

A portrait of José Antonio Aparicio, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit jacket over a white shirt. He is smiling slightly. The background is dark with a red graphic element on the right and a grid of letters on the left.

**JOSÉ
ANTONIO
APARICIO**

José Antonio es licenciado en Ciencias Empresariales por la Complutense y master en gestión de establecimientos turísticos. Empresario, economista y auditor. Lleva 23 años en la empresa privada con locales de hostelería. Preside desde hace 17 años el Gremio de restauradores de la Plaza Mayor de Madrid y desde junio de 2021 es presidente de Hostelería Madrid y vicepresidente de Hostelería de España.



El presidente de Hostelería Madrid repasa en esta entrevista algunas de las cuestiones más actuales: sus relaciones con la Administración, la relevancia de un sector que es básico en la economía del país, por dónde pasa el futuro de la hostelería, la cuestión de los horarios, la necesidad de trabajar unidos para ser más fuertes y defender mejor sus intereses, etc.

“DEBERÍA FOMENTARSE LA RELACIÓN MADRID-BARCELONA DESDE LA SOCIEDAD CIVIL”

JOSÉ ANTONIO APARICIO, presidente de Hostelería Madrid.

José Antonio, hace pocas semanas coincidimos en una reunión en la que manifestabas tu insatisfacción con los apoyos públicos de Madrid al sector de la hostelería...

No me refería a una administración en concreto sino a que nuestro sector no tiene una consideración acorde a su importancia económica y social en la Administración General del Estado, de hecho, en muy pocas administraciones queda integrado en la estructura con nombre propio y dotación presupuestaria específica. Es habitual integrarnos en turismo diluyendo nuestra presencia y perdiendo el protagonismo que merece el sector que, no olvidemos, agrupa restauración y alojamiento, dos pilares básicos de nuestra economía.

En mi opinión, durante la pandemia, el sector empatizó con la población que comprendió la importancia de bares, restaurantes y cafeterías en nuestras vidas. Y tanto el Ayuntamiento como la Comunidad tomaron medidas para ayudar a las empresas que, al estar cerradas, se desangraban por momentos. Se nos permitió trabajar en los exteriores con terrazas, se aplicaron exenciones en tasas municipales para reducir gastos y la Comunidad de Madrid buscó un equilibrio entre sanidad y economía con medidas más valientes que otras comunidades. El apoyo fue, básicamente, permitirnos trabajar y escucharnos para que las restricciones sanitarias fueran las adecuadas.

Los fondos europeos ayudaron a todas las empresas españolas a superar la pandemia, si bien no llegaron finalmente a sus destinatarios en el porcentaje y con la rapidez adecuada. Se han tenido que devolver una importante cantidad de estos fondos por una inadecuada gestión pública.

A nivel estatal hubo que movilizarse para que nuestra hostelería fuera incluida en el colectivo de actividades protegidas por los ERTES. Estuvimos muchos meses fuera por esa falta de sensibilidad que mencionaba anteriormente.

¿Por qué crees que existe esta falta de interés hacia un sector que es tan relevante en la economía y que además es la ventana que abrimos al turismo?

Es sorprendente que escuchemos de nuestros responsables políticos afirmaciones tan injustas como que España es un país de camareros o que nuestra profesión no aporta valor. Somos un sector fraccionado con un tamaño medio de empresa muy reducido, donde 9 de cada 10 empresas tienen menos de 10 trabajadores, pero lideramos la creación de empleo y, en estos momentos, somos líderes mundiales con nuestra gastronomía como punta de lanza. Los prejuicios y el desconocimiento juegan en contra y también la falta de experiencia empresarial de algunos responsables políticos. En todo caso, los gobiernos pasan mientras las empresas quedan y seguirán abriendo sus persianas a diario por mucho tiempo.

“La capacidad de crear nuevos productos con la evolución que está habiendo en la cocina y con la calidad de producto que tenemos en España, es una de las grandes razones de la buena valoración que nos dan los consumidores”

“La buena noticia es que no se han producido caídas en la actividad y el sector sigue tirando del empleo y liderando la recuperación tras la pandemia”

¿Cuál dirías que es el estado del sector en cuanto al nivel de negocio, rentabilidad, capacitación técnica, atractividad?

Hablamos de un sector de pymes con dificultades de acceso a financiación que dependen de la facturación diaria para salir adelante. La pandemia endeudó sus balances y necesitan tiempo para la recuperación. Desde luego, el escenario inflacionista y la presión en los costes no es el más adecuado para consolidarlas. Preocupa, y mucho, la caída de los márgenes y la rentabilidad, y el descenso de la productividad, que es muy evidente en el sector. La buena noticia es que no se han producido caídas en la actividad y el sector sigue tirando del empleo y liderando la recuperación tras la pandemia. Se encuentra en una fase de reestructuración, pues la sociedad ha cambiado sus hábitos de ocio y consumo y es necesario adaptarse rápidamente a las nuevas pautas de la demanda. Tenemos un déficit evidente de capacitación profesional de nuestros trabajadores con establecimientos cada vez más atractivos y

sorprendentes, para satisfacer a un cliente muy exigente que dispone de muchas alternativas para elegir. Estamos viviendo muchos cierres con reaperturas inmediatas que renuevan nuestra hostelería. Esperemos que estos nuevos proyectos no sean efímeros.

En algún momento te hemos oído decir que podríamos “morir de éxito”.

Como empresario hostelero con local abierto en el centro de Madrid me preocupa que mi ciudad sea capital gastronómica mundial y que no cumplamos las expectativas de quienes, en estos momentos, nos ven como modelo a seguir a nivel mundial.

Tenemos problemas con nuestro personal en lo cuantitativo y en lo cualitativo y mucho por mejorar en la gestión pública, para que las inversiones que están llegando puedan fructificar. Hay mucho talento en la hostelería de Madrid y una gran demanda de los ciudadanos. El sector genera empleo y, sin embargo, muchos empresarios no





utilizan toda su capacidad disponible por falta de recursos humanos. Si desde el gobierno central no se impulsa un plan estratégico de recursos humanos para el sector, podríamos ver cómo se resiente la calidad del servicio, que es nuestro principal valor.

Cuando hablamos de la hostelería de Madrid, parece inevitable la comparación con la de Barcelona... ¿Cuál es tu valoración comparando ambas?

Pues la conclusión sería que las decisiones políticas pueden encumbrar ciudades, pero también deteriorar su prestigio. Como empresario madrileño orgulloso de mi país creo que el binomio Madrid Barcelona no tiene comparación a nivel mundial y que se debería trabajar en fomentar esa relación desde la sociedad civil. Me resisto a comparar ciudades hermanas en momentos en los que alguna de ellas pasa dificultades. Deseo que Barcelona pueda recuperar su enorme empuje y dinamismo porque será bueno para todos y, especialmente, para nuestros compañeros hosteleros barceloneses que han sufrido mucho. Y estoy convencido que esto va a ocurrir muy pronto, conociendo la pujanza de su tejido empresarial.

La hostelería -como cualquier otra actividad económica- va muy ligada a la evolución general de la economía... ¿Está adaptada a las necesidades y caprichos de los nuevos consumidores?

Podríamos decir que el proceso ha empezado y es imparable. La hostelería lleva tiempo cambiando sus hábitos y la oferta. Las horas de cierre se han adelantado al menos dos horas, desplazando el consumo a la tarde y renunciando a las largas sobremesas de comida y cena, que obligaban a alargar los turnos. La pandemia ha reducido severamente el consumo en barras, que se ha trasladado a las terrazas incrementando los tiempos de servicio porque el cliente las considera espacio de socialización y encuentro. La pujanza del *delivery*, la apuesta por la sostenibilidad en el ejercicio de la profesión y la apuesta por dietas saludables con productos de proximidad es evidente. Si en algo se caracterizan nuestros empresarios es en su capacidad para evolucionar y adaptarse al cliente. La capacidad de crear nuevos productos con la evolución que está habiendo en la cocina y con la calidad de producto que tenemos en España, es una de las grandes razones de la buena valoración que nos dan los consumidores. Si a ello unimos las inversiones y la capacidad de crear nuevos ambientes, es evidente que muchos proyectos innovadores lo están consiguiendo.

Nuevos horarios (noche, madrugada...) ¿hay realmente necesidad?

El futuro de nuestra hostelería pasa porque sea sostenible económica, social y medioambientalmente hablando. En primer término, si existe una demanda efectiva de este

servicio nocturno puede surgir una oferta que cumpla con la normativa de aplicación y que proporcione ese servicio de manera ordenada a las personas que lo requieren, siendo la empresa rentable y creando empleo. Pero, en lo social, es fundamental que esa actividad se lleve a cabo de manera conciliada sin perjudicar los intereses de vecinos y residentes y su descanso. Si además hablamos de un proyecto comprometido con un balance medioambiental positivo hablamos de una oportunidad de crecimiento de alto valor añadido.

¿Qué opinas del *delivery*? ¿Ha terminado su curva creciente?

Hablamos de una línea de negocio que no todas las empresas pueden explorar. No se puede negar la importancia de un servicio que permite a algunas empresas crecer y proporcionar un servicio demandado, especialmente entre los más jóvenes y en barrios residenciales. Tenemos que ser conscientes de que trasladar un producto elaborado en cocina hasta un domicilio particular es una cadena compleja de operaciones que incluye aspectos sanitarios, de movilidad y de seguridad de los trabajadores. También de calidad de producto final. La problemática de los “riders” o la de las “cocinas fantasmas” pueden suponer un freno para el crecimiento del servicio a futuro.

En cuanto a la inflación... ¿crees que queda espacio para subir los precios?

El sector de la hostelería es, tradicionalmente, muy reacio a subir precios y, cuando lo hace, es siempre con retraso respecto del IPC general. El escenario macroeconómico mundial, tras una pandemia demoledora y conflictos geopolíticos muy cercanos y serios, han derivado en una espiral inflacionista sin precedentes que las empresas están sufriendo en carne propia. Casi se nos ha olvidado la subida de precios energética, que fue en media del 370% para las pymes y que duró varios meses. Las cuentas na-

“Somos un sector fraccionado con un tamaño medio de empresa muy reducido, donde 9 de cada 10 empresas tienen menos de 10 trabajadores, pero lideramos la creación de empleo”

“Es habitual integrarnos en turismo, perdiendo el protagonismo de un sector que agrupa restauración y alojamiento, dos pilares básicos de nuestra economía”

cionales reflejan una situación muy preocupante, con tipos de interés elevados y mucho dinero en circulación. Aun así, creo que la inflación está controlada con las medidas de política económica conjuntas desde la Unión Europea y que los precios en el sector han tocado techo.

¿Encajan las mejoras o el desarrollo del servicio en la nueva ecuación de los bares y restaurantes?

Si miramos la enorme cantidad de propuestas novedosas y atrevidas que empresarios están presentando en Madrid y el apoyo de grandes inversores a estos proyectos podemos concluir que hay viabilidad para la mayor parte de ellos. Somos un sector atractivo y con futuro, acostumbrado a transformarse y reinvertir en los negocios. Muchas de nuestras empresas son familiares con años de historia que han vivido crisis y recuperaciones mirando al futuro y haciendo inversiones. Nuestros clientes valoran las mejoras y la apuesta por un servicio de calidad con materia prima de primer nivel, instalaciones adecuadas y valoran mucho los esfuerzos en sostenibilidad que la hostelería está haciendo. Está dispuesto a pagar un diferencial de precio por vivir una experiencia atractiva y conocer las medidas concretas que el establecimiento realiza en su compromiso con el medio ambiente. Nuestro trabajo es persuadir a los hosteleros de que invertir en digitalización, formación y sostenibilidad tiene efectos muy positivos y ahorro de costes en el futuro.

Finalmente... ¿no crees que falta un cierto desarrollo en el sentimiento de pertenencia por parte de todos los actores (proveedores, distribuidores y restauradores)? ¿Qué podemos hacer para incrementarlo?

Sin duda. Hostelería Madrid, como asociación decana y más representativa de la Comunidad de Madrid, trabaja

día a día para sensibilizar a nuestros empresarios de que es necesario que se asocien y nos acompañen en nuestra misión de defensa sectorial. Por menos de un euro al día podemos sumar a la hora de ganar representatividad en las negociaciones con las administraciones y también en términos de diálogo social. En estos momentos negociamos el convenio colectivo del sector de hostelería para la Comunidad de Madrid y la fuerza que tiene el sector en esa mesa depende directamente del número de asociados. Muchos de nuestros hosteleros desconocen que gran parte de los problemas que tienen en su día a día pueden ser resueltos por especialistas con años de experiencia y dedicación exclusiva, con más de 30 personas trabajando a diario por sus intereses, haciendo lobby y dando servicios concretos y adaptados a las áreas de sus empresas.

La alianza de las empresas del canal Horeca es otro de los grandes retos y una asignatura pendiente que no debemos olvidar, porque es más necesaria que nunca. Existen obstáculos, pero en plena pandemia el sector se visibilizó en las calles exigiendo ser incluido en las líneas de ayudas y obtuvimos resultados. Como conclusión, toda colaboración y ayuda entre las empresas del canal será poca para mejorar la valoración del conjunto de empresas de hostelería en algunas administraciones. Llegarán normas, obligaciones e impuestos que requerirán la reacción conjunta del sector. Será el momento de hacer valer el papel que el artículo 20 de la Constitución otorga a las asociaciones legalmente constituidas como interlocutor necesario para canalizar las demandas de la sociedad civil.

La unión siempre hará la fuerza y, en este caso concreto, hablamos de las de más de 30.000 empresas de hostelería de la Comunidad de Madrid.

HOSTELERÍA MADRID

Fundada en 1882, Hostelería Madrid es la Asociación de Hostelería de referencia de la Comunidad de Madrid que representa a los empresarios de hostelería y restauración ante las administraciones locales y autonómicas. Es la encargada de negociar el Convenio Colectivo de Hostelería y ofrece los servicios de gestión empresarial más competitivos y especializados del mercado.

Organiza eventos de referencia para potenciar la imagen y el consumo de los locales asociados y es referente para el colectivo en la defensa sectorial.