vinetur

Barceló Marbella presenta una escapada otoñal para quienes buscan desconectar en la Costa del Sol

La propuesta reúne alojamiento, cocina, spa y golf cerca del hotel para una estancia breve

jueves 24 de septiembre de 2026



Barceló Marbella ha presentado este jueves, 24 de septiembre, una propuesta de escapada de 48 horas para el inicio del otoño centrada en el descanso, la gastronomía y el bienestar. El establecimiento, situado en Guadalmina, en Marbella, orienta esta oferta a clientes que buscan una estancia corta para hacer una pausa en la vuelta a la rutina y aprovechar el final de la temporada de buen tiempo en la Costa del Sol.

La iniciativa se apoya en tres líneas de servicio dentro del propio hotel. Por un lado, el alojamiento en un edificio que la cadena define por su arquitectura de aire colonial, sus espacios amplios y sus habitaciones luminosas. Por otro, la restauración. Y, además, una zona de bienestar con tratamientos y circuitos de spa. La compañía plantea así una fórmula de fin de semana que concentra en dos días varios servicios asociados al descanso.

Este tipo de propuesta encaja con una pauta habitual del sector hotelero en destinos vacacionales como Marbella cuando termina el verano. Tras los meses de estancias largas, parte de la demanda gira hacia viajes breves de pareja, escapadas de proximidad y clientes que combinan relax, restauración y deporte. En ese segmento, el bienestar y el golf suelen tener un peso relevante en la oferta de la Costa del Sol.

La parte gastronómica de la propuesta se articula en torno a La Santa María Gastrobar, el espacio de restauración de Barceló Marbella. El hotel explica que este local está inspirado en la carabela Santa María y que su carta se basa en “tapas viajeras”, con una mezcla de recetas andaluzas y platos de otras cocinas. Entre las opciones que cita la empresa aparecen el salmorejo cordobés, un taco mexicano con camarones y langostino, un bocadillo cubano de cerdo deshilachado y maccheroni con salsa boloñesa.

Con esa oferta, el establecimiento busca dar más peso a la restauración dentro de la experiencia de la estancia, algo cada vez más habitual en los hoteles que intentan captar tanto a huéspedes como a público local. En plazas como Marbella, donde la actividad hostelera mantiene tirón fuera de la temporada alta, la cocina se ha convertido en uno de los principales argumentos comerciales de los alojamientos.

El segundo eje de la escapada es el bienestar. La zona gestionada por Serena SPA cuenta, según informa el hotel, con sauna, baño turco y solárium. A eso suma tratamientos faciales y corporales y programas de bienestar a la carta. La empresa presenta este servicio como una opción para clientes que quieren reservar varias horas del fin de semana al autocuidado sin salir del establecimiento.

La cercanía a la oferta de golf de la zona completa el planteamiento comercial del hotel. A unos 100 metros se encuentra el Guadalmina Club de Golf, un complejo con dos campos de 18 hoyos y otro de 9 hoyos. Barceló Marbella considera que esa ubicación puede atraer a viajeros que quieren combinar descanso y práctica deportiva en una estancia corta.

Barceló Hotel Group, la división hotelera del Grupo Barceló, fue fundada en 1931 en Mallorca y sigue en manos de la familia Barceló, de acuerdo con los datos corporativos de la compañía. El grupo suma 288 hoteles y más de 65.000 habitaciones en 30 países. Comercializa su oferta bajo cuatro marcas: Royal Hideaway Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels.

La empresa añade que en Estados Unidos opera a través de Crestline Hotels & Resorts y que cuenta con más de 40.800 profesionales. También vincula su actividad a la estrategia Barceló ReGen, con la que busca reducir el impacto medioambiental de sus hoteles y reforzar su aportación económica y social en los destinos en los que opera. El Grupo Barceló es además propietario de Ávoris.