertas de los social** la visión de la cultura hostelera es más amplia y variada, indicando, por las características de su perfil profesional, un mayor énfasis en los aspectos sociales y comunitarios. Así destacan la cultura hostelera como un lugar de encuentro crucial para la comunidad (41,03%). En esta línea, considera que es un lugar esencial para la reunión de las personas (19,23%). Citan también aspectos más propios de la hostelería en sí, como la cultura de la variedad gastronómica y hostelera, del vino y a su vez como un vector económico esencial:

**Son puntos de encuentro de la comunidad, de la gente. (S)**

**Muchas reuniones se hacen en el bar. (S)**

**Es un espacio de reunión, de inclusión social. (S)**

**El hacer grupo ¿no? Es un punto de encuentro también para quedar con la gente. (S)**

Algo en lo que coinciden uno y otro grupo de personas expertas es en que este rasgo cultural tan arraigado en nuestra sociedad, en la sociedad española, tiene una fuerte expresión local, en el carácter local de esta cultura, como seña de identidad:

**La cultura hostelera en mi pueblo o ciudad es muy importante. (H)**

**Yo creo que a los malagueños nos encanta la calle. Nos encanta el aperitivo, nos encanta salir a comer y a cenar. Yo creo que muchísimo, muchísimo. (H)**

**La hostelería está muy integrada en la cultura, en las relaciones del madrileño. (H)**

**En este caso, La Rioja es tierra con nombre de vino. (S)**

**Sin bares no entenderíamos lo que es la idiosincrasia de los pueblos de Castilla y León. (S)**



# 03 ■

## FUNCIONES SOCIALES DE LOS BARES

- **Favorecen** las relaciones directas
- **Evitan** el aislamiento y la soledad
- **Aportan** seguridad al entorno
- **Proporcionan** servicios personales
- **Favorecen** la cohesión social y la integración

**E**s bien sabido, que los bares, además de ser un negocio para sus propietarios, cumplen una función social. No hay nada más que ver cualquier calle de un pueblo o ciudad a lo largo y ancho de nuestro país para comprobarlo. De entrada, con plena apertura, dan dinamización comunitaria al barrio o zona con sus puertas abiertas. Si necesitas relacionarte o vives una situación de soledad, en el bar tienes un espacio de encuentro para relacionarte y sentirte mejor. Son lugares, además, donde puedes dejar recados, consultar cuestiones de la zona, quedar con tus grupos sociales o concertar una reunión familiar o de trabajo.

En otras palabras, los servicios hosteleros cumplen con las necesidades humanas muy básicas; la necesidad de dormir y la necesidad de comer. Pero también con las funciones sociales que ejercen de promover relaciones sociales, comunicación, pertenencia y encuentro.

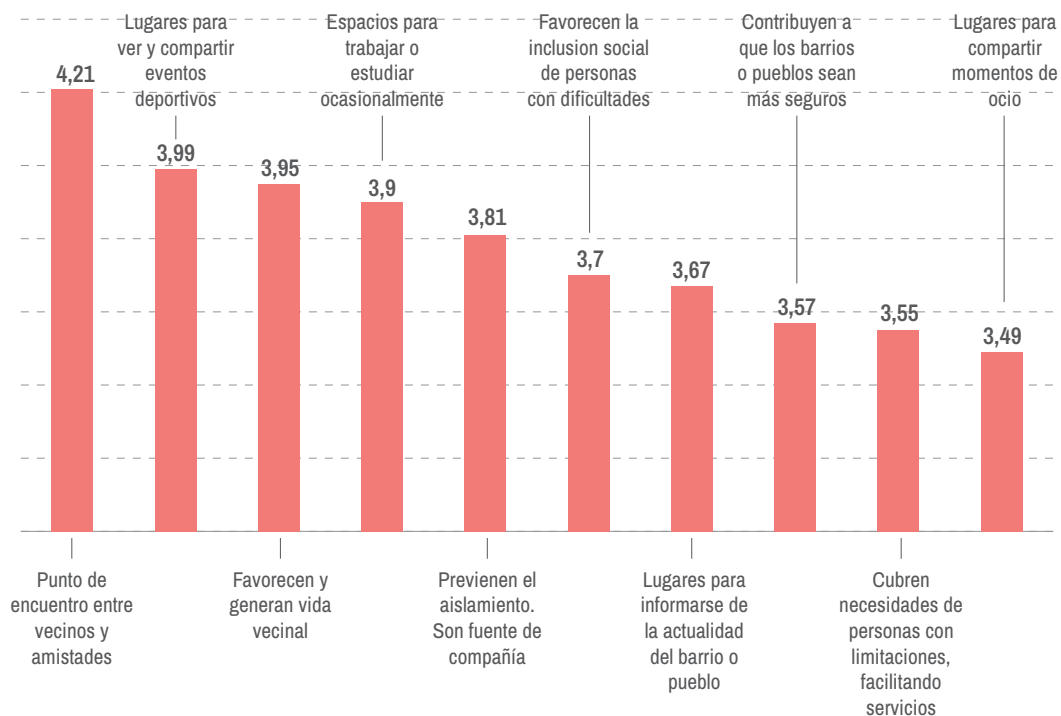
Esto se hace de forma indirecta o inconsciente y quizá no se ha puesto en valor este papel lo suficiente. No olvidemos que acudimos a un local con frecuencia cuando nos encontramos bien, nos hace sentirnos mejor si cumplen unas funciones sociales acorde a lo que esperamos o necesitamos. O en el caso de las personas solitarias, cuando no tienen redes sociales de referencia.

Así los bares cumplen diversas funciones sociales que aportan valor a la comunidad y a quienes viven en ella. La investigación que hemos llevado a cabo nos ha permitido identificar dos dimensiones o funciones principales de los establecimientos de hostelería desde esta perspectiva social:

- a. LUGAR DE ENCUENTRO. Incluye aspectos relativos a favorecer las relaciones, conocer gente, compartir con personas, informarse, prevenir el aislamiento.
- b. ESPACIO COLABORATIVO, de ayuda, como lugar de trabajo o estudio ocasional, de ayuda y servicios para persona con necesidad, que favorece la inclusión social y la seguridad de pueblos, barrios y ciudades.

Hemos tratado de identificar la percepción que la sociedad tiene de estas funciones y su valoración. Este es el resultado:

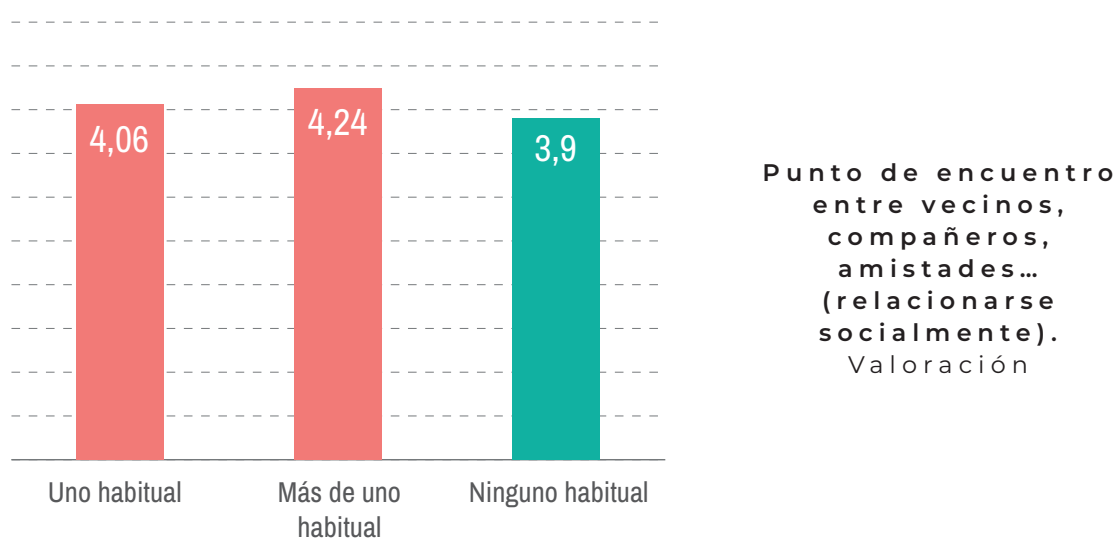
### Valoración de las funciones sociales de la hostelería



Estos resultados nos permiten definir algunas funciones de los bares, como servicios de proximidad con un gran contenido social.

## FAVORECEN LAS RELACIONES DIRECTAS

Ésta es la función más valorada y también la de mayor interés social de los bares. Son lugares cuyo valor se aprecia más en una sociedad mediatizada, donde las oportunidades de encuentro y de relaciones directas, cara a cara, adquieren una importancia fundamental para la vida personal y colectiva, frente a los desafíos de la sociedad tecnocrática.



Adquiere todo el sentido que la función más valorada de los bares sea que **constituyen lugares de encuentro entre vecinos, compañeros, amistades..., lugares donde relacionarse socialmente**. Son las personas que tienen algún bar de referencia, las que más valoran esta función. En concreto quienes hacen uso habitualmente de más de uno, otorgan una valoración de 4,24 sobre 5. Ello nos lleva a pensar que esta función relacional tan importante se asocia a los bares tradicionales.

Incluso quienes no tienen ningún bar de referencia, otorgan una valoración muy alta a esta función relacional de los mismos, casi con cuatro puntos sobre 5.

No cabe duda que constituye así la función más valorada por la ciudadanía, y en la que los bares son insustituibles. Este argumento se refuerza en las respuestas de las personas expertas consultadas, tanto en el ámbito de la hostelería como de lo social, porque la gran mayoría no concibe una vida sin bares o restaurantes.

Las relaciones sociales constituyen un factor esencial para el bienestar personal (satisfacción con la vida) y para la cohesión social, para la construcción de ciudadanía y de vecindad. Los bares tradicionales ofrecen oportunidades de mantener de forma habitual estas relaciones, casi siempre de manera informal pero no pocas veces también de manera formalizada, constituyendo la sede o el punto de encuentro fijo para reuniones asociativas, proyectos vecinales, etc.

Frente a centros sociales institucionales, los bares constituyen espacios menos formalizados y más acogedores para el encuentro y las relaciones entre vecinos, compañeros, amistades...

---

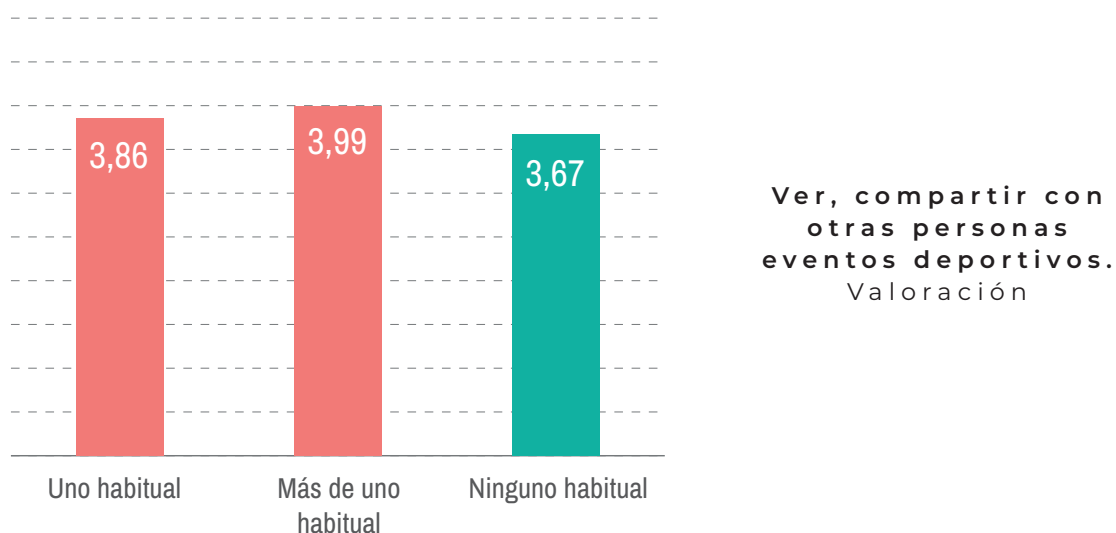
## Su importante función relacional hace que los bares tradicionales sean auténticos Centros Sociales.

### Ver y compartir eventos deportivos en los bares constituye un acto social que favorece las relaciones y los vínculos

---

**estos momentos.** Esta función aparece en segundo lugar en la valoración que las personas hacen de estos establecimientos. Y, de nuevo, una función que apunta a la importancia de los bares como lugares para la relación personal, cara a cara, directa, y para la convivencia vecinal.

Porque las personas que acuden a los bares para ver eventos deportivos no sólo lo hacen porque no tienen en casa “canales de pago”, sino que son muchas las personas que deciden ver y compartir con otras personas eventos deportivos en los bares, debido a que en ellos estos eventos constituyen oportunidad de compartir aficiones, comentarios y vínculos. De esta manera, ver y compartir con otras personas eventos deportivos en el bar constituye un acto social, oportunidades de relación y de generar amistades, redes y, en definitiva, cohesión social.



También en esta ocasión son las personas que tienen algún bar de referencia, y especialmente quienes tienen más de uno al que acuden habitualmente, las que más valoran esta función.

La tercera función más valorada de los bares es el **favorecer y generar vida vecinal**, lo que los confirma como lugares de encuentro y como espacios colaborativos. La sociedad los considera

Los bares tradicionales son, metafóricamente hablando, auténticos centros sociales, y así deben ser contemplados y apoyados por parte de las administraciones. También los servicios sociales deberían contar con los bares como espacios informales para el desarrollo de su actividad dinamizadora de la vida vecinal, por las sinergias que pueden producirse por las razones apuntadas con anterioridad.

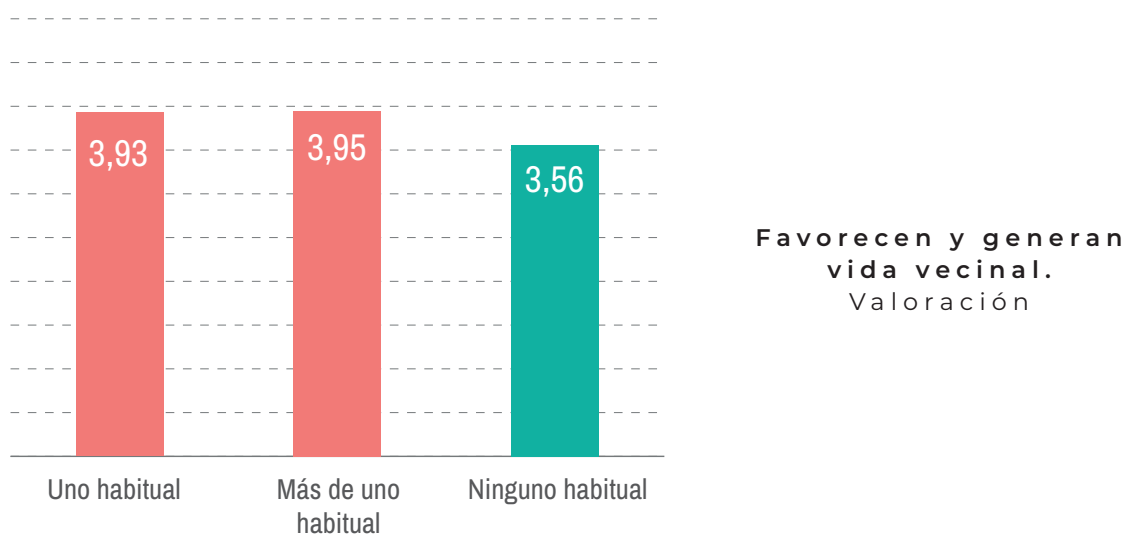
**La retransmisión de eventos deportivos por televisión** aporta una nueva función a los bares, ofreciendo la oportunidad **de compartir, especialmente en bares,**



así elementos fundamentales de la vida vecinal; es difícil imaginar un espacio de convivencia de proximidad, de vecindario en barrio o pueblo, sin bares. De ahí la crisis tan grave de vecindad que se produce en aquellas localidades en las que desaparece su único bar.

## Es difícil imaginar un espacio de convivencia de proximidad, de vecindario en barrio o pueblo, sin bares

Como en el resto de funciones, son las personas que tienen uno o varios bares de referencia, a los que acuden habitualmente, quienes más valoran la función de éstos como favorecedores y generadores de vida vecinal.



## LA OPINIÓN EXPERTA

### ¿Afectan las nuevas tecnologías a la tradicional función relacional de los bares?

Existe un debate y una preocupación en el imaginario social sobre si el uso de dispositivos móviles y las redes sociales limitan actualmente la función relacional de los bares. A tenor de las opiniones de los/las expertos/as tanto de lo hostelero como de lo social, esta idea, tan instaurada en el inconsciente colectivo que acusa a las nuevas tecnologías de eliminar las competencias comunicacionales no impactan tanto en la hostelería, sólo en cierta forma en la gente joven que las usa más cuando acuden a un bar, restaurante u otro establecimiento. Es más un mito que una realidad. Una prueba de la fortaleza de la hostelería para construir redes sociales y superar los obstáculos, muy superior a cualquier invento tecnológico.

Estos son los comentarios que aportan al respecto cada uno de los grupos de expertos/as:

Expertos/as hostelería		Expertos/as en lo social	
Más gente joven con el móvil	41,67%	Se habla menos	25,00%
Habla menos	25,00%	Más individualistas	8,33%
Postureo	8,33%	Más tiempo con el móvil	16,67%
Sin cambios tras Internet	25,00%	Publicidad por Internet	8,33%
		Sin cambios tras Internet	41,67%

**Los/as expertos/as en hostelería** dicen que la gente más joven hace un mayor uso de las redes sociales y se comunica en mayor medida a través del móvil (41,67%), aunque un significativo 25% no aprecia cambios en cuanto al papel de las nuevas tecnologías en cuanto a la función relacional de sus establecimientos. Cotejamos algunos relatos:

## Las nuevas tecnologías y las Redes Sociales no anulan la capacidad relacional de los bares

**Mucha gente se queda pendiente del móvil y del teléfono, y no hablan tanto como antes. (H)**

**Ese componente de personas solas que estaban allí que interactuaban. Pues, la diferencia, es que ahora mismo no necesitan, a lo mejor, esa interacción con el entorno y hasta lo eluden porque lo que quieren es estar leyéndose su e-book o viendo su tal y... estar allí sociabilizando, no sentirse solo, pero no quiere entrar en esa, en esa socialización global. Pero no sé, yo sigo viendo gente sola ahora y antes y no te podría decir si hay una percepción... Yo percibo, más o menos, lo mismo, pero no sé. (H)**

**Creo que los bares y restaurantes siguen estando allí, no han cambiado mucho por las redes sociales. (H)**

Resulta paradójico en **el grupo social** el hecho de indicar que se habla menos (25%) pero en cambio no observa cambios tras el impacto de internet y las nuevas tecnologías en la comunicación (41,67%). Por ello, los datos no son concluyentes y sugieren percepciones diferentes, quizás influenciados por las propias experiencias o expectativas:

**La gente es más individualista, antes también llegabas, estabas en la barra del bar e invitabas a alguien porque sabías que luego te iban a invitar a ti. Había una especie así de compadreo que se ha perdido de alguna manera. Ahora, llegabas solo, tomabas la consumición y ya está. E, incluso, antes se hablaba más con los que tenías alrededor y ahora yo lo que veo en el bar son a personas con el móvil o con la tablet en algunos casos. (S)**

**A veces, si veo jóvenes que están sentados y están con el móvil. Pero no, cuando están en el bar, están tomando algo y están más hablando que... que con las redes sociales. (S)**

**Mira, yo creo que no, eh. Mantiene su esencia. (S)**

Cuando vas al bar con unos amigos, pues allí las redes sociales no te influyen. A lo mejor te influyen por el tema de conversación o... Pero no por la forma de relacionarse. (S)

A veces, el avance de las tecnologías nos ha hecho encerrarnos más y ahora parece que todos nos comunicamos a través de maquinillas. Entonces, el bar te devuelve un poco a ese contacto directo con la gente. (S)

Antes se hablaba más con los que tenías alrededor y ahora yo lo que veo en el bar son a personas con el móvil o con la tablet en algunos casos. Eso sí que lo he notado, en los pueblos menos porque la gente que vive en los pueblos. Pero, para fuera de los pueblos ser joven y llegar y coger el móvil está bien y no hablar. (S)

## EVITAN EL AISLAMIENTO Y LA SOLEDAD

---

En la sociedad actual las situaciones de soledad afectan cada vez a mayor número de personas. Y es previsible que aumenten en el futuro, como consecuencia de las nuevas formas de familia, nuclearización, de la prolongación de las expectativas de vida, cambios en los estilos de vida, carencia de reserva cognitiva, de la movilidad de las personas que hacen que los hijos/as no vivan necesariamente en la misma localidad que sus padres, sino también por las formas de vida cada vez más individualizadas y con menos compromisos, que hace que más personas vivan solas y que muchas de ellas acaben viviendo “en soledad”.

La soledad, por otra parte, no sólo afecta a personas mayores, sino a personas de cualquier edad y condición. De hecho, son muchas más las personas jóvenes que dicen sentirse solas en algún momento (83% entre las personas de 18 a 25 años), que las personas mayores que sienten la misma situación (24%)<sup>1</sup>. Por tanto, la soledad no elegida es un fenómeno que crece de forma vertiginosa y afecta a todo tipo de personas.

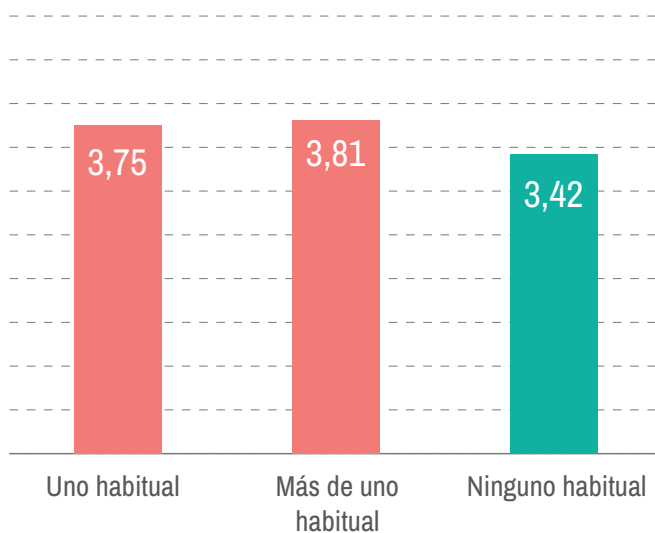
Se da la paradoja de que en la sociedad de la comunicación se vive y se siente como nunca la soledad. Y es que las relaciones mediatizadas, desvinculadas del entorno, no pueden substituir al contacto directo, cara a cara, ni evitan la soledad.

Por eso adquiere tanto valor en la sociedad actual los lugares que ofrecen oportunidades de encuentro y de relación directa, especialmente en el ámbito de proximidad, donde se desarrolla la vida cotidiana de las personas.

Los bares tradicionales son estos lugares privilegiados para el encuentro y las relaciones personales, cara a cara, y en el día a día, en la vida cotidiana. Por eso la sociedad los percibe y valora como lugares para prevenir el aislamiento y la soledad. Una función de primer orden tanto para la vida personal como para la sociedad en conjunto.

---

<sup>1</sup> DYM Market Research. 2019 Financiado por Ibercaja y Comunidad de Madrid 2019



Previene el aislamiento, son una fuente de compañía  
Valoración

**Los bares en barrios y pueblos son muy importantes para detectar situaciones de soledad y para dar respuestas eficaces a las mismas**

3,81 puntos sobre 5 es la valoración de esta función de los bares en la investigación realizada. De nuevo son las personas que tienen algún bar de referencia, y especialmente quienes tienen más de uno, las que más la valoran.

Ahora que preocupa más la soledad y que se buscan alternativas, los bares tradicionales en barrios y pueblos pueden ser de mucha utilidad para detectar

situaciones de soledad y para dar respuesta a las mismas. Es importante poner en valor experiencias en este sentido, a la hora de elaborar planes de actuación en materia de soledad.

## LA OPINIÓN EXPERTA

### Oportunidades y riesgos para las personas en situaciones de soledad

El 100% de los **expertos/as de hostelería** consideran estos espacios positivos para las personas que están solas, indicando que acuden con frecuencia a sus establecimientos, dialogan con el personal, con los clientes que acuden con frecuencia para satisfacer sus necesidades relacionales o de otro tipo (comida, información...). Sus relatos son elocuentes en este sentido:

**En lo que yo veo y yo palpo en todos mis alrededores hay mucha gente sola que yo tengo vecinos que viven solos un poco mayores, tal y cual, y se bajan a la cafetería o a la terraza ¿por qué? Porque seguro que conocen al vecino, al otro y al otro, y charlan, le sirven, repito, le sirven de evasión o charlan con el camarero que lo conocen de siempre o con el vecino que acaba de pasar... (H)**

**...siempre tienes esa oportunidad de poder escapar de esa rutina de la soledad,**

de verte (...) Hay personas, yo tengo amigas y amigos que lo que les gusta es ir ahí y ya te digo no para, no son de los que pretenden interactuar, pero pretenden estar tomándose una cerveza, en vez de en su casa, pues allí leyendo sus cosas. Sí, yo creo que es importante. (H)

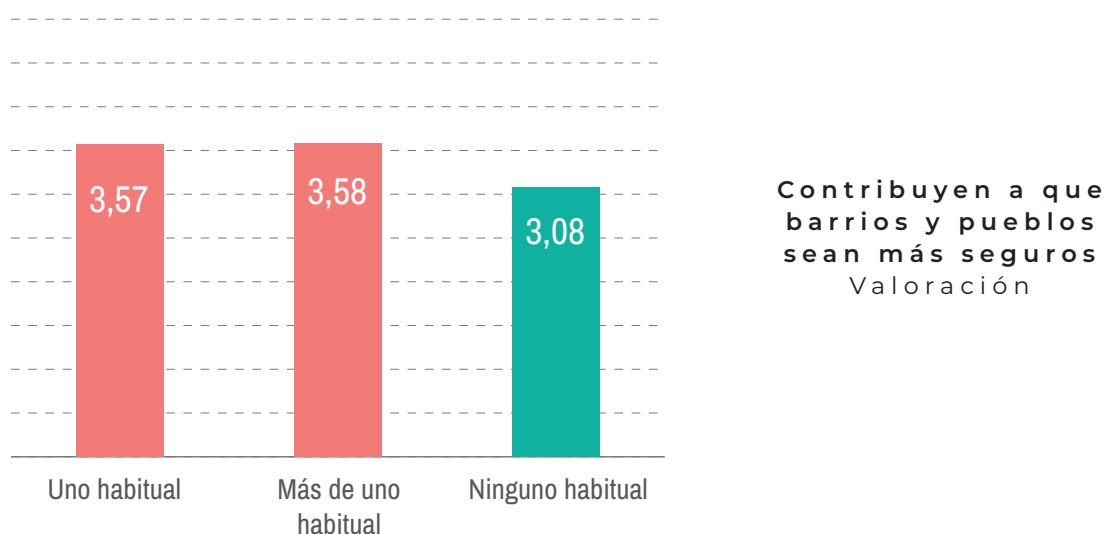
Sin embargo, el grupo de **expertos/as en lo social**, no destaca en la misma medida el valor de los establecimientos hosteleros y, en particular, los bares, como un espacio ideal para las personas solitarias (40%). Quizás debido a que no se esté tan acostumbrado a encontrar soluciones a las necesidades y problemas sociales en la propia sociedad, en sus propios recursos, sin recurrir a servicios institucionalizados. Incluso señalan problemáticas específicas asociadas a la soledad y acudir a estos establecimientos, como el consumo del alcohol (53,33%). Y también, aunque en menor medida, las ludopatías. También puede ser debido a la escasa visión de la importancia de la dimensión comunitaria asociada al adjetivo social, por la tendencia a la atención social reactiva de estos centros sociales, centrada esencialmente en la atención directa a las necesidades expresadas y no tanto a las necesidades sentidas de la comunidad, que no generan demandas específicas. Los relatos son clarificadores a este respecto:

**Una persona con problemas de alcohol, se va a sentar sola y se pueden estimular consumos poco saludables (S)**

**Si que es verdad que una persona que se siente sola, pero, para mí mi hándicap es el alcohol. (S)**

## APORTAN SEGURIDAD AL ENTORNO

Es bien sabido que el comercio de proximidad aporta seguridad en el espacio urbano. Las calles de nuestras localidades, barrios o pueblos son más seguras allí donde hay comercio de proximidad y, al contrario, la ausencia de estos establecimientos aumenta la inseguridad.



Los bares tradicionales son, en definitiva, comercios o servicios de proximidad. Y como tales cumplen esta función de seguridad en el entorno. Aun mejor, ya que sus horarios habitualmente cubren momentos en los que otros comercios cierran, y que son especialmente sensibles en materia de seguridad. Existen experiencias interesantes en los que bares forman parte de itinerarios seguros o que colaboran en la seguridad de niños y niñas, de personas mayores o de mujeres.

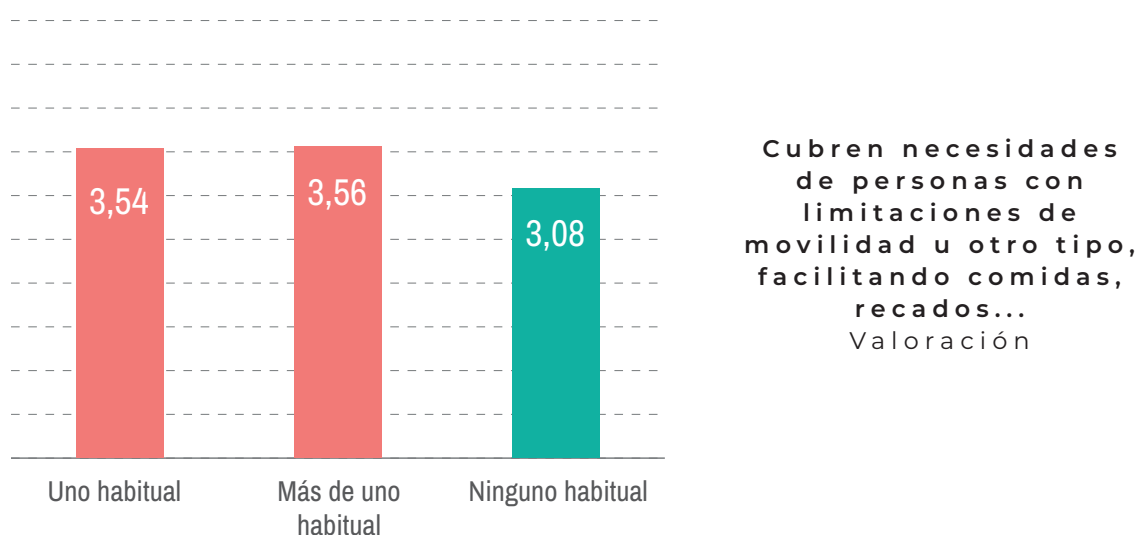
La valoración que hace la ciudadanía de esta función de los bares por su contribución a que los barrios y pueblos sean más seguros, con 3,67 puntos sobre 5, aunque quizás todavía no sea lo elevada que creemos que debería ser, viene a romper con otra imagen estereotipada sobre algunos establecimientos hosteleros como foco de inseguridad vecinal. No cabe duda que la sociedad sabe diferenciar el impacto negativo que en materia de seguridad vecinal puedan suponer excepcionalmente algún bar o establecimiento hostelero, del efecto positivo que tienen en materia de seguridad del entorno la inmensa mayoría de estos establecimientos y, en especial, los bares donde se desarrollan de forma cotidiana las relaciones vecinales.

No es de extrañar que sean de nuevo quienes tienen algún bar de referencia quienes más valoran su contribución a hacer barrios, pueblos y ciudades más seguros.

## PROPORCIONAN SERVICIOS PERSONALES

Son muchas las personas, especialmente mayores, que tienen dificultades para realizar algunas tareas básicas para su vida cotidiana. Los servicios sociales ofrecen servicios de ayuda a domicilio para compensar algunas de estas limitaciones, como cuidados de higiene personal, limpieza del hogar, compras o elaboración de comidas. También existen comidas a domicilio o comedores sociales.

Sin embargo, estos servicios no alcanzan a todas las personas que pueden necesitarlos y son muchas las que no quieren utilizar servicios institucionalizados. Cada vez son más quienes prefieren usar establecimientos como los bares para comer o para encargar alguna de las comidas para consumir en sus casas. Les hace sentir más autónomos y menos dependientes de servicios institucionalizados.



No son esos los únicos servicios que los bares proporcionan a personas en su entorno de proximidad. Recoger recados o incluso informarles, orientarles y ponerlas en contacto con los servicios sociales, son otras formas de prestar servicios.

Nuestra experiencia nos dice que esta función de los bares como proveedores de servicios personales está siendo cada vez más necesaria, y lo va a seguir siendo en el futuro.

Los resultados de la encuesta indican que la sociedad reconoce y valora esta función de los bares, a la que otorga una puntuación por encima de 3,5 puntos (3,55). De nuevo son las personas que tienen algún bar de referencia las que más valoran esta función.



**Por el precio de un café, tiene usted derecho a:**

*En la barra conversación si la soledad le abruma. En la mesa del fondo intimidad para sus contubernios o escaqueos. No deje de visitar nuestro baño si necesita desprenderse de alguna cosa, y si por alguna razón sintiese melancolía tras la experiencia, visite nuestra terraza y déjese emocionar por el paisaje.*

*No tema a los elementos, nuestro local dispone de techo para la lluvia, lumbre contra el frío, aire acondicionado contra el calor. Pero siga leyendo que esto suma y sigue, queda a su disposición: Periódicos, televisión y wifi sin límite de datos, papel higiénico en el baño, todos los vasos de agua que precise, paracetamol y aspirinas, mechero, bolígrafos, papel y hasta calculadora. Y si aun así, todo esto le pareciese poco y el aburrimiento le invadiera, le invitamos a participar de la estimulante emoción de abrir cajones desconocidos, pues en el armario del fondo encontrará barajas, juegos de mesas, algún puzle al que seguro le falta una pieza, e incluso algún juguete para entretener a su prole si fuese menester.*

*Si le gusta la experiencia y vuelve otro día la oferta se amplía.*

*Prometemos saludarle por el nombre, sonreír ante su presencia, saber de antemano qué toma, le daremos consuelo en las derrotas y celebraremos juntos las victorias. Le recogeremos ese paquete si se ausenta, le fiaremos si dejó en casa la cartera, se la custodiaremos si se la olvida en la mesa. En definitiva, pasará a ser parte nuestra ilustre familia.*

*Todo ello por el precio de un café.*

Alejandro Robledillo. Trabajador Social, escritor y editor. Galicia

## FAVORECEN LA COHESIÓN SOCIAL Y LA INTEGRACIÓN

---

Como espacios de relación personal, los bares favorecen la cohesión social, como ya hemos visto, y con ello, la integración de todas las personas en la vida social, en el entorno vecinal. La experiencia de los servicios sociales avala esta afirmación, y sabemos muy bien que bares y restaurantes constituyeron en nuestros pueblos, barrios y ciudades los espacios para generar esa cohesión social, facilitando la incorporación de los diversos colectivos a la vida comunitaria: personas mayores, personas inmigrantes o de otras culturas...

La hostelería y, de manera especial, bares y restaurantes, como servicios de proximidad, tejen en su trabajo diario puentes hacia la inclusión social. Utilizamos esta metáfora de los puentes porque de alguna manera en la interacción social que se produce en el acto de acudir a un establecimiento hostelero de un lado u otro de la sociedad, se atienden las necesidades de personas que están en muchos casos fuera de la misma en muchos aspectos. La palabra inclusión social es sinónimo de empatía social y para tener empatía es necesario dialogar, intercambiar pensamientos, emociones, el afecto, en un espacio abierto con más gente. El sufijo de la palabra lo pone aquí un bar, restaurante e incluso un pub. Pues bien, cuando personas con dificultades de integración acuden a un bar o a un restaurante, se relacionan con todas las personas, como una microsociedad que es con clientes de todas las características, desde la normalización a través de la relación dialógica con los distintos actores de los establecimientos. Incluir es no dejar nadie atrás, es dar la bienvenida a todos los clientes invitándolos a tomar su consumición, menú, interactuando con los demás. Esto invoca que al sentarnos en un local de estas características se apartan las diferencias al tratarse de espacios plurales, heterogéneos.

Estos impactos son más evidentes en comunidades rurales, en destinos donde las distancias culturales, económicas se encuentran, cuando se unen las clases sociales por los diferentes grupos internos y externos de la comunidad. El comportamiento de clase se diluye cuando estamos en un bar y en un restaurante, cuando lo importante es el rito, la celebración que nos ha traído al lugar, la persona que acude por el mero hecho de ser ciudadana o turista.

En definitiva, favorecen la integración en la vida vecinal de quienes viven en el entorno y de quienes vienen de fuera, ayudándoles a incorporarse al mismo, a relacionarse y a sentirse miembros de la comunidad y a ser aceptados como tales.

Sin olvidar la importancia de la hostelería en general y de los bares en particular, para contribuir a la inserción social a través del empleo o del emprendimiento a colectivos con especiales dificultades. Así es destacable el importante número de empleos ocupados por mujeres, más de la mitad del sector hostelero, y el hecho de que casi una de cada cinco mujeres que trabaja en este sector lo hace como autónoma (18%).

También es relevante las oportunidades de empleo y emprendimiento que ofrece el sector para personas extranjeras, contribuyendo así a su inserción social: casi una de cada cinco personas extranjeras que trabajan en España lo hace en el sector hostelero (18,5%) y, a su vez, las personas extranjeras representan uno de cada cinco autónomos en el sector (20,6%).



## Accesibilidad de bares y restaurantes

Cumpliendo funciones tan esenciales para la vida, parece imprescindible que bares y restaurantes, como servicios de proximidad, reúnan todas las características de accesibilidad para hacer posible su uso por parte de todas las personas, pensando especialmente en aquellas con algún tipo de limitación funcional, sea por discapacidad o por circunstancias asociadas a la edad. Hemos preguntado por esta cuestión tanto a las personas expertas en la hostelería como a las expertas en lo social, y estas han sido sus reflexiones:

**Bares y restaurantes han de ser accesibles para toda persona, incluso para quienes tienen algún tipo de discapacidad o limitación funcional**

## LA OPINIÓN EXPERTA

### Hostelería accesible: sus retos

En el grupo de **personas expertas en la hostelería**, el 100% considera que se atiende a las personas con diversidad funcional y de alguna manera, por la relación dialógica que se establece, se satisfacen sus necesidades de relación social, aunque apuntan algunas limitaciones derivadas de las barreras arquitectónicas y de accesibilidad. Veamos algunos relatos:

**Yo creo que, en el tema de la discapacidad, ahí sí que hay que trabajar. Probablemente, no hay establecimientos adecuadamente adaptados, ni... y ahí sí que tenemos un esfuerzo por hacer. Porque a veces se entiende la discapacidad como una persona que no puede subir unas escaleras, pero hay muchísimas discapacidades en las que sí tenemos... la hostelería la tiene que trabajar. O sea, los ciegos hasta autistas, ahí, ahí nos queda, quizás, somos...(H)**

**En el tema de personas de movilidad reducida siempre nos encontramos el inconveniente, aunque en esto se va avanzando que es la accesibilidad de los locales. Esto es un reto. Sobre todo, en el centro de las ciudades hay mucho por hacer en facilitar la accesibilidad de las personas con movilidad reducida, pero la propia estructura de los locales y la propia localización de los locales lo hacen complicado. Y en terrazas también, yo creo que sí, la normativa nueva de terrazas está avanzado mucho en esto, trata de favorecer la posibilidad de que cualquier persona pueda acceder, moverse libremente en un espacio de terraza. (H)**

En cuanto al **grupo de expertos/as de lo social**, considera que satisfacen necesidades funcionales y sociales de las personas en situación de discapacidad (72,73%), pero con mayor rotundidad que los anteriores expertos. Distinguen las personas discapacitadas que tienen menos dificultades y más integradas que el resto de personas con mayores dificultades funcionales, considerando que

en las primeras se satisfacen más estas necesidades sociales. En los relatos se pueden comprender mejor los significados de esta idea:

**Las personas con discapacidad acuden con total normalidad, cada vez más... Logroño es una de las ciudades mejor adaptadas también en temas de hostelería y ciudad. Entonces, es muy habitual también ver personas discapacitadas, sí. (S)**

**Sí, sobre todo, personas con discapacidades, pero que tienen cierta autonomía, personas que tienen una discapacidad intelectual, pero que tienen autonomía para desenvolverse y demás, pues sí que suelen ir. Es un espacio... es uno de los pocos espacios donde pueden ir un miércoles a las once de la mañana, salvo que haya un centro ocupacional o demás. Personas con mayores dificultades con discapacidades intelectuales más graves, ahí van acompañados de sus padres o no suelen participar. El ámbito de la discapacidad intelectual, por ejemplo, no es... no es... en zonas rurales no son usuarios habituales del bar, ni siquiera los fines de semana, parece que son, ciertamente, un poco invisibles. Ahí hay todavía un matiz de sobreprotección. No sé, ahí sí que habría que trabajar... (S)**

**De personas discapacitadas, de eso creo que no, que no tanto. A no ser que vayan en un grupito y tal. Creo que hay... Incluso así es difícil. Yo, por ejemplo, en estos momentos, no puedo recordar haber visto así... en algún bar y tal que vaya alguien así. No tengo conciencia de haberlo visto. (S)**

## LA EDAD, EL GÉNERO, LA CONVIVENCIA Y EL LUGAR DE RESIDENCIA AFECTAN A LA PERCEPCIÓN DE LAS FUNCIONES SOCIALES DE LOS BARES

---

No todos los grupos de edad, ni tampoco hombres y mujeres, perciben de la misma forma las funciones sociales de los bares. Las formas de convivencia o el territorio en el que viven las personas también afectan a cómo perciben estas funciones. Sin embargo, no se ha encontrado ninguna asociación significativa que muestre diferencias de percepción en función del nivel de estudios. Estas son algunas de las diferencias asociadas a los mencionados factores:

### Percepción por edad

A menos edad, mayor acuerdo se muestra con las siguientes funciones de los bares:

- Lugares idóneos para conocer gente, hacer nuevas amistades o establecer relaciones
- Compartir momentos de ocio, como jugar a juegos de mesa, cartas...
- Ver, compartiendo con otras personas, eventos deportivos
- Lugares para informarse de la actualidad de lo que ocurre en el barrio o en la vecindad
- Espacio para trabajar o estudiar ocasionalmente (escribir, leer...)

El mayor grado de acuerdo otorgado por lo jóvenes a muchas funciones sociales relativas al factor relacional y de cohesión son un exponente de que la hostelería representa un vector para la sociabilidad de las personas jóvenes, en ella construyen relaciones sociales, discuten de aspectos formales e informales del trabajo, establecen o construyen lazos sociales de apoyo y reciprocidad que no siempre permite la estructura formal en la nueva sociedad del trabajo.

Es importante destacar la valoración que las personas de menor edad, las más jóvenes, hacen de la función de los bares como espacios informales de trabajo. Ello nos lleva a pensar que esta función va a tener un mayor peso en el futuro, y que bares, cafeterías y restaurantes van a ocupar un lugar cada vez más importante como espacios para el trabajo individual, con el auge del teletrabajo, sino también como lugar de encuentro y reunión que, por sus características favorece la creatividad, el intercambio de opiniones menos condicionado por las jerarquías laborales, y la adopción de acuerdos.

---

**Las personas de menor edad valoran de manera destacada la función de los bares como lugares informales de trabajo, lo que sugiere que en el futuro ésta será una función cada vez más relevante de los bares**

---

Por su parte, las personas de mayor edad valoran especialmente la función más social o comunitaria de los bares como *favorecedores de la confianza en los vecinos del barrio o comunidad*.

## Percepción en función del género

Las diferencias de percepción también son destacadas en función del género.

Así, las mujeres muestran un mayor grado de acuerdo que los hombres en las siguientes funciones:

- Lugares idóneos para conocer gente, hacer nuevas amistades o establecer relaciones.
- Compartir momentos de ocio, como jugar a juegos de mesa, cartas...
- Lugares para informarse de la actualidad de lo que ocurre en el barrio o localidad.

Es destacable que son también las mujeres las que otorgan mayor valor a la función de los bares como espacios que *favorecen la inclusión social de personas con dificultades (mayores, recién llegados o inmigrantes...)*.

El estudio realizado detalla los descriptivos y el análisis estadístico inferencial, así como los resultados obtenidos para llegar a estas conclusiones de las diferencias de percepción en función de edad o género.

---

**Son las mujeres quienes más valoran la función de los bares como favorecedores de inclusión social de personas con dificultades**

---

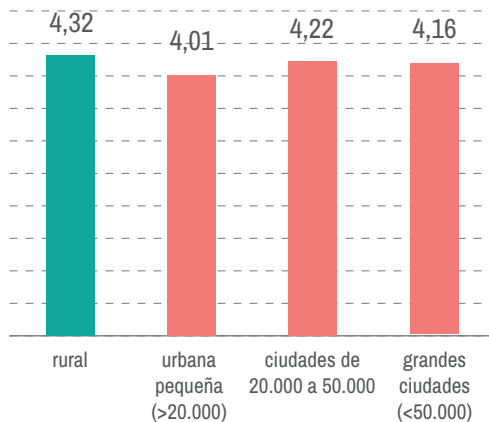
## Percepción en función del lugar de residencia

Los indicadores de cohesión y satisfacción vital no muestran una relación significativa con la ubicación o residencia de las personas (con el tipo o tamaño de población donde residen). Sin embargo, si que se aprecia una ligera tendencia a que todas las funciones sociales de los bares son más valoradas en las zonas rurales. Especialmente, las personas que viven en zonas rurales valoran en mayor medida que el resto, y con 4 o más puntos sobre 5:

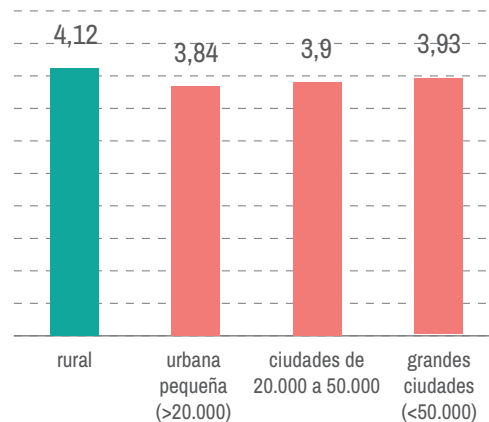
**Las personas que viven en zonas rurales valoran más que el resto todas las funciones sociales de los bares**

- Ser punto de encuentro entre vecinos/as, compañeros/as, amistades... (donde relacionarse socialmente). 4,32 puntos.
- Ver, compartiendo con otras personas, eventos deportivos. 4,12 puntos.
- Favorecen y generan vida vecinal. 4,09 puntos.
- Previenen el aislamiento, son una fuente de compañía. 4 puntos.

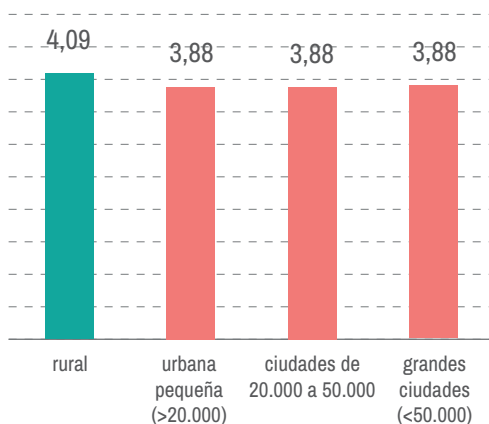
**Punto de encuentro entre vecinos, compañeros, amistades... (donde relacionarse socialmente)**



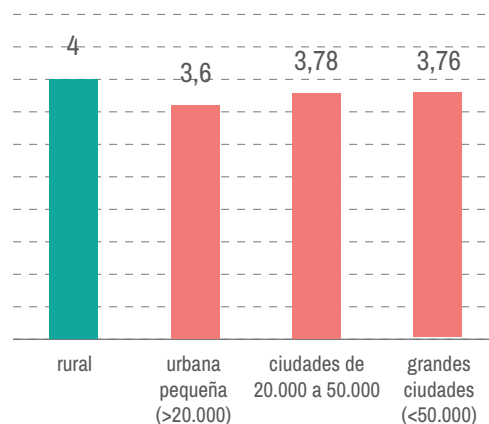
**Ver, compartiendo con otras personas, eventos deportivos**



**Favorecen y generan vida vecinal**



**Previenen el aislamiento, con una fuente de compañía**



## Percepción en función de la situación en la que viven

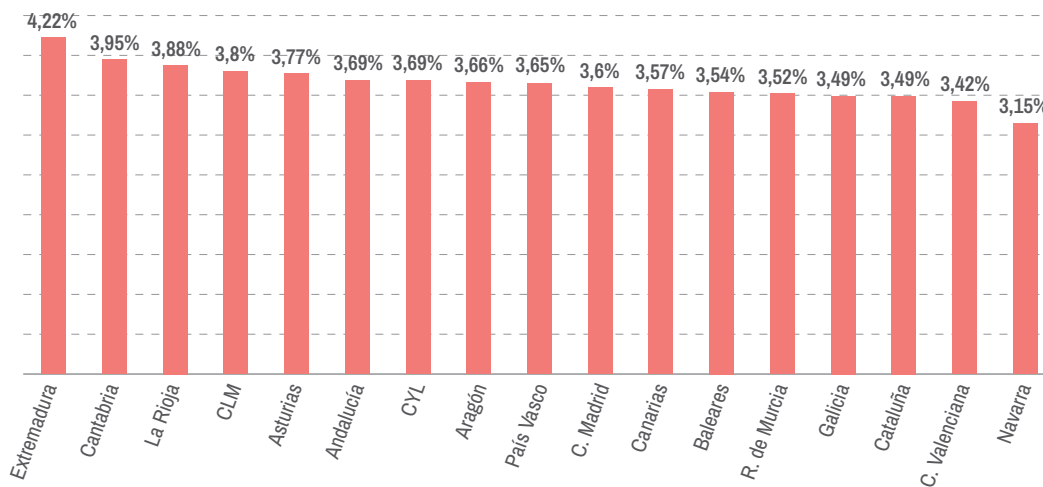
Las personas que viven en pareja o que tienen hijos son las que más valoran las funciones sociales de los bares.

Por el contrario, las personas que viven solas o viudos valoran menos estas funciones, salvo dos de ellas: “contribuyen a que los barrios o pueblos sean más seguros”, y que suponen un mayor “grado de confianza en los vecinos/as de su barrio o comunidad”.

## La valoración de las funciones sociales de los bares es diferente en las distintas Comunidades Autónomas

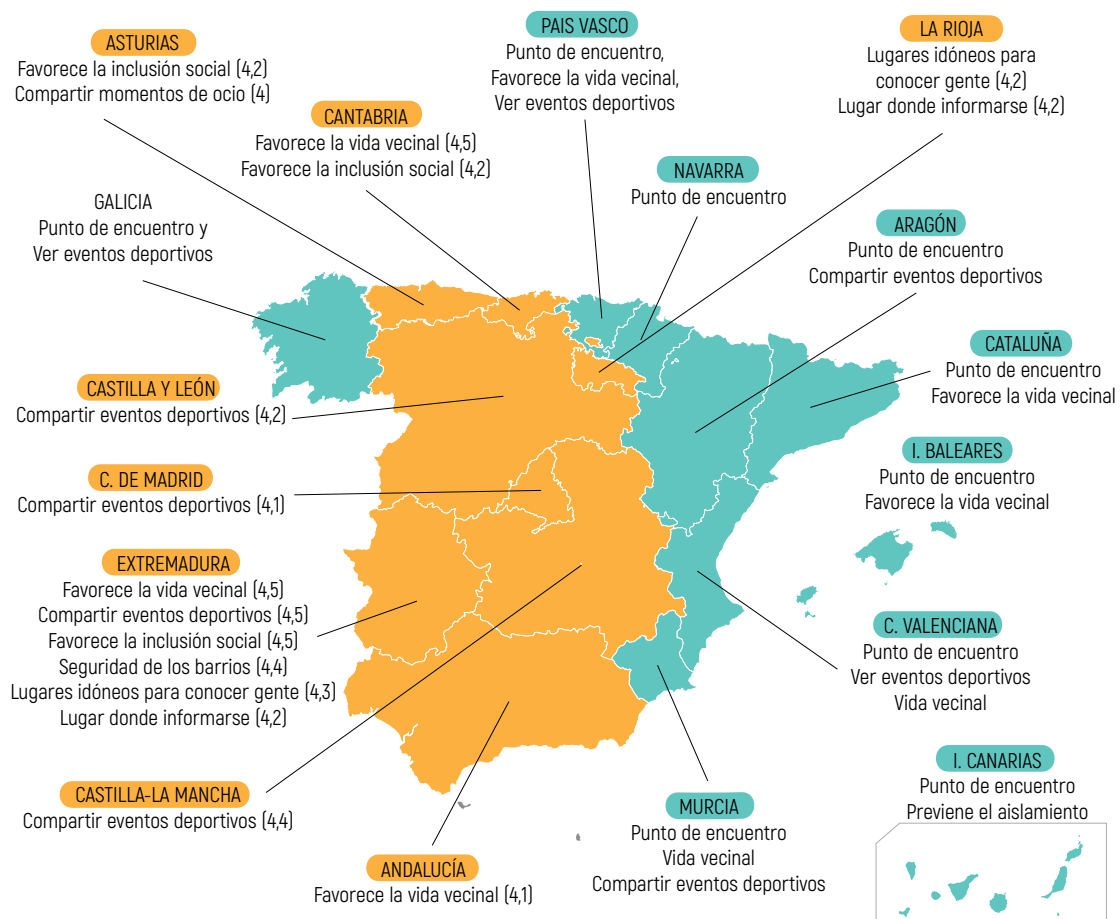
Extremadura, Cantabria, La Rioja, Castilla-La Mancha y Asturias, son las Comunidades donde más se valoran las funciones sociales de los bares (con puntuaciones superiores a 3,75 puntos en todas ellas). Por el contrario, es en Galicia, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Navarra donde menos, con puntuaciones inferiores a 3,5 puntos.

Valoración de las funciones sociales de bares, cafeterías y restaurantes



Tampoco se valoran igual todas las funciones sociales de los bares, en las diferentes Comunidades Autónomas. En el siguiente mapa se destacan aquellas más valoradas en cada una de ellas:

- En color naranja se muestran las CC.AA. donde las funciones indicadas se valoraron significativamente más que en el otras CC.AA.
- En color azul se muestran las CC.AA. donde no se recogen diferencias en las valoraciones, pero mostramos las funciones que mayor valoración recibieron.



# PERCEPCIÓN DE LAS FUNCIONES SOCIALES DE LA HOSTELERÍA DESDE LA PERSPECTIVA DEL PROPIO SECTOR Y DE LO SOCIAL

Hemos mostrado la percepción y la valoración que la población hace de las funciones sociales de la hostelería, en algunas de las cuales hemos ido incorporando las opiniones de las personas expertas, tanto del ámbito de la hostelería como de lo social. Ahora mostramos, a nivel general, cómo se perciben estas funciones desde el propio sector, contrastándolo con la percepción desde lo social, a través de las opiniones que nos transmiten las personas expertas en uno y otro ámbito.

## LA OPINIÓN EXPERTA

Estos son los aspectos que destacan uno y otro grupo de expertos/as:

Expertos/as hostelería		Expertos/as en lo social	
Compartir	1,39%	Calidad hotelera	2,56%
Conocer gente	4,17%	Cultura abierta	3,85%
Control social	2,78%	Cultura cambiante	1,28%
Disminuye soledad en mayores	13,89%	Cultura de acogida	1,28%
Empatía	2,78%	Atenúa soledad pers. mayores	1,60%
Epicentro ocio	4,17%	Atienden usuarios en el bar	2,40%
Forma evasión	6,94%	Compartir	1,60%
Función conexión	2,78%	Conocer personas nuevas	9,60%
Función acompañamiento	4,17%	Detector social / control	4,80%
Función escucha	1,39%	Epicentro ocio	11,20%
Función informativa	8,33%	Evasión	0,80%
Función integradora	1,39%	Forma conocer cultura	4,80%
Inclusión social	1,39%	Función informativa	5,60%
Ofrece alimentos	4,17%	Función socializadora	36,80%
Propicia relaciones sociales	34,72%	Gastronomía	0,80%
Se crean vínculos emocionales	2,78%	Generar afecto	1,60%
		Inclusivos / integradores	6,40%
		Oferta comida	4,80%
		Realización taller	1,60%
		Socialización personas mayores	3,20%
		Vertebr. y particip comunitaria	2,40%

Las **personas expertas en hostelería** destacan las funciones sociales que propician las relaciones sociales (34,72%) y disminuyen la soledad (13,89%). Se añaden otras funciones sociales importantes para los clientes como la función informativa (8,33%) de cara a transmitir información sobre recursos de la zona, edificios públicos, lugares, etc. En menor medida ofrecen alimentación, acompañamiento y conocer gente (4,17%). Algunos relatos:

**La hostelería teje muchas relaciones. (H)**

**El hostelero no es el psicólogo, pero es aquel que le da la conversación, se genera esto. (H)**

**En las personas mayores, evidentemente, es mucho más la posibilidad de conversación, la posibilidad de atención, la posibilidad de compartir ¿no? La que, la que ellos valoran más. (H)**

**Yo me quedaría con la función de empatía ¿no? También información. (H)**

**El corre ve y dile del barrio, lo que ha ocurrido, etc., y además de ello tienes la prensa donde te puedes informar de todo. (H)**

**Claro, mucha gente tiene el bar y el restaurante como compañía ¿no? Hay mucha gente que va a tomarse un café y está solo, no tiene aquí familia. (H)**

**Personas mayores acuden un montón. El pueblo de toda la vida, la persona mayor se toma su café y puede sociabilizar, con los vecinos, con las personas, leer la prensa, puede comentar noticias, ver la televisión, etc, son elementos de socialización en unos colectivos más que otros. Es verdad, que tenemos internet... Ya digo, hay cosas que desdibujan un poco todo eso, pero la función social es incuestionable. (H)**

Las **personas expertas en lo social** destacan más dimensiones sociales y comunitarias en las funciones con un abanico más amplio al tratarse de su principal foco de interés profesional. La más destacada con gran puntuación, es la función socializadora (36,8%), la función social como epicentro de ocio (11,2%), conocer personas nuevas (9,6%) y el papel como espacios inclusivos (6,4%). Coinciden, aunque en menor magnitud, con las personas expertas en hostelería en la función social informativa (5,6%). Es interesante que también se sitúa a estos negocios como detectores de problemas sociales y de agentes que permiten conocer la cultura de la zona (4,8%). Estos son algunos de sus relatos:

**Estos locales son el epicentro de todo el ocio de las relaciones sociales que hay dentro de la ciudad. (S)**

**Entonces, pensaba, en la gente mayor y en su soledad porque en los bares del pueblo, los casinos del pueblo, son a la vez el sitio donde ellos van a jugar a las cartas, donde miran el periódico gratis, donde se calientan en invierno. (S)**

**Entiendo que es un sitio para que puedan sociabilizar y puedan conocer a otras personas. (S)**

**Yo destacaría más la ventaja de que estas personas en exclusión social se sienten como en casa y les permite contactar con gente que de otra manera casi sería imposible. (S)**



## ¿Y SI DESAPARECIERAN LOS BARES...?

Como hemos puesto de manifiesto, acudir a bares o restaurantes permite satisfacer necesidades y carencias humanas, sociales, además de disfrutar de un rato de ocio o de atender necesidades básicas de alimento, bebida, etc. También ayudan a vivir en sociedad, a transmitir la cultura de la zona y por extensión, de la estructura social en su conjunto.

Por eso nos hemos planteado qué ocurriría si no existieran esos establecimientos, cuáles serían las consecuencias para la vida personal y para la vida colectiva. Y así se lo hemos preguntado tanto a las personas expertas en el propio ámbito de la hostelería, como a las expertas en el ámbito de lo social.

### LA OPINIÓN EXPERTA

Esto es lo que un grupo y otro destacan, imaginando una localidad sin bares:

Expertos/as hostelería		Expertos/as en lo social	
Perder lugar de encuentro	6,67%	Perder lugar de encuentro	26,67%
Perdería el intercambio	16,67%	Perdería función de socialización	40,0%
Perdería el vínculo social	2,78%	Perderíamos gastronomía	6,6%
Perderíamos la comunicación	36,67%	Perderíamos vida social	26,67%
Perdería el valor de la amistad	3,33%		
Perdería la transmisión cultural	6,67%		
Se perdería la vida en la calle	16,67%		

Las **personas expertas de hostelería**, según el análisis realizado en *ATLAS.ti* transmiten un nivel de importancia muy alto a la presencia de la hostelería en la sociedad por unanimidad (100%). Son parte esencial de la cultura y no podría existir una comunidad, ni una transmisión cultural, sin su presencia. Su importancia es tal, que sin ellos perderíamos comunicación (36,67%), la vida comunitaria en la calle desaparecería (16,67%), no existiría el intercambio entre los seres sociales (16,67%) y se perderían los vínculos sociales y comunitarios (13,33%). Sus relatos son contundentes:

**La hostelería tiene un gran valor el de la comunicación entre las personas, para mí ese es imprescindible, no habría comunicación. (H)**

**Si no existieran los bares, restaurantes, nos llevaría a encerrarnos en nosotros mismos a no tener comunicación con las personas y sentirnos maquinas. No sentirnos personas. (H)**

**Sin nuestros locales no habría vida en la calle. (H)**

No me imagino la vida sin bares o restaurantes. Sería una ciudad muerta, sin vida. Desde que nací ha sido así y como he dicho todo gira alrededor de ellos. (H)

No me imagino mi ciudad sin bares. Son todo para la vida y el corazón de la ciudad. Sin ellos las familias, los turistas, etc. no tendrían donde verse, compartir, etc. (H)

Las **personas expertas en el ámbito social** inciden más en el papel de los bares como lugar de encuentro que posibilita construir vida social (26,67%) y una vez más, en la consensuada función socializadora (40%). También señalan aspectos más específicos de los productos que ofrecen, indicando que se perdería la gastronomía española (6,66%). Este grupo también conceden un nivel de importancia muy alta a este apartado (96,3%) pero no de forma unánime como el anterior. Estos son algunos de sus relatos:

No sé lo que nos pasaría sin los bares, la sociabilidad... Ya te digo es una ciudad que en invierno hace mucho frío ¿vale? Entonces, no sé dónde nos juntaríamos, tanto gente joven como gente mayor. Te hablo de todos los sectores de la edad porque son por todo el mundo. No sé dónde nos juntaríamos si no tuviéramos los bares para poder ir. (S)

En las zonas rurales más todavía. De hecho, yo he acudido al cierre del único bar que había en el pueblo y ha sido como una desgracia ¿sabes? No se relacionaban, tenían ese punto de encuentro ¿no? (S)

Yo creo que son muy importantes. En los tiempos duros del confinamiento que no se podía salir, yo creo que notaba a la gente más triste, no sólo por la situación que estábamos viviendo, sino por no poder salir al bar porque eso aparte de que se relacionaban entre ellos, el cara a cara. Estaban perdiendo, capacidad de tener una relación diaria con alguien, de saludarse, de contarse las cosas, de... no sé cómo explicarlo bien. Es como si faltara algo, realmente no sé, yo considero que es básico para que la estructura social se mantenga. (S)



Que no te cierren el bar  
de la esquina...

---

J. Sabina

# 04 ■

## LA ESPAÑA VACIADA..., (o llena) de Bares

El **99,7% de la población española** vive en municipios que tienen algún bar.

**142.781 personas** viven en municipios sin bares.

**Casi uno de cada 5 municipios** españoles carece de bares (17,6%), aunque su tamaño medio es de 100 habitantes.

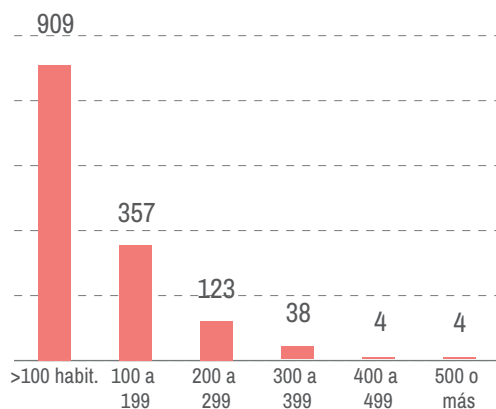
Como las personas expertas señalan, casi de manera unánime, siendo tan importante los establecimientos hosteleros de proximidad para la vida personal y colectiva, la carencia de bares en una localidad limita las oportunidades de desarrollo personal y la cohesión social. Por eso nos ha parecido importante constatar a cuantas personas afecta esta carencia en el lugar donde viven.

No ha sido tarea fácil, por las grandes diferencias de estructuración del territorio en nuestro país, ya que hay territorios donde el municipio se identifica con el núcleo de población, incluso en tamaños muy reducidos (con pocas decenas de habitantes), como es el caso de Castilla y León, Navarra o buena parte de Aragón, mientras que en otros territorios, como en Galicia o en varios territorios del norte de España, el municipio abarca un territorio extenso con numerosos núcleos de población, algunos de ellos con más habitantes que muchos municipios castellano-leoneses o de Aragón. Con la información disponible nuestro análisis se ha tenido que conformar con tomar como referencia el municipio, por lo que en los territorios o Comunidades donde municipio y núcleo de población se identifican, nuestro análisis refleja bien la realidad en cuanto a la posibilidad de sus habitantes de acceder a bares en el lugar donde viven, mientras que esta realidad no es tan evidente allí donde los municipios integran varios núcleos de población.

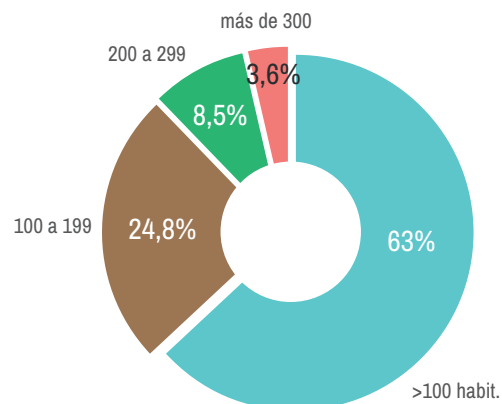
Con esta salvedad, el resultado de nuestra investigación muestra que **1.435 municipios españoles, el 17,7% de los 8.131 municipios que existen en nuestro país, carecen de bares.** Aunque es un porcentaje muy elevado, casi uno de cada cinco municipios, sin embargo, la población de los mismos apenas constituye el **0,30% de la población española, siendo 142.781 personas quienes habitan en municipios sin bares.** O, lo que es lo mismo, **el 99,7% de la población española tiene acceso a bares en su localidad.** Ello con la advertencia que hemos hecho de que pueden existir núcleos de población que tampoco dispongan de estos establecimientos, en municipios que integran varios de estos núcleos.

## Los municipios sin bares dibujan el mapa de la España vaciada

Número de municipios sin bares, según tamaño de población



Porcentaje de municipios sin bares, según tamaño de población



En todo caso, estos datos ponen de manifiesto el arraigo de estos establecimientos en nuestra sociedad, pudiendo afirmar que son uno de los servicios de proximidad con mayor presencia en todo nuestro territorio. Algo que debería ser muy tenido en cuenta en cualquier planificación del territorio o de los servicios para la ciudadanía.

Sin embargo, los 1.435 municipios sin bares, con sus 142.781 habitantes, definen perfectamente el mapa de la España vaciada. Son, en su inmensa mayoría, pequeños municipios. **El tamaño medio ni siquiera llega a los 100 habitantes (99,5%). El 88,2%, 1.266 de estos municipios, tienen menos de 200 habitantes, incluso 909 de ellos, 63,3% del total, menos de 100 habitantes.** No se ha encontrado ningún municipio de más de 500 habitantes sin establecimientos de hostelería de proximidad.

Nos habíamos propuesto conocer los municipios sin bares; pero lo que más nos ha llamado la atención ha sido la multitud de municipios con una población muy reducida, incluso con menos de 100 habitantes, donde hay bares abiertos. Quizás esos establecimientos merecerían una especial atención y un estudio más detallado para conocer su viabilidad y, sobre todo, su papel esencial para la vida de estos núcleos de población. Algunos de estos bares pueden mantenerse gracias a su posición en una carretera que recibe clientela de paso de manera habitual; otros es posible que puedan mantenerse gracias a los visitantes de fines de semana o vacaciones, o por estar situados en enclaves de especial interés turístico; otros, gracias a las ayudas que reciben por parte de los ayuntamientos que son, en ocasiones, titulares de los bares que sacan a gestión, con medidas de estímulo, como facilitar vivienda.

Sea como sea, estos establecimientos cumplen una función esencial en la vida de la localidad, de manera que son, sin duda alguna, uno de los últimos reductos contra la despoblación. Cuando alguno de estos bares, el último bar de la localidad, cierra, el riesgo de despoblación resulta prácticamente inevitable, por la pérdida de estímulos para la vida personal y por la desaparición de un espacio y de un servicio nu-

cleador de la vida colectiva. No es casualidad que, como hemos visto anteriormente, la valoración de las funciones sociales de los bares aumenta conforme disminuye el tamaño de la localidad.

---

### El bar del pueblo constituye uno de los últimos reductos contra la despoblación

---



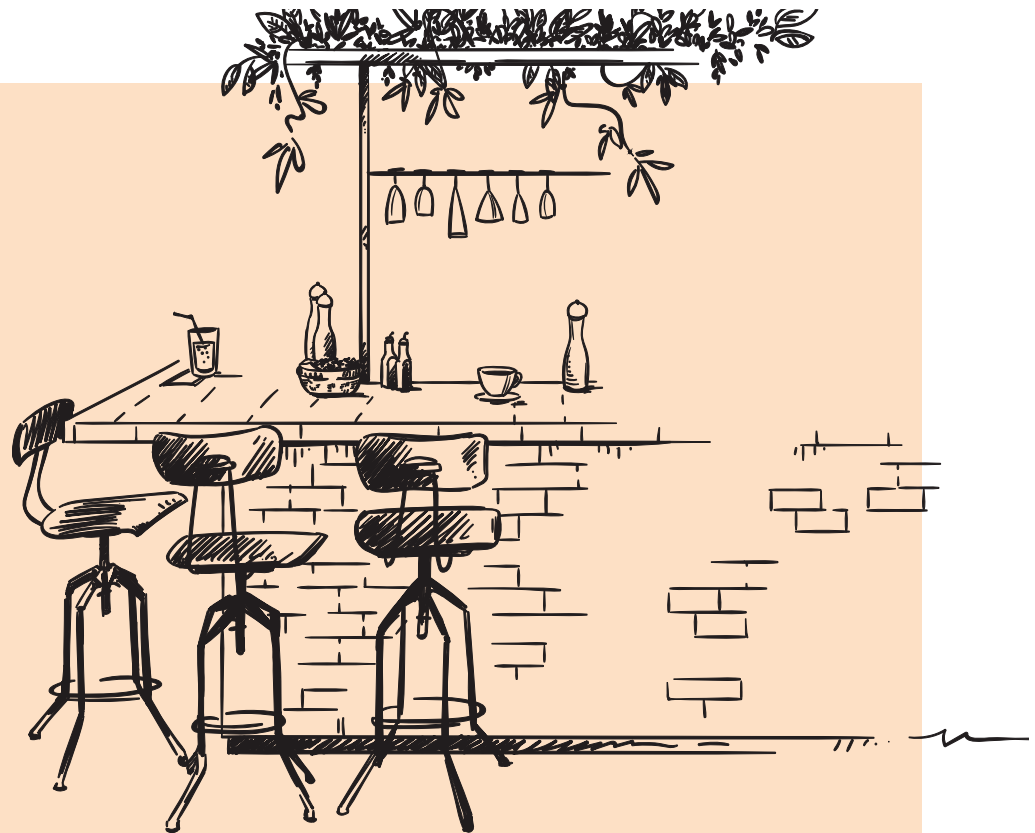
*Es maravilloso que todavía quede gente emprendedora que no permita que nuestros pueblos se queden sin un lugar donde se pueda reunir la gente en sus ratos de ocio. Un 10.*

*Desgraciadamente, a fecha de primavera de 2022, tenemos que decir que el bar C. de M. ha sido una víctima más de la España vaciada. Nos hemos quedado en el pueblo sin nuestro lugar de referencia y sin las cervezas fresquitas de Pablo y Pauli. Una pena. P.L.C.*

Reseña en Google sobre el último bar de un municipio de 128 habitantes. Junio 2022



Las administraciones públicas deben ser conscientes de esta realidad y activar medidas de apoyo para el mantenimiento de los bares allí donde constituyen el último reducto contra la despoblación. Medidas de apoyo a quienes los mantienen y gestionan, por parte de las entidades locales, y estímulos, beneficios fiscales y facilidades para poner en marcha esos negocios, por parte de las administraciones autonómicas, permitiendo además compatibilizarlos con otras ofertas de tipo comercial o de servicios, para hacerlos más rentables.



### Si no existieran, habría que inventarlos

*No concibo mi vida y mi trabajo en el medio rural sin un bar cerca. Me da igual si es un bar de alta calificación o una simple taberna. Lo que importa es que haya vida, y un bar es “fuente de bebida... pero sobre todo de vida”. Para los que conocemos lo que ahora se llama la “España vaciada”, si se cierra un bar, se quiebra parte de la vida del pueblo. Los bares en nuestro país, forman parte de la cultura, y como tal deberían estar protegidos, subvencionados o al menos contar con las facilidades para poder seguir prestando servicios privados, pero en muchos casos: servicio público. Porque nada hay más integrador que un lugar donde conversar, discutir, arreglar el barrio, el pueblo, la provincia, y hasta el mundo entero, y donde compartir un café o una caña se convierte en un rito de socialización que es muy difícil sustituir. Defendamos, amemos, bebamos, compartamos..., en definitiva, evitemos que nuestros bares desaparezcan.*

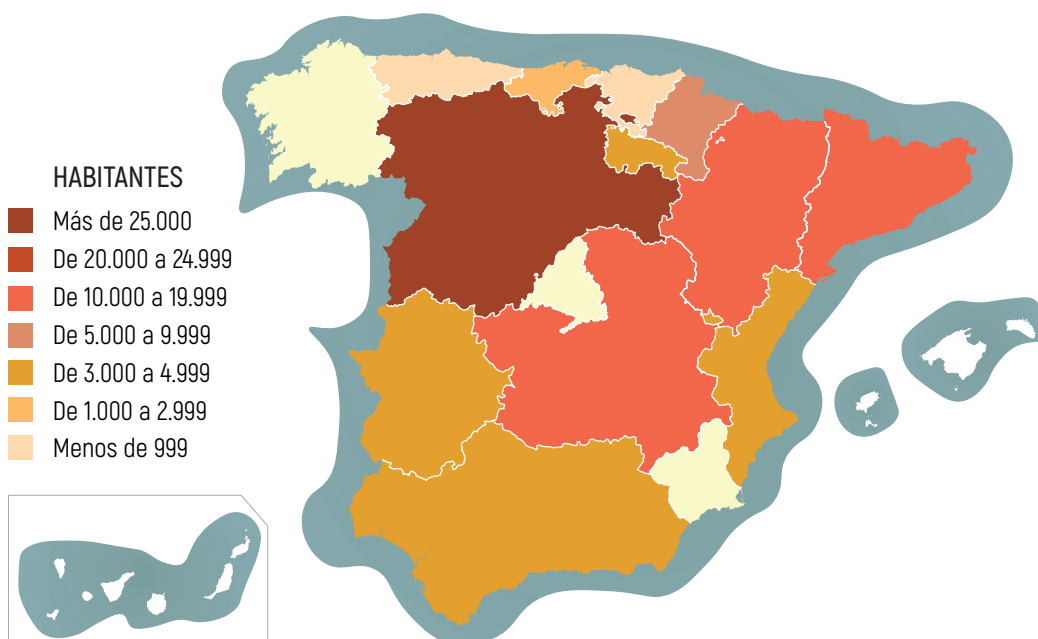
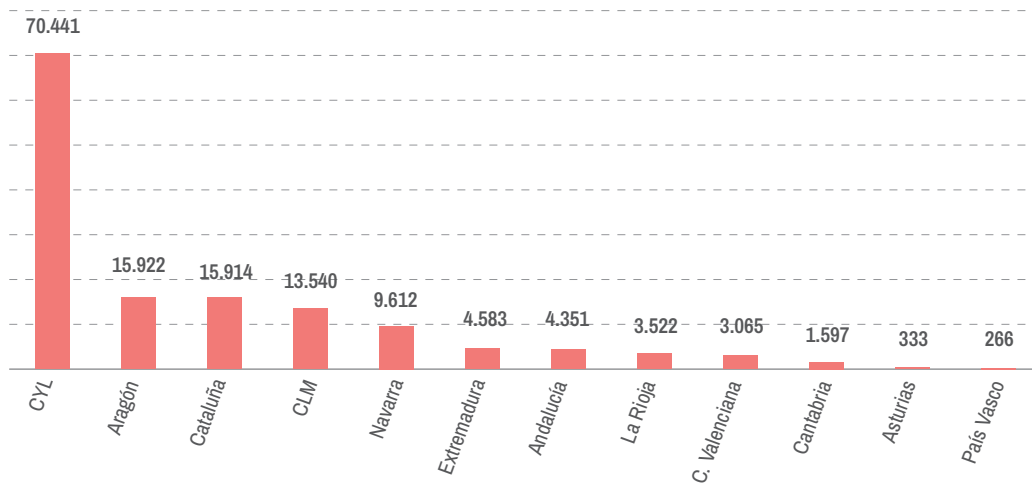
Damián Rojas Gómez. Trabajador Social. Castilla-La Mancha

## MUNICIPIOS SIN BARES, POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Castilla y León concentra casi la mitad de la población que vive en municipios sin bares (70.441 habitantes, 49,3% del total), sin duda alguna como consecuencia de que es la Comunidad con mayor número de municipios de menor tamaño de población. Cataluña, Aragón, Castilla-La Mancha superan los 10.000 habitantes en municipios sin bares, y Navarra se acerca a esa cifra.

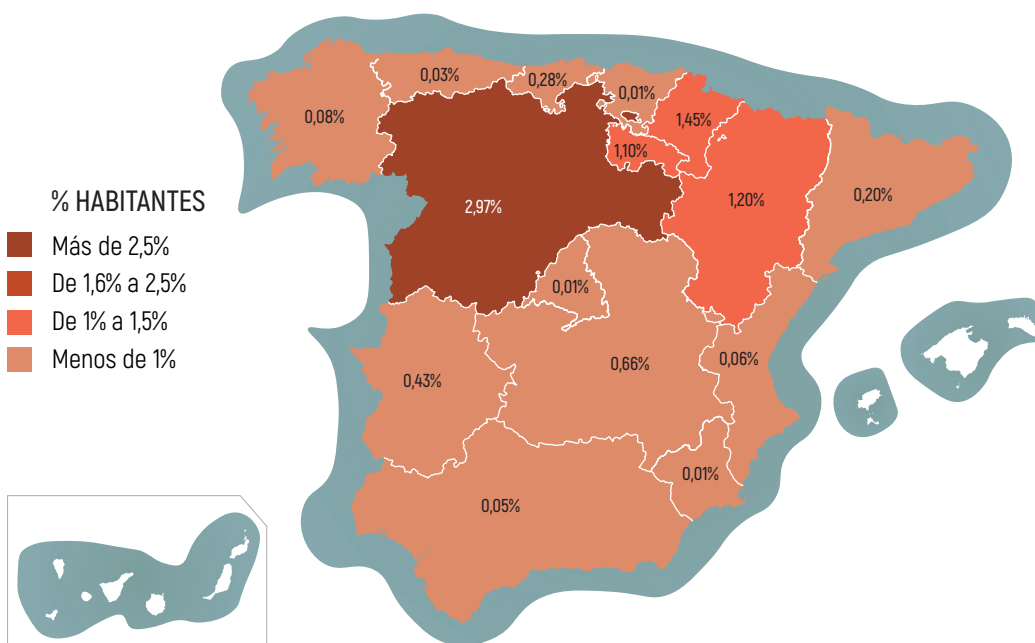
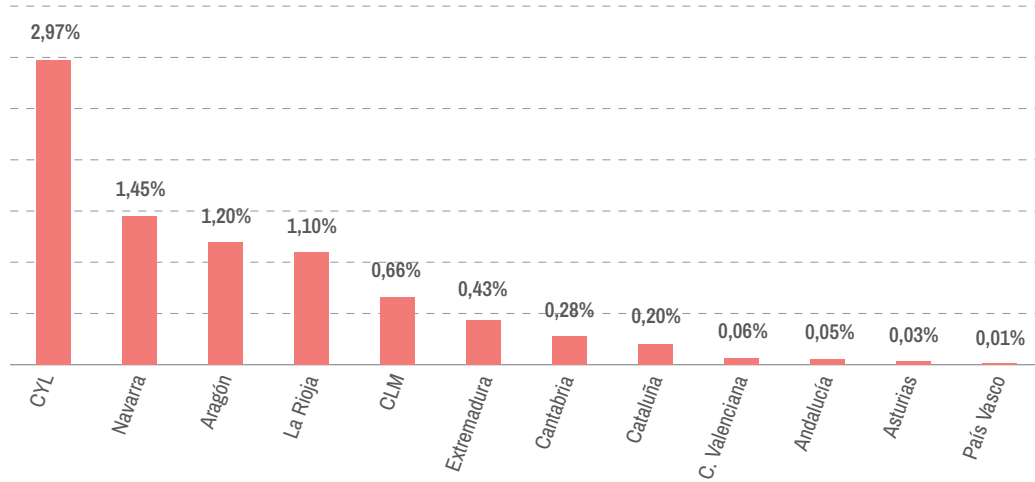
En el otro extremo, cinco Comunidades tienen algún bar en todos sus municipios: Baleares, Canarias, Galicia, Madrid y Murcia. Las dos primeras debido a la importante presencia del turismo, que incrementa la oferta establecimientos hosteleros en su territorio; en el caso de Galicia la explicación puede deberse a que los municipios integran un conjunto de núcleos de población (no hay municipios de pequeño tamaño), y tanto Madrid como Murcia, debido a que tampoco tienen municipios con poca población.

Número de habitantes en municipios sin bares



En términos relativos, este es el porcentaje de población que vive en municipios sin bares en cada una de estas Comunidades:

**Porcentaje de habitantes en municipios sin bares, sobre el total de habitantes de la Comunidad**



También en términos relativos es Castilla y León la Comunidad que destaca con el mayor porcentaje de población que vive en municipios sin bares, casi el 3% de la misma. Navarra, Aragón y La Rioja son las tres Comunidades que, junto a Castilla y León, superan el 1% de su población en municipios sin bares.

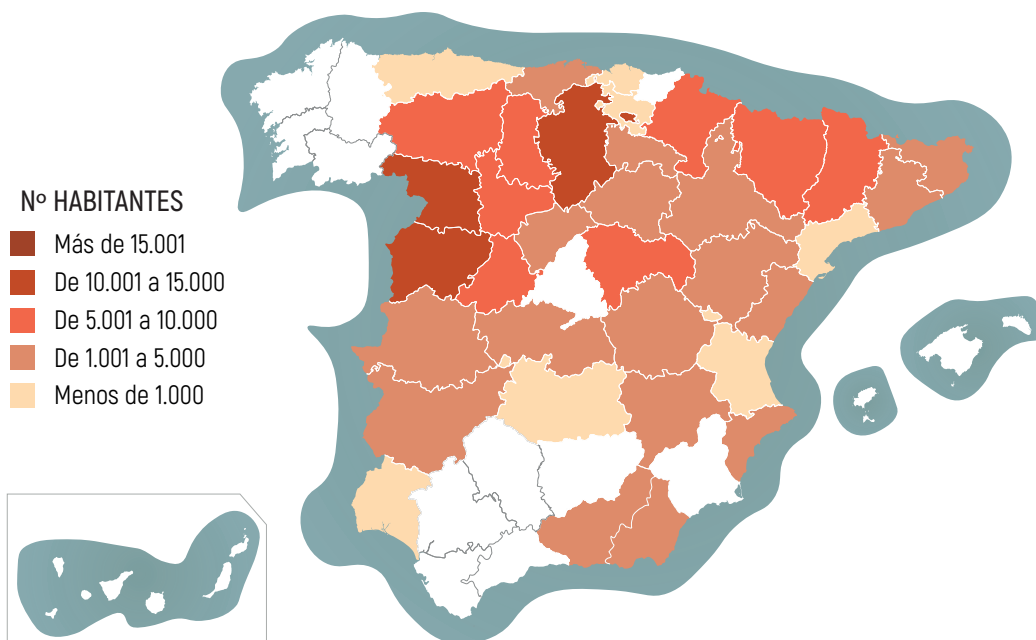
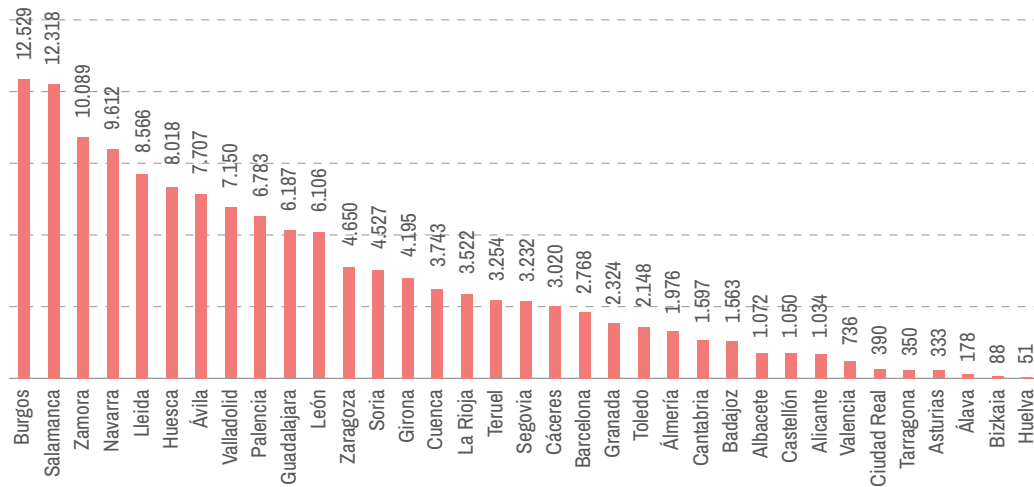
El resto tienen porcentajes irrelevantes, por debajo del 0,1%.



## MUNICIPIOS SIN BARES, POR PROVINCIAS

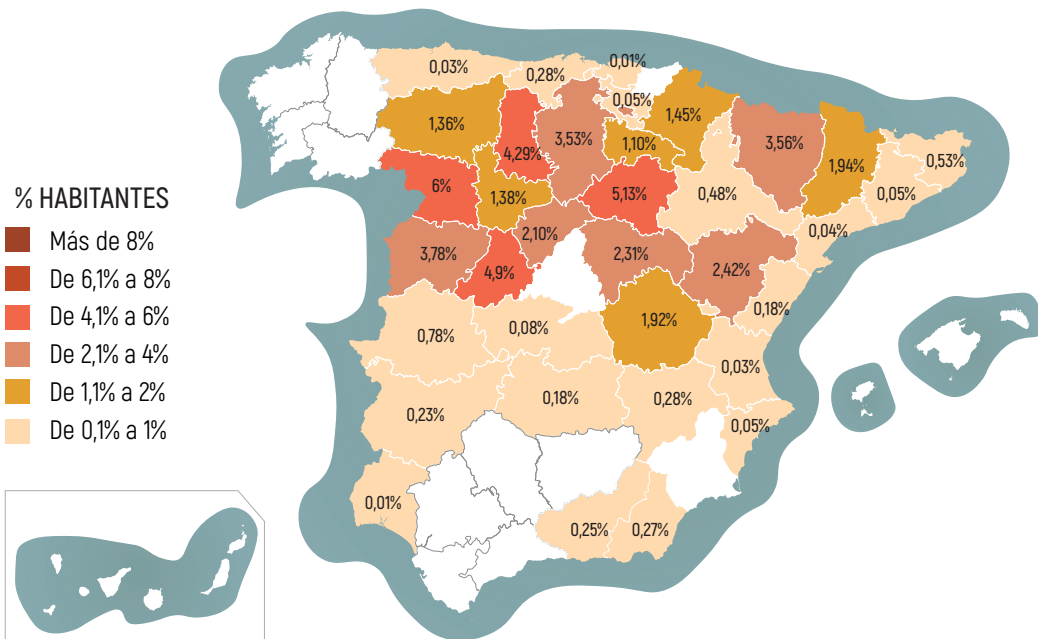
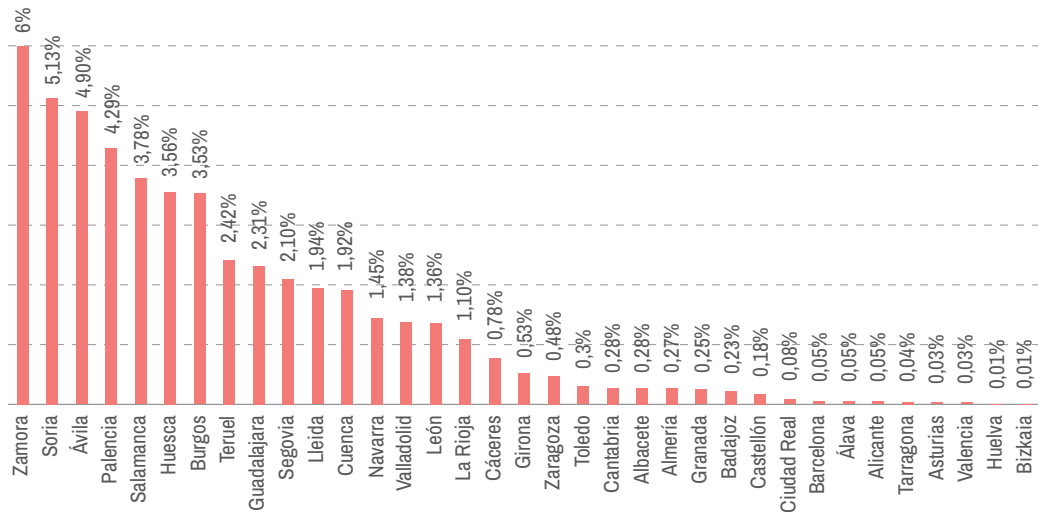
**35 de las 50 provincias españolas, tienen algún municipio sin bares**, destacando Burgos, Salamanca y Zamora, tres provincias castellano leonesas, con más de 10.000 habitantes en municipios sin bares. Otras 8 provincias superan los 5.000 habitantes en municipios sin bares: Navarra, Lleida, Huesca, Valladolid, Palencia y León. Son 15 las provincias donde todos sus municipios tienen algún bar.

Habitantes en municipios sin bares por provincias



**16 provincias tienen más del 1% de su población en municipios sin bares. Destaca Zamora y Soria,** con porcentajes superiores al 5%. El resto, 19 provincias tienen menos del 0,1% de su población en municipios sin bares, por lo que se trata de porcentajes irrelevantes. Y, como se ha dicho, en 15 provincias todos sus municipios tienen algún bar.

**Porcentaje de habitantes en municipios sin bares, sobre el total de población de la provincia**



Mapa de municipios sin bares:

<https://bit.ly/3Vemez3>



# LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA HOSTELERÍA

Convivencia y ciudadanía



ASOCIACIÓN ESTATAL DE  
DIRECTORAS Y GERENTES EN  
SERVICIOS SOCIALES

Asociación de directoras y gerentes  
de servicios sociales de España