vinetur

NCalma Hotels mantendrá abiertos sus tres hoteles de Ibiza hasta el final de la temporada

La cadena apoya su cierre de campaña en una oferta centrada en descanso y gastronomía

martes 22 de septiembre de 2026



NCalma Hotels comunicó este martes, 22 de septiembre, que prolongará hasta finales de octubre la actividad de sus tres hoteles en Ibiza y de su oferta de restauración. La cadena, que opera Aguas de Ibiza, Nativo Hotel Ibiza y Bonito Ibiza, quiere apoyarse en la recta final de la temporada para atraer a un visitante que busca una estancia más tranquila y con mayor peso de la gastronomía.

La empresa ordena su propuesta en dos líneas. Por un lado, el alojamiento en tres establecimientos con perfiles distintos dentro de la isla. Por otro, tres restaurantes vinculados a esos hoteles: Maymanta, Humo y Cielito. La intención del grupo pasa por reforzar una idea de viaje centrada en el descanso, la mesa y el uso de los hoteles como espacios de estancia y ocio, también en semanas posteriores al periodo central de agosto.

El movimiento encaja con una estrategia habitual en Ibiza y en otros destinos mediterráneos, donde septiembre y octubre se utilizan para alargar la temporada con una oferta menos apoyada en el gran volumen de visitantes del verano y más ligada a estancias pausadas, cenas y escapadas de pocos días. En esas fechas, el mar mantiene parte de la temperatura acumulada durante los meses anteriores y la presión sobre playas, carreteras y restaurantes suele bajar.

Dentro del grupo, Aguas de Ibiza concentra una de las propuestas con mayor peso gastronómico. El hotel, situado frente al puerto deportivo de Santa Eulària, alberga en su azotea el restaurante Maymanta. NCalma explica que este espacio basa su carta en la cocina peruana y la presenta con una lectura contemporánea. La oferta gira alrededor de ceviches, tiraditos y platos pensados para compartir, con el valor añadido de las vistas sobre Santa Eulària y el mar.

La cadena vincula Maymanta a una clientela que busca una comida o una cena como parte principal de la experiencia, y no solo como un servicio asociado al alojamiento. Esa orientación responde a una tendencia cada vez más visible en la hotelería vacacional: convertir el restaurante del hotel en un reclamo propio capaz de atraer reservas más allá de los huéspedes.

La segunda pata del proyecto se sitúa en Nativo Hotel Ibiza, donde Humo articula una cocina centrada en el fuego. La empresa describe este restaurante como una propuesta basada en brasas, producto tratado con sencillez y sabores reconocibles. La idea, añade, es ofrecer un formato de cena apoyado en platos para compartir y en una relación directa con la cocina a la brasa.

En el caso de Nativo, NCalma relaciona esa oferta culinaria con la identidad del hotel, que presenta como un establecimiento orientado a la vida al aire libre, los materiales naturales y un ritmo menos marcado por horarios. El grupo asocia ese perfil a un visitante que prioriza piscina, descanso y comidas largas frente a una agenda cerrada de actividades.

La tercera propuesta gastronómica del grupo es Cielito, ubicado en Bonito Ibiza. NCalma sitúa aquí un cruce entre cocina mexicana y mediterránea, con platos pensados para compartir y una atmósfera más social. La empresa lo vincula al posicionamiento de Bonito Ibiza como uno de los hoteles más recientes de la cadena y como una puerta de entrada a una Ibiza más urbana y de encuentro.

Más allá de la restauración, la cadena presenta sus tres hoteles como productos diferenciados. Aguas de Ibiza se orienta, en palabras de la empresa, al bienestar y a la relación directa con el Mediterráneo. Nativo Hotel Ibiza se apoya en una imagen más libre y bohemia. Bonito Ibiza se dirige a un público que busca una estancia contemporánea y con una mayor dimensión social. La compañía resume así su oferta como tres maneras distintas de permanecer en la isla bajo una misma marca.

El grupo sitúa buena parte de su apuesta comercial en las semanas posteriores al verano central. Para NCalma, septiembre y octubre son meses adecuados para conocer Ibiza con menos presión de demanda y con la gastronomía como uno de los ejes del viaje. En esa línea, la cadena busca que hoteles y restaurantes funcionen como una oferta unida, capaz de mantener actividad hasta finales de octubre en un momento clave para los establecimientos que intentan prolongar la campaña más allá de agosto.