vinetur

Tapapiés suspende su próxima edición para buscar un formato compatible con la vida vecinal

El festival elevaba la facturación media más de un 25% en bares y restaurantes del barrio

martes 15 de septiembre de 2026



La Asociación de Comerciantes de Lavapiés Distrito 12 anunció este martes, 15 de septiembre, que Tapapiés no celebrará su decimosexta edición este año y aplaza su regreso a 2027. La entidad, organizadora del Festival de Tapas y Música del barrio

madrileño, afirma que trabaja en “un formato sostenible” que permita mantener la actividad comercial sin alterar la convivencia con los vecinos.

La decisión deja a Lavapiés sin una de sus citas anuales de mayor afluencia. Desde 2011, el festival se había celebrado de forma ininterrumpida y, durante 11 días de la segunda quincena de octubre, atraía a miles de visitantes del resto de Madrid, de otras zonas de España y del extranjero.

La presidenta de la asociación, Carmen Gordo, señala que el objetivo es diseñar “una fórmula alternativa que no congregue tanto público en la calle, pero que siga promocionando la variada gastronomía multicultural” del barrio. La entidad recuerda que en Lavapiés conviven más de 80 nacionalidades censadas, un rasgo que ha marcado la oferta gastronómica de Tapapiés desde su inicio.

La suspensión tendrá un efecto directo sobre bares y restaurantes de la zona. Gordo cifra en más de un 25% el aumento medio de facturación que obtenía la hostelería gracias a la venta de tapas y cerveza durante el festival. En algunos locales, añade, el repunte llegaba hasta el 75%.

Los hosteleros asociados avisan de que la ausencia de la cita puede tener consecuencias para los negocios más pequeños. Antonio Amago, propietario de La Musa de Espronceda, en la calle Santa Isabel, sostiene que la recaudación de esos días era “vital” para los participantes y la define como “el salvavidas de todo el trimestre”. La asociación admite que algunos establecimientos podrían verse obligados a cerrar si no logran compensar esa pérdida de ingresos.

En un sector muy dependiente del volumen de ventas en periodos concretos, once días con ese nivel de actividad pueden condicionar buena parte de las cuentas de un trimestre. En Lavapiés, el festival funcionaba además como una campaña comercial compartida entre decenas de negocios, con una visibilidad difícil de reproducir fuera de una cita de barrio de gran escala.

Tapapiés no solo servía para impulsar la hostelería. En sus 15 ediciones, el festival se extendió también a los mercados de San Fernando y Antón Martín y reunió a bares y restaurantes de orígenes muy distintos, con tapas inspiradas en cocinas de numerosos

países. A esa oferta sumaba cientos de conciertos gratuitos en calles y plazas, además de funciones teatrales y actividades infantiles. La organización recuerda también que, a lo largo de estos años, se repartieron miles de euros en premios entre las tapas ganadoras y el público.

Ese formato convirtió la cita en uno de los principales focos de atracción del otoño en el centro de Madrid, pero también elevó la presión sobre el espacio público del barrio durante varios días. La solución que ahora busca la asociación pasa, en palabras de sus responsables, por reducir la concentración de público sin renunciar a la promoción gastronómica y comercial de Lavapiés.

La vicepresidenta de la entidad, Marta García Domínguez, agradece el apoyo recibido durante estos 15 años y plantea mantener la colaboración con el Ayuntamiento de Madrid y con los vecinos para relanzar el festival el próximo año bajo otras condiciones. Por el momento, la organización no ha precisado ni las fechas ni el modelo con el que prevé recuperar Tapapiés.

Fundada en 2005, la Asociación de Comerciantes de Lavapiés Distrito 12 agrupa a más de 250 comercios, bares y restaurantes. Además de Tapapiés, impulsa otras iniciativas de barrio como CALLE y el Día Mundial de la Tapa.