vinetur

Barceló Punta Umbría Mar convierte Arrozante en una experiencia a ciegas este verano

El restaurante ofrece un menú secreto de tres platos con tres vinos y reserva previa desde 50 euros por persona

lunes 6 de julio de 2026



El restaurante Arrozante, situado en el hotel Barceló Punta Umbría Mar de Punta Umbría, ha puesto en marcha para este verano una propuesta gastronómica basada en un menú degustación a ciegas. La iniciativa plantea un recorrido de tres pasos —entrante, principal y postre— en el que el comensal no conoce de antemano los platos que va a probar.

Desde Barceló Punta Umbría Mar explican que la experiencia se apoya en el factor sorpresa y en la participación directa del cliente. Antes de la llegada de cada elaboración a la mesa, el comensal recibe un sobre cerrado con una pista para intentar adivinar el plato. Esas señales pueden presentarse en forma de aroma, palabra o imagen.

La propuesta mantiene el secreto hasta el final del servicio. Según informa la compañía, la carta definitiva se entrega después del último plato. En ese momento se desvelan los ingredientes, los nombres de las elaboraciones y la historia asociada a cada una de ellas, además de la razón de su maridaje con el vino servido.

El menú incluye un entrante, un plato principal y un postre, junto con tres vinos, uno para cada pase. El precio parte de 50 euros por persona. La reserva debe realizarse previamente a través de la plataforma Barceló Experiences y está abierta tanto a huéspedes del hotel como a clientes externos.

La iniciativa se desarrolla en Arrozante, el espacio gastronómico del establecimiento onubense, y se presenta como una fórmula pensada para convertir la comida en una experiencia participativa. La mecánica elimina la carta previa y traslada al cliente la tarea de interpretar pistas antes de cada servicio.

Barceló Hotel Group enmarca esta propuesta dentro de su actividad hotelera en España. La compañía, fundada en 1931 en Mallorca y todavía en manos de la familia Barceló, cuenta con 288 hoteles y más de 65.000 habitaciones en 30 países de Europa, América, África y Oriente Medio. El grupo señala además que es el segundo mayor operador hotelero de España por número de habitaciones y que figura entre las 30 mayores cadenas hoteleras del mundo.

La oferta hotelera de la empresa 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. El grupo añade que dispone de una plantilla de más de 40.800 profesionales y que desarrolla su estrategia de sostenibilidad bajo la denominación Barceló ReGen.