vinetur

Amàre Sancti Petri lanza una oferta de escapadas cortas para alargar la temporada en Chiclana

El hotel apoya su propuesta en La Barrosa, su azotea de coctelería y el restaurante Hayaca

martes 29 de septiembre de 2026



Amàre Sancti Petri ha puesto en marcha una propuesta para el puente de octubre con la que busca atraer escapadas de corta estancia a Chiclana de la Frontera. La iniciativa se apoya en tres elementos del propio establecimiento y su entorno: la cercanía de la

playa de La Barrosa, la oferta de coctelería de su azotea y la cocina del restaurante Hayaca. La cadena sitúa esta campaña en un momento del año en el que la costa gaditana mantiene temperaturas suaves y permite seguir haciendo planes al aire libre tras el final del verano.

La empresa presentó esta oferta este lunes, 28 de septiembre, en Cádiz. Su planteamiento pasa por alargar la temporada más allá de los meses de mayor ocupación turística, una estrategia habitual en los hoteles de costa cuando comienzan las escapadas de otoño y los festivos de varios días. En este caso, el mensaje comercial gira en torno a una estancia vinculada al mar, la restauración y el ocio dentro del propio complejo.

Uno de los principales argumentos del hotel es su ubicación junto a La Barrosa. Amàre Sancti Petri recuerda que el establecimiento se encuentra a pocos pasos de este arenal de Chiclana, uno de los más conocidos de la provincia. La compañía plantea ese entorno como espacio para pasear junto al mar, pasar tiempo en la playa y, si el tiempo acompaña, aprovechar los últimos baños de la temporada. El foco está puesto en una experiencia más tranquila que la del verano, con menos afluencia que en julio y agosto.

A esa oferta se suma Belvue Rooftop Bar, el espacio situado en la azotea del hotel. La empresa lo presenta como uno de los puntos del establecimiento desde los que se puede seguir la puesta de sol sobre la playa y el Atlántico. En esa terraza se sirve una carta de coctelería en la que figura el Mediterranean Spritz, una creación firmada por el bartender Diego Cabrera. El combinado, según la información facilitada por la marca, se prepara con Aperol, cordial de mandarina, cítricos y vino espumoso.

La parte gastronómica recae en Hayaca, la propuesta del chef Mauricio Giovanini, que cuenta con estrella Michelin. El hotel señala que el restaurante mezcla sabores latinoamericanos con producto local. Como ejemplo de esa línea de cocina, cita sus panecillos de queso recién horneados, elaborados con harina de mandioca y acompañados de tapenade, tomate seco y rúcula. La intención del establecimiento es reforzar la idea de una escapada en la que la restauración tenga peso propio y no funcione solo como servicio complementario del alojamiento.

La campaña del hotel llega en un periodo en el que muchos establecimientos turísticos tratan de mantener la actividad tras septiembre. En destinos de costa, los festivos de otoño suelen usarse para captar viajeros nacionales interesados en estancias breves, con desplazamientos por carretera o tren y un gasto concentrado en restauración, bebidas y servicios del propio hotel. En el caso de Chiclana, la cercanía de la playa y la oferta hostelera forman parte de ese atractivo fuera de los meses de máxima afluencia.

Amàre Sancti Petri forma parte de Fuerte Group, compañía andaluza con sede en Marbella fundada en 1957 por José Luque Manzano tras la apertura del Hotel El Fuerte. El grupo explica que opera tanto con marcas propias como en alianza con otros operadores internacionales. Dentro de su cartera figuran Fuerte Hoteles, los apartamentos turísticos Olée Holiday Rentals, la marca Amàre Hotels, El Fuerte Marbella y Daia Hotels.

La empresa enmarca la apertura de Amàre Sancti Petri dentro de la expansión de Amàre Hotels en 2026. Ese mismo año ha incorporado también Amàre Cancún, que supone su primera entrada con marca propia en el Caribe. Además de la actividad hotelera, Fuerte Group reúne líneas de negocio en mantenimiento integral, construcción y desarrollo de proyectos, sector agrícola y acción social a través de la Fundación Fuerte. La compañía afirma que orienta su actividad a reducir el impacto ambiental, apoyar la cultura y la economía locales y favorecer el bienestar laboral.