vinetur

Barceló invierte 29 millones para transformar Punta Umbría Mar en un hotel de cinco estrellas

El establecimiento pasará a operar como Royal Hideaway, primera apertura de la marca en Huelva

lunes 23 de noviembre de 2026



Barceló Hotel Group ha iniciado este lunes, 23 de noviembre, la transformación del hotel Barceló Punta Umbría Mar, en Huelva, para integrarlo en su marca Royal Hideaway Hotels & Resorts. La operación incluye una inversión de 29 millones de euros y una reforma integral con la que el establecimiento pasará a llamarse Royal Hideaway Punta Umbría Mar y elevará su categoría a cinco estrellas.

La compañía sitúa este movimiento dentro de su estrategia de expansión en el segmento de lujo. Con la incorporación del hotel onubense, Royal Hideaway tendrá por primera vez presencia en la provincia de Huelva y sumará su tercer establecimiento en Andalucía, junto a Palacio Gran Vía, en Granada, y Royal Hideaway Sancti Petri, en Cádiz. Barceló añade que, tras la apertura reciente de Palacio San Juan, en Murcia, la marca alcanza los ocho hoteles en España.

Gaspar Sáez, COO de Sur de España y Algarve de Barceló Hotel Group, afirma que la reforma tiene un valor especial para la empresa por tratarse de uno de sus establecimientos emblemáticos en Andalucía y por la posibilidad de desarrollar una propuesta propia en Huelva. El directivo señala que la entrada del hotel en Royal Hideaway permite ampliar la presencia de la enseña y sumar a su cartera un activo "con identidad propia y una profunda conexión con el destino".

El plan de transformación afectará a las 303 habitaciones del hotel. Barceló explica que la renovación se apoyará en la luz natural, el diseño contemporáneo y una nueva selección de materiales. Parte de la oferta alojativa tendrá vistas al Atlántico y al Paraje Natural de los Enebrales, y se incorporarán nuevas tipologías con piscina privada.

La oferta gastronómica será uno de los ejes de la nueva etapa. La compañía prevé abrir La Santa María, un espacio centrado en una interpretación de la tapa con recetas gourmet de inspiración local e internacional. También pondrá en marcha el Rooftop Royal Heaven, con vistas al Atlántico, música y carta de cócteles de autor, mientras que Arrozante continuará su actividad dentro del nuevo posicionamiento del hotel.

La reforma incluirá además una ampliación del área Wellness & Fitness. El complejo contará con un circuito de aguas con piscina climatizada, sauna, baño turco y bañera de hidromasaje, además de cabinas para tratamientos y masajes y un gimnasio con nueva maquinaria. Barceló vincula esta oferta con actividades fuera del hotel orientadas al deporte, la naturaleza y el entorno de Doñana.

La ubicación del establecimiento es uno de los elementos sobre los que se apoya el reposicionamiento. El hotel se encuentra frente a una de las playas del litoral onubense, con acceso directo al arenal, y junto al Paraje Natural de los Enebrales y la Reserva de la Biosfera de las Marismas del Odiel. La cercanía de pinares, marismas y

otros enclaves culturales y naturales permite a la cadena orientar el proyecto hacia un cliente que busca combinar alojamiento de alta gama con paisaje y actividad al aire libre.

Barceló asegura que el nuevo Royal Hideaway Punta Umbría Mar incorporará medidas ligadas al uso responsable de los recursos y a la mejora de la eficiencia energética. La compañía añade que trabajará con proveedores locales e introducirá productos de proximidad y de kilómetro cero en parte de su oferta.

La empresa considera que la operación ampliará la presencia de la hotelería de alta gama en la provincia de Huelva, un mercado donde la marca no operaba hasta ahora. La apertura del primer Royal Hideaway en la provincia también refuerza el peso de Andalucía dentro de la enseña, que concentra ya tres de sus ocho hoteles en España.

Barceló Hotel Group es la división hotelera del Grupo Barceló, fundado en 1931 en Mallorca y todavía en manos de la familia Barceló. La compañía asegura que es el segundo grupo hotelero de España por número de habitaciones y que cuenta con 288 hoteles y más de 65.000 habitaciones en 30 países, distribuidos entre las marcas Royal Hideaway Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels.