

Santa Cruz de Tenerife, 3 de marzo de 2023

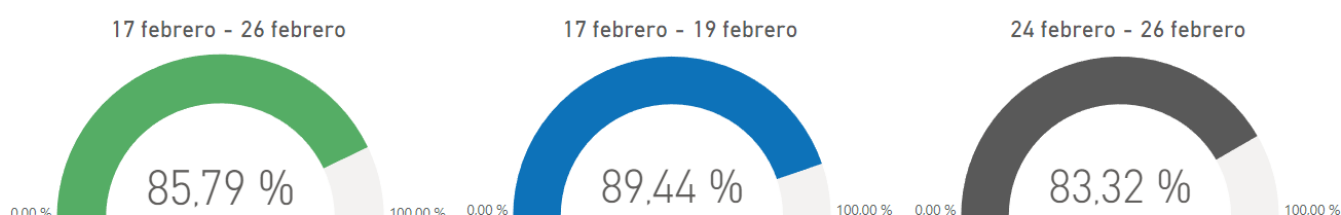
## Los hoteles de Santa Cruz cierran al 85% de ocupación media este Carnaval y Ashotel insiste en ‘explotar’ la marca todo el año

**Gabriel Wolgeschaffen considera que la economía que genera este evento de proyección internacional podría capilarizar todo el tejido productivo de la ciudad los 365 días**

**La patronal hotelera apuesta por generar rutas programadas y periódicas que permitan a los turistas conocer cómo funciona toda la industria que se mueve en torno al Carnaval**

La Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro, **Ashotel**, considera que el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife, que acaba de recuperar la fiesta en la calle tras los años de pandemia, tiene tal entidad nacional e internacional que podría y debería explotarse durante todo el año, mediante visitas guiadas y periódicas por los diferentes centros de exposición, producción y ensayo. Los datos de ocupación media han elevado la ocupación en el periodo del 17 al 26 de febrero en la ciudad al 85%, con un pico de casi el 90% el primer fin de semana de la fiesta y superior al 83% el segundo fin de semana, según los datos recabados por el Observatorio de Sostenibilidad y Competitividad Turística de Ashotel.

### Ocupación Carnaval Santa Cruz de Tenerife 2023



El vicepresidente de Ashotel en el área metropolitana, **Gabriel Wolgeschaffen**, considera que el balance de este carnaval es “magnífico” y un atractivo turístico muy potente. “Muchos de los turistas que nos visitaron en estas fechas se fueron de sus hoteles con las reservas realizadas para la edición de 2024”, explica Wolgeschaffen, quien considera que este hecho de las reservas a tan largo plazo es un ejemplo clarísimo del interés que genera para muchos de los que nos visitan.

Esta no es una demanda nueva. [Ya en 2019 Ashotel planteó la necesidad de estudiar fórmulas](#) que permitieran que el Carnaval pudiera conocerse en la capital tinerfeña durante los 365 días del año por parte de los visitantes. “Tenerife tiene casi 6 millones de turistas anuales, salvo los años de pandemia, y es un potencial enorme para esta fiesta única”, recuerda Wolgeschaffen.

### Visitas periódicas

“La proyección internacional de esta fiesta no tiene discusión”, insiste el vicepresidente de Ashotel, quien opina que su consagración pasa por programar toda una estrategia que permita que el Carnaval se conozca durante todo el año”, lo cual es una demanda habitual de los turistas que visitan Tenerife. “No se trata de tener desfiles y actuaciones todos los días; se trata de crear experiencias en torno al Carnaval, organizar visitas periódicas a los puntos clave de toda la industria que se mueve en torno a esta fiesta, de modo que nuestros visitantes puedan conocer, por ejemplo, cómo funciona un taller en el que se diseñan las fantasías, cómo se trabaja en un local de ensayo o cómo opera toda la organización interna, que casi no para en todo el año”, explica el Wolgeschaffen.

Pero, además, el Carnaval es “una **fuentes de economía y de puestos de trabajo** muy importante”, añade el vicepresidente de Ashotel, quien apunta que “ninguna otra ciudad en el mundo se ha especializado en esta vía de negocio que genere valor todo el año”. “Nuestros clientes están ávidos de conocer y de participar de la fiesta y, por supuesto, pagar por ello, además del negocio de *merchandising* vinculado a la marca que, aparte de los ingresos, sería una herramienta de marketing excepcional”, comenta.

En definitiva, la patronal hotelera plantea dar un paso más allá en la profesionalización de esta fiesta que, de por sí, ya cuenta con un prestigio nacional e internacional indiscutible, impulsado desde la corporación municipal con la implicación de miles de personas cada año. “Tenemos que creérselo definitivamente, porque sabemos hacerlo y porque muy pocas fiestas tienen la proyección internacional de nuestro Carnaval”, finaliza Wolgeschaffen.