vinetur

Barceló Hotel Group reivindica la tapa con su red de La Santa María Gastrobar

La cadena propone un recorrido por Granada, Madrid, Sevilla y Marbella con recetas andaluzas y guiños internacionales

jueves 11 de junio de 2026


FONTEDEI
Lindaraja
GRANADA

Barceló Hotel Group celebrará el próximo 16 de junio el Día Mundial de la Tapa con una propuesta centrada en La Santa María Gastrobar, el concepto gastronómico presente en varios de sus hoteles. La compañía plantea un almuerzo en estos espacios para rendir homenaje a una de las fórmulas más reconocibles de la cocina española y vincularla a una experiencia social y cultural que, según trasladan desde el grupo, va más allá del propio acto de comer.

Desde Barceló Hotel Group explican que La Santa María Gastrobar se apoya en la idea de las llamadas ‘tapas viajeras’, una carta con la que busca unir cocina local e influencias internacionales. La propuesta se construye con platos elaborados con ingredientes de proximidad y se acompaña de vinos y cócteles. La cadena sitúa además el origen conceptual del gastrobar en La Santa María, una de las tres carabelas de Cristóbal Colón en 1492, y relaciona esa referencia histórica con un recorrido gastronómico por distintas cocinas del mundo sin perder la base andaluza.

La empresa señala que esa identidad se repite en distintos establecimientos de su cartera, aunque con matices propios en cada destino. En todos los casos, la tapa funciona como hilo conductor de una oferta pensada para compartir y para conectar el recetario español con referencias de otros países.

En Barceló Carmen Granada, situado frente a la Alhambra y a diez minutos de la Catedral, la cadena presenta una cocina que mezcla recetas locales y mediterráneas con elaboraciones internacionales. Según detalla el grupo, el uso de producto fresco y de cercanía marca la propuesta de este hotel. Entre los platos vinculados al entorno granadino figuran el salmorejo andaluz con su guarnición y el flamenquín del Sacromonte. Barceló vincula además esta parada con la historia de Colón al recordar que fue en Granada donde firmó el acuerdo con los Reyes Católicos para emprender su expedición.

La compañía enmarca esta oferta como un homenaje a la tapa desde una carta que va de los bocados andaluces más reconocibles a recetas de inspiración internacional. La intención, según la cadena, es mantener la raíz local y abrirla a otros sabores dentro del mismo formato.

En Madrid, La Santa María Gastrobar se encuentra en Barceló Torre de Madrid, en Plaza de España y con vistas a la Gran Vía. Barceló afirma que este espacio se ha convertido en uno de los puntos de referencia para el tapeo en el centro de la capital. Su planteamiento pasa por reinterpretar el aperitivo madrileño desde una mirada actual, combinando el carácter castizo con una carta de pequeños bocados para compartir.

Entre las propuestas citadas por la cadena aparecen la sardina ahumada con pimientos asados y aceite picual y las bombas, lagartos y cohetes de “Vallekas”. A ellas se añade una ensaladilla de langostinos que mantiene la base tradicional de patata, mayonesa y encurtidos, pero incorpora marisco y una presentación cuidada. Barceló subraya también el peso del espacio en la experiencia del cliente. El interiorismo de este gastrobar lleva la firma de Jaime Hayon y mezcla inspiración tropical, referencias a bares parisinos y una estética muy visual con presencia de bronce, reflejos, curvas suaves y color.

En Sevilla, Barceló Sevilla Renacimiento concentra parte de su oferta gastronómica en La Santa María Gastrobar. La cadena sostiene que este establecimiento replantea el tapeo tradicional con una carta en formato de bocado basada en producto de proximidad. Sus ‘tapas viajeras’, conocidas en la ciudad según la empresa, reúnen platos andaluces con un giro internacional.

La selección mencionada por Barceló incluye croquetas de jamón ibérico, tapa de jamón ibérico D.O. Huelva, tabla de quesos con origen en la provincia de Andalucía y serranito de carne de cerdo asada a baja temperatura con pimiento frito, jamón y alioli. La compañía añade que esta propuesta se completa con una selección de vinos y con una cocina que enlaza sabores andaluces con referencias de otras gastronomías.

En Marbella, el grupo mantiene la misma línea en La Santa María Gastrobar de Barceló Marbella. Barceló explica que el restaurante parte también de la inspiración en la carabela de Colón y la traslada a una experiencia culinaria que mira al exterior sin dejar Andalucía en segundo plano. La carta reúne recetas locales y productos ligados al territorio.

Entre ellos, la cadena cita el gazpacho andaluz, el jamón ibérico D.O.P. Jabugo, la dorada con manzanilla de Sanlúcar y unos camarones llevados al formato de taco mexicano. El restaurante se ubica en un espacio de estilo colonial con terraza dentro del hotel, pensado, según la empresa, tanto para almuerzos como para cenas en pareja, en familia o entre amigos.

Junto a esta acción gastronómica, Barceló Hotel Group recuerda su dimensión empresarial. La división hotelera del Grupo Barceló fue fundada en 1931 en Mallorca y sigue en manos de la familia Barceló. La compañía informa de que es el segundo grupo hotelero de España por número de habitaciones y que figura entre las 30 mayores cadenas hoteleras del mundo. En la actualidad cuenta con 288 hoteles y más de 65.000 habitaciones en 30 países de Europa, América, África y Oriente Medio.

Su oferta se comercializa bajo las marcas Royal Hideaway Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels. En Estados Unidos opera a través de Crestline Hotels & Resorts, una firma independiente de gestión hotelera. El grupo añade que cuenta con más de 40.800 profesionales y que desarrolla su estrategia de sostenibilidad bajo el programa Barceló ReGen. También recuerda que el Grupo Barceló es propietario de Ávoris, empresa de viajes líder en España.