vinetur

Barceló convierte el eclipse solar de agosto en experiencias repartidas por varios hoteles

La cadena prepara observación guiada, cenas temáticas, travesías en Menorca y propuestas urbanas en distintas ciudades

viernes 10 de julio de 2026



Barceló Hotel Group pondrá en marcha “To Look Up”, un programa de experiencias ligado al eclipse solar previsto para el próximo 12 de agosto y pensado para huéspedes y visitantes en varios de sus hoteles. La compañía plantea esta iniciativa en distintos

puntos de España y también en Alemania, con propuestas que combinan observación astronómica, gastronomía, bienestar y actividades guiadas.

La hotelera explica que el programa nace con motivo de uno de los acontecimientos astronómicos más esperados del verano y que busca ofrecer distintas formas de seguir el eclipse desde azoteas, hoteles junto al mar o incluso desde una embarcación tradicional en Menorca. Entre las actividades previstas figuran encuentros con expertos en astronomía, sesiones de observación con gafas homologadas, cócteles inspirados en el fenómeno y menús diseñados para esa jornada.

Uno de los establecimientos incluidos en la iniciativa es Royal Hideaway Sancti Petri, en Cádiz. Allí, Barceló prevé una observación guiada por un experto en astronomía, que explicará a los asistentes cómo se produce el eclipse mientras lo siguen con el equipamiento adecuado. La experiencia terminará con un cóctel tematizado inspirado en el contraste entre luz y sombra.

En Granada, Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel 5*GL, organizará una velada en la terraza Miralba. Según informa la compañía, los asistentes podrán seguir el eclipse con un cóctel de bienvenida y un kit de observación antes de pasar a una cena Kamado de tres tiempos, concebida en torno al fuego.

La propuesta de Madrid se desarrollará en Barceló Imagine. El hotel trasladará la experiencia a su Sky Lounge, situado en la parte más alta del edificio. Allí se servirá un cóctel mientras los asistentes observan el fenómeno desde la terraza con gafas homologadas.

En Menorca, Barceló Nura ofrecerá una de las actividades más singulares del programa. La cadena señala que la observación se hará desde el mar, a bordo de un llaüt tradicional de la isla. La experiencia, con plazas limitadas, incluirá traslado desde el hotel al puerto de Mahón, travesía durante el eclipse, material homologado y explicaciones de un experto. La jornada se completará con una propuesta gastronómica elaborada con productos de kilómetro cero y sabores representativos de Menorca.

Barceló Punta Umbría Mar centrará su propuesta en la restauración. Su “Eclipse Menú” convertirá el fenómeno astronómico en un recorrido en el que cada plato representará una fase del eclipse, desde la luz inicial hasta su regreso. La cena se servirá al aire libre y estará acompañada por música jazz e iluminación adaptada a la evolución del fenómeno.

El programa también llegará a otros establecimientos del grupo. Barceló Aracena ofrecerá “El mundo se detiene”, una experiencia sensorial basada en la eliminación de estímulos y la desconexión. Occidental Atenea Mar - Adults Only contará con una sesión guiada con un especialista antes de la observación.

Fuera de España, Barceló Hamburg preparará un menú especial, una guía de la ciudad y gafas homologadas. En Barcelona, Occidental Barcelona 1929 organizará una experiencia en su terraza con cóctel, aperitivos y material de observación. En Ibiza, Barceló Portinatx apostará por una sesión de bienestar basada en meditación y respiración consciente previa al eclipse. En Bilbao, Occidental Bilbao y Barceló Bilbao Nervión propondrán descubrir varios enclaves de la ciudad desde los que seguir el fenómeno.

Junto a esta iniciativa, Barceló Hotel Group recuerda su dimensión dentro del sector hotelero. La empresa, 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. La compañía añade que es el segundo grupo hotelero de España por número de habitaciones y que emplea a más de 40.800 profesionales.

La oferta del grupo se distribuye 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. Según la empresa, “To Look Up” se integra en su apuesta por diseñar experiencias temáticas vinculadas a momentos concretos del calendario y a la singularidad de cada destino.