El cambio de hora impulsa un 38% el pago digital en bares y food trucks en España

El terraceo y el tapeo evolucionan con más consumo al aire libre y nuevas tendencias digitales

martes 17 de marzo de 2026

El cambio al horario de verano en España no solo ajusta los relojes, sino que también transforma los hábitos de consumo en bares, restaurantes y food trucks. Según un análisis de SumUp, empresa especializada en soluciones de pago para comercios, la llegada de más horas de luz en primavera actúa como un acelerador del consumo, especialmente a través de pagos digitales.

Durante 2025, los pagos sin efectivo en bares, restaurantes y food trucks crecieron un 38% a nivel nacional. Las ciudades que registraron mayor dinamismo fueron Santa Cruz de Tenerife, con un aumento del 57,7%, Cádiz con un 34,3% y Málaga con un 21%. Estos datos reflejan el avance del consumo sin efectivo en el sector de la hostelería.

Tras el último cambio de hora, en abril de 2025, los pagos digitales en food trucks en Barcelona aumentaron un 53,9% respecto a marzo. En Bilbao, el gasto con tarjeta en bares, restaurantes y food trucks subió un 38%. Sevilla experimentó un crecimiento del 32% en bares y del 19,2% en restaurantes. En Cádiz y Granada, donde la cultura del tapeo es muy fuerte, el gasto digital en restaurantes creció un 21,4% y un 12,6% respectivamente. Santa Cruz de Tenerife registró un aumento del 24,4% en food trucks y Palma de Mallorca del 21,5% en restaurantes.

Valerio Corsetti, Jefe de Ventas de SumUp en España, señala que para los comerciantes es fundamental entender esta estacionalidad. Recomienda reforzar el servicio en terraza, adaptar horarios y optimizar la gestión del punto de venta durante las semanas de mayor rotación. Según Corsetti, el cambio de hora amplía el tiempo de socialización y favorece el consumo espontáneo en terrazas y espacios abiertos. Además, cuando se alarga la tarde, aumenta la frecuencia de visita y el gasto en bares y food trucks, especialmente a través de pagos digitales.

SumUp prevé que el próximo 28 de marzo, con el nuevo cambio de hora, se repita el impacto positivo en el consumo del sector. La empresa también analiza cómo el terraceo y el tapeo están evolucionando en España, impulsados por las tendencias digitales y las redes sociales.

El terraceo vuelve a ser protagonista en primavera. Más horas de luz se traducen en más encuentros informales, mayor consumo al aire libre y visitas más frecuentes a bares y restaurantes. Para muchos consumidores, la experiencia comienza antes de sentarse en la mesa, buscando en redes sociales las terrazas más atractivas, los bares con mejores vistas o las tapas más fotogénicas. En plataformas como TikTok proliferan contenidos sobre "la terraza perfecta en Madrid", "rooftops secretos" o guías de "best tapas in...". El tapeo se vive y se comparte, alineado con tendencias como la búsqueda de experiencias cotidianas compartidas o el descubrimiento de nuevos lugares.

Otra tendencia visible en redes es el paseo gastronómico por mercados y puestos callejeros. Los vídeos del tipo "todo lo que comí en un mercado de Barcelona" o "probando street food en Madrid" reflejan el auge de los mercados gastronómicos y food trucks como espacios clave del tapeo urbano. Estos formatos, donde la rapidez del servicio y la facilidad del pago digital son esenciales, responden a una demanda de experiencias ágiles y sociales. El crecimiento del pago sin efectivo en estos espacios confirma esta preferencia.

El tapeo también se traslada al ámbito doméstico. En TikTok crecen los vídeos de "tapas night", concursos de tapas entre amigos o cenas informales donde cada invitado prepara una tapa distinta y todos votan la mejor. Este formato muestra que el tapeo ya no es exclusivo del bar, sino que se adapta tanto a la calle como al hogar. Además, el

consumo de tapas preparadas a domicilio sigue creciendo, con un aumento del 31% según datos sectoriales recientes.

Las redes sociales influyen directamente en el tipo de tapas que se consumen. Algunas de las recetas más compartidas reinterpretan clásicos del recetario español o convierten platos sencillos en iconos virales. Entre las tapas más populares destacan las gildas o tortillas de patata con nuevas combinaciones, bocadillos, tartas de queso estilo vasco o churros reinventados con ingredientes diferentes.

El tapeo también evoluciona hacia propuestas más elaboradas y estéticas, inspiradas en la alta cocina. Ingredientes internacionales, técnicas avanzadas como espumas o sous-vide y conservas gourmet reinterpretadas convierten el tapeo en una experiencia más sofisticada. En estos casos, el consumidor prioriza la calidad y el valor emocional de la experiencia frente al precio.

Más allá del efecto estacional, el pago digital en restauración muestra una tendencia estructural. Según el Observatorio Cafés y Restaurantes Cashless de SumUp, el 41,6% de todas las transacciones sin efectivo en España se realizan ya en bares, restaurantes y cafeterías. Esto convierte a la hostelería en el principal motor del crecimiento del pago sin efectivo en el país. En 2025, el ticket medio se situó en torno a 17,6 euros, lo que indica que el pago con tarjeta o móvil se utiliza cada vez más incluso para consumos cotidianos como un café, un desayuno o unas tapas. Sobre esta tendencia, el cambio de hora actúa como acelerador del consumo social y del terraceo tradicional.