

Santa Cruz de Tenerife, 31 de julio de 2014

Ashotel, el Ayuntamiento capitalino y Turismo de Tenerife trabajan para que el turista pueda conocer cómo se gesta el Carnaval de Santa Cruz desde dentro

Las tres instituciones prosiguen en el diseño de una estrategia que dé mayor proyección internacional a esta fiesta

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, Ashotel, junto al Ayuntamiento de Santa Cruz y Turismo de Tenerife prosiguen el trabajo conjunto que les permita incrementar el número de turistas durante el periodo carnavalero.

Por ese motivo, estos tres organismos estudian diversas líneas de actuación, entre ellas la posibilidad de que los turistas que visiten Tenerife y su capital en las citadas fechas puedan conocer de primera mano muchos de los procesos de gestación de la fiesta más característica e importante de la ciudad, como la labor que desarrollan los talleres donde se elaboran los trajes de las reinas o los ensayos de las agrupaciones del Carnaval.

Representantes de estas instituciones públicas y de Ashotel mantuvieron ayer un nuevo encuentro, como continuación del celebrado el pasado miércoles entre el concejal de Fiestas del consistorio capitalino, Fernando Ballesteros, y el vicepresidente de Ashotel para el área metropolitana, Gabriel Wolgeschaffen.

En esta nueva cita participaron, además de Wolgeschaffen, el gerente de Ashotel, Juan Pablo González; la directora de promoción de mercados exteriores de Turismo de Tenerife, Pia Louw; el director gerente de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, José Miguel González; el director gerente del Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas (OAFAR) del Ayuntamiento capitalino, Juan José Herrera; y la técnica del citado organismo Alicia Llorente.

Desde Ashotel se considera que el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife es en sí una marca lo suficientemente potente como para que tenga una mayor

proyección internacional de la que tiene hoy día, a la altura de las principales fiestas mundiales.

“Queremos hacer al turista más partícipe y permitirle no solo intervenir de forma activa en la Cabalgata o en el Coso, sino que pueda conocer de primera mano cómo se mueve la maquinaria del Carnaval por dentro, cómo se lleva a cabo el infinito y laborioso trabajo que esta fiesta tiene detrás, cómo trabajan los diseñadores, de qué manera ensayan las murgas o comparsas o cómo lo vivimos los habitantes de Tenerife y de Canarias, al tiempo que potenciamos la marca turística del Carnaval en el exterior”, explica Gabriel Wolgeschaffen.

Cambiar conceptos

Por su parte, Juan José Herrera, añade que “el OAFAR trabaja con la finalidad de que el Carnaval chicharrero vuelva a convertirse en el foco de interés turístico de la ciudad”. En ese sentido, Herrera opina que “el principal objetivo es cambiar el concepto de gasto en el Carnaval por la idea de inversión, de cara a que la fiesta revierta a la ciudad actividad económica, generación de puestos de trabajo y riqueza”.

Por eso, continúa Herrera, “nos planteamos una serie de metas que consideramos alcanzables, como lograr una plena ocupación hotelera en la ciudad, que la fiesta de la máscara refuerce los ingresos del tejido empresarial santacrucero y que los visitantes, una vez vivida la experiencia carnalera, se conviertan en embajadores de nuestro Carnaval en el exterior”.

Pia Louw, de Turismo de Tenerife, comenta que “el objetivo es reforzar la promoción de esta fiesta, mediante la oferta de un producto interesante para que más viajeros internacionales vengan a vivirla, creando una auténtica experiencia que incluya no solo la estancia en la Isla, sino el disfrute de los diferentes actos en primera persona”.

Louw añade que, de forma paralela, se busca “la máxima repercusión mediática del Carnaval, para lo que, como en años anteriores, aseguraremos la presencia en Tenerife de diferentes medios de comunicación que garanticen esa repercusión en los diferentes mercados de origen de nuestros viajeros”.

Cada una de estas entidades implicadas en la promoción del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife desplegará todas sus herramientas para contribuir al despegue internacional de esta fiesta.