

Santa Cruz de Tenerife, 5 de febrero de 2026

La oferta hotelera del área metropolitana, al 67% de ocupación media para este Carnaval

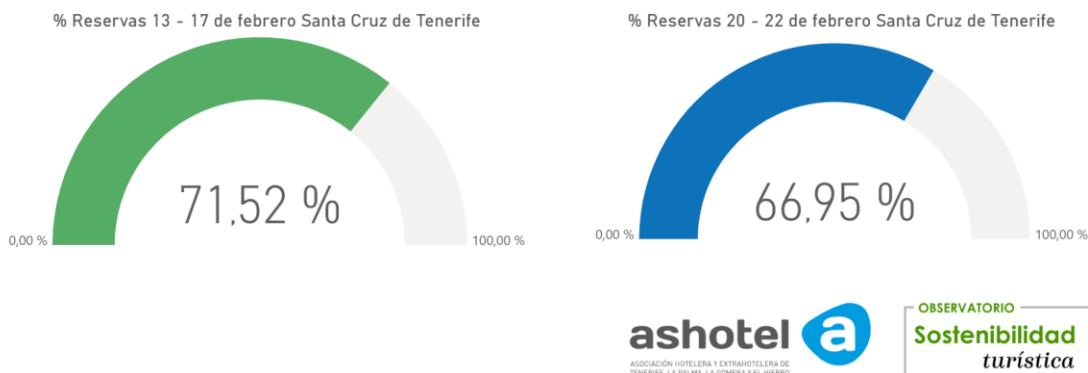
Las plazas hoteleras en la capital tinerfeña se mantienen estables en 2.679 camas en relación con el año pasado

Myriam Ortega, vicepresidenta de Ashotel, apunta al Carnaval de Día como el principal motivo de que las ocupaciones se mantengan de forma más estable durante todos los días

Los establecimientos hoteleros asociados a Ashotel en el área metropolitana (Santa Cruz de Tenerife y San Cristóbal de La Laguna) se encuentran ya al 67,08% de media de ocupación a una semana vista del inicio del Carnaval en la calle, según la encuesta realizada a través del **Observatorio de Sostenibilidad y Competitividad Turística de Ashotel**, elaborada entre los días 3 y 5 de febrero para el periodo comprendido entre los días 13 y 22 de febrero. Se trata de [unos datos algo inferiores](#) a las reservas que se tenían del Carnaval del año pasado días previos al inicio de la fiesta en la calle, que [cerró finalmente al 77% de media](#).



Si nos centramos solo en el municipio de **Santa Cruz de Tenerife**, la media de reservas está ya al 64,88% en el periodo global analizado. Sin embargo, en el primer fin de semana (13 a 17 de febrero incluidos lunes y martes de Carnaval) ese porcentaje es del 71,52% mientras que el fin de semana de piñata está al 66,95%.



En el caso de los hoteles de **La Laguna**, esos porcentajes son algo superiores, con un 78,72% de media para todo el periodo analizado, del 78,69% el primer fin de semana hasta el martes de carnaval y del 73,46% el último fin de semana.

Respecto a las expectativas del empresariado hotelero del área metropolitana, el 38,46% de los encuestados estima que este carnaval se cerrará con ocupaciones iguales que las del año pasado, frente al 30,77% que considera que serán mejores y el 30,77% también que opina que serán peores.

“Se trata de cifras favorables, sin duda, aunque previsibles, ya que corresponden a un periodo de elevada demanda que coincide con el invierno, la temporada turística por excelencia tanto en la isla como en el conjunto de Canarias. El atractivo propio de una fiesta declarada de interés turístico internacional impulsa por sí solo una notable demanda, a la que se suma además el comportamiento de las reservas de última hora, especialmente por parte de clientes locales que, en muchos casos, deciden alojarse en Santa Cruz o La Laguna pocos días antes del inicio del Carnaval en la calle”, señala la vicepresidenta de Ashotel en el área metropolitana, **Myriam Ortega**.

Oferta variada

La oferta de alojamientos es muy variada, aunque a la estabilidad en volumen de la planta hotelera tradicional, que en el caso de Santa Cruz de Tenerife está en 2.679 plazas, la de vivienda vacacional ha disminuido en un año un 5,3%, de las 3.773 plazas de diciembre de 2024 a las 3.573 de diciembre de 2025, según los datos de la Encuesta de Alojamiento Turístico del Instituto Canario de Estadística (Istac).

En lo relativo al perfil de la clientela, la demanda procede mayoritariamente del mercado nacional, incluido el residente canario, aunque el Carnaval mantiene también un notable atractivo internacional. Este segmento internacional suele realizar sus reservas con mayor antelación que el nacional. “La ocupación resulta cada vez menos predecible, ya que el comportamiento de última hora tiene un peso importante”, apunta **Ortega**, quien recuerda además que “nos encontramos en plena temporada alta de cruceros y algunos de esos visitantes también puede optar por alojarse en hoteles durante algunos días del Carnaval”.

Por otro lado, las reservas que en años anteriores se concentraban principalmente en los viernes y sábados de ambos fines de semana se distribuyen ahora de forma más equilibrada hacia las jornadas del **Carnaval de Día**, el primer domingo y el último sábado, una modalidad ya consolidada en Santa Cruz que contribuye a sostener niveles de ocupación más estables a lo largo de los aproximadamente diez días que dura esta celebración.

Asimismo, en estas fechas se reduce de forma significativa el peso del cliente grupal vinculado a paquetes turísticos, mientras gana protagonismo el cliente individual, en pareja o en pequeños grupos de amigos o familiares. En cuanto al perfil de edad, destaca mayoritariamente un público joven, comprendido entre los 17 y los 35 años, aunque esta fiesta es de atractivo internacional y también cuenta con la participación de turistas extranjeros de mayor edad.