

Santa Cruz de Tenerife, 22 de octubre de 2025

La Red de Hoteles Creativos presenta resultados en Tenerife y fija las bases para crecer y centrar la creatividad como diferenciación turística

La batería de propuestas culturales y creativas que promueve esta iniciativa, con el impulso de Ashotel en Tenerife, reformula la oferta turística hacia las artes y su implementación en los hoteles

Los resultados de la primera fase piloto del proyecto [Red Española de Hoteles Creativos](#), impulsada en Tenerife por Ashotel, se expusieron esta mañana en la capital tinerfeña, en el marco de una jornada de trabajo que permitió conocer de cerca las acciones desplegadas este año. El proyecto es una iniciativa pionera que impulsa la innovación, la sostenibilidad y la colaboración entre el ámbito turístico y el cultural y ha desplegado varias acciones impulsadas en Tenerife por **Ashotel**, en Barcelona por el Gremi d'Hotels de Barcelona (**GHB**) y en Madrid por la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (**AEHM**).

La jornada de trabajo '**Avance de resultados del piloto de la Red Española de Hoteles Creativos**', contó con la intervención inicial de la consejera de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias, **Jéssica de León**, y del gerente de Ashotel, **Juan Pablo González**.

Durante la bienvenida, **Juan Pablo González** expuso el origen de esta iniciativa, que durante nueve meses en el caso de Tenerife "ha sido un ejercicio de hibridación entre la cultura y el turismo, estableciendo las bases para la creación de nuevos productos turísticos que pueden ser apreciados y consumidos, tanto por los residentes como por los propios turistas, lo que es, sin duda, un ejercicio real de diversificación de la oferta turística que va mucho más allá del sol y la playa". A partir de ahora, una vez "puesta la semilla" de esta primera fase piloto, "depende de todos nosotros que crezca y perdure en el tiempo; tanto de los hoteles participantes como de los que han tenido conocimiento de este proyecto, pues disponen de las herramientas necesarias para seguir impulsando actividades culturales en sus establecimientos, fortaleciendo ese vínculo con su entorno inmediato y con las manifestaciones culturales y artísticas locales". "Que los hoteles se conviertan en lugares donde pasan cosas y la creatividad la generan las personas", insistió González.

Por su parte, **Jéssica de León**, que trasladó su felicitación al equipo de Ashotel por innovar en materia turística y por poner en el radar de la Consejería este proyecto,

dijo que “acciones como esta nos permiten demostrar que humanizamos el turismo y abrimos las puertas de los hoteles a las personas residentes”. “Se le achaca erróneamente al turismo que ha dejado de lado la innovación y proyectos como este demuestran que no es verdad; la Red de Hoteles Creativos ayuda también a desmitificar que este es un sector devorador de ciudades y que destruimos el arraigo del entorno”, añadió De León, quien apuntó también que “acciones como estas nos acercan más a la sociedad y demuestran todo lo que el turismo no es”. La consejera mostró interés en conocer los resultados de esta iniciativa piloto y consideró que las ideas que se prueban y funcionan hay que exportarlas a otras islas.

En estos nueve meses de fase piloto, el proyecto ha reunido en torno al mundo de las artes a **diez hoteles, siete de ellos de forma activa** –Tigaiga, La Quinta Roja, La Casona del Patio, Baobab Suites, La Laguna Gran Hotel, Mynd Adeje y Barceló Tenerife– con el desarrollo de **diez acciones** en sus instalaciones, con propuestas de diferentes disciplinas artísticas –lírica, pintura, literaria, gastronómica o escultura, entre otras–, que han enriquecido la experiencia de visitantes y residentes.

Aprendizajes obtenidos

El director de Innovación y Sostenibilidad de Ashotel, **Enrique Padrón**, expuso las líneas maestras del proyecto y los principales hitos alcanzados durante esta fase piloto, desarrollada durante nueve meses en Tenerife y comentó **tres de los aprendizajes obtenidos** en estos meses: la **creatividad como estrategia de diferenciación**, porque la integración de procesos creativos en su propuesta de valor no solo mejora la experiencia del huésped, sino que refuerza su identidad y posicionamiento; la **importancia de las alianzas locales**, mediante la cooperación con artistas, artesanos, asociaciones culturales y productores de cercanía, que ha demostrado ser una fuente de inspiración y autenticidad; y el tercero, la **necesidad de continuidad y acompañamiento**, porque la innovación creativa no surge de acciones puntuales, sino de procesos sostenidos en el tiempo. En este sentido, los hoteles necesitan acompañamiento técnico y espacios de intercambio para consolidar estas iniciativas, profesionalizarlas y medir su impacto, así como mantener viva la red, ofrecer formación y compartir aprendizajes para su expansión y permanencia.

Al término de su intervención se entregó a los hoteles participantes el distintivo de pertenencia a la Red de Hoteles Creativos, algunos de cuyos representantes participaron a continuación en la mesa debate sobre la experiencia de estos meses. Intervinieron **Enrique González** (Aurum Rooms / La Casona del Patio), **Paloma Moriana** (La Quinta Roja) y **Marina Valls** (ceramista y diseñadora), una de las artistas que dirigió uno de los talleres creativos, moderados por **Elena García**, coordinadora técnica del proyecto, quien posteriormente presentó el catálogo de experiencias, un documento de ideas que inspira la creatividad en Tenerife.

En la jornada intervinieron *online* los representantes del Gremi —Manuel Baena y Carme Crespo— y de la asociación madrileña —Cristina Sánchez, Celia Gómez Alonso y Lola Montes—, quienes compartieron aprendizajes y proyectos de innovación creativa en sus respectivos territorios.

La consolidación posterior de este proyecto de la Red Española de Hoteles Creativos busca fortalecer la conexión entre el turismo, la cultura y la economía creativa, fomentando experiencias auténticas que promuevan la identidad local y el desarrollo sostenible del destino. Por ello, se presentó también la hoja de ruta del proyecto para los próximos meses, para abrir nuevas posibilidades de crecimiento del proyecto, con nuevos establecimientos, alianzas estratégicas y programación continuada, con el objetivo de dejar una huella duradera en el modelo turístico de Canarias y otras regiones participantes.

La iniciativa ha contado con la colaboración del **Clúster de Enoturismo de Canarias**, que ha maridado con vinos canarios varias de las acciones creativas, además del programa **Merkarte**, del Cabildo de Tenerife, y galerías de arte y artistas locales.

Todas las propuestas culturales de la Red de Hoteles Creativos, tanto de la provincia de Santa Cruz de Tenerife como de los hoteles adscritos al proyecto de Madrid y Barcelona, se encuentran disponibles en la web hotelescreativos.es.

Apoyo hotelero

El proyecto cuenta con el apoyo financiero de la Unión Europea, a través del programa Next Generation EU, y se enmarca en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Ministerio de Industria y Turismo. Además, el marco de este proyecto, que se encuentra entre los seleccionados dentro de la segunda convocatoria de 'Experiencias Turismo España', de la Secretaría de Estado de Turismo, ya varios establecimientos han puesto en marcha acciones de conexión intersectorial para el desarrollo de experiencias artísticas y culturales, de manera que han añadido un aporte de valor tanto en el territorio como en la estancia de sus huéspedes.

La Red Española de Hoteles Creativos nace con la vocación de consolidarse como una **plataforma estable de conexión entre el sector hotelero y el ecosistema cultural y creativo**. Su misión es posicionar a los hoteles como espacios vivos de creación, encuentro y difusión artística, integrando la cultura en la experiencia turística de forma estructural y permanente. A través de residencias, talleres, exposiciones y colaboraciones con festivales y agentes culturales, la Red aspira a convertirse en un referente de turismo cultural innovador y sostenible, promoviendo el talento local y la identidad territorial. Esta red seguirá creciendo y evolucionando con nuevos establecimientos, alianzas estratégicas y programación continuada, con el objetivo de dejar una huella duradera en el modelo turístico de Canarias y otras regiones participantes.