vinetur

Tejeda registró un 35% más de visitantes con el alumbrado navideño de Ferrero Rocher

El municipio recibió 121.100 visitantes únicos durante la campaña, según datos de Big Data de Telefónica Tech

miércoles 25 de noviembre de 2026



Tejeda, en Gran Canaria, recibió 121.100 visitantes únicos entre el 17 de diciembre de 2025 y el 20 de enero, el periodo en que permaneció encendido el alumbrado navideño de Juntos Brillamos Más, la iniciativa de Ferrero Rocher que elige por votación popular a un municipio cada Navidad. La cifra supone casi un 35% más que en el mismo tramo del año anterior, cuando el municipio registró unos 90.000 visitantes, según los datos de Big Data de Telefónica Tech a los que accede el Ayuntamiento por su pertenencia a la asociación Los Pueblos Más Bonitos de España.

La diferencia entre ambos periodos ronda los 31.000 visitantes. El balance sitúa a Tejeda como uno de los casos que la marca y el consistorio usan para medir el efecto del encendido navideño en la actividad local, a menos de tres semanas de que Ferrero Rocher anuncie el próximo 14 de diciembre el ganador de la decimotercera edición y celebre el encendido el próximo 16 de diciembre.

Francisco Perera Hernández, alcalde de Tejeda, asegura que la campaña tuvo un efecto directo en la afluencia al municipio. “Tejeda ya recibe muchos visitantes durante todo el año, pero el tiempo que tuvimos el alumbrado la afluencia fue brutal”, afirma. El regidor sostiene además que se trató de “la mayor campaña de promoción” de la historia del municipio.

El Ayuntamiento vincula ese aumento de visitantes con más movimiento en alojamientos, restaurantes y comercios. Perera señala que, en invierno, la temporada alta del municipio supera por norma general el 80% de ocupación, y añade que la victoria en el concurso reforzó las pernoctaciones. Tejeda es uno de los principales destinos de interior de Gran Canaria y buena parte de su actividad económica depende de los viajeros atraídos por el paisaje y la naturaleza.

Uno de los ejemplos que se citan para explicar ese impacto es el de Tomás Betancor Franco, vecino del municipio y responsable de Registro Parte Viajeros, una empresa que presta servicio a alojamientos turísticos de toda España para la gestión del check-in y del registro obligatorio de huéspedes. Betancor asegura que los datos de su propia empresa reflejaron durante aquella campaña un aumento de las reservas, de la duración de las estancias y de la ocupación en Tejeda, con turistas y también con residentes de otras islas que decidieron alojarse en el pueblo para ver las luces.

Con motivo del encendido, Betancor puso en marcha un foodtruck de churros con chocolate, el primero de este tipo en Tejeda. La previsión inicial era abrir un solo día, pero, según relata, las colas de más de una hora les llevaron a mantenerlo en funcionamiento durante más de 21 jornadas, incluidos el 1 y el 2 de enero. Betancor sostiene que aquella experiencia fue un punto de inflexión para su actividad y añade que, desde entonces, varias cafeterías del municipio han incorporado los churros con chocolate y los foodtrucks forman ya parte de las fiestas locales.

“Para nosotros fue un antes y un después a la hora de emprender en el municipio, porque somos un pueblo rural y no es tan fácil como en una capital o una ciudad mucho más grande”, afirma. También señala que la visibilidad obtenida en aquella Navidad les ayudó a abrir nuevas líneas de trabajo y a impartir ponencias sobre emprendimiento rural en Canarias.

El alcalde sostiene que el efecto de la campaña se ha dejado notar incluso fuera del archipiélago. Perera relata que varios vecinos han oído en la península la expresión “el pueblo de Ferrero” al decir que procedían de Tejeda. También recuerda el caso de una pareja de Zaragoza que, según su relato, viajó al municipio después de seguir las votaciones del concurso durante meses.

La huella material del encendido seguirá presente en la campaña navideña de 2026. El Ayuntamiento informa de que la iluminación instalada por Juntos Brillamos Más se ha quedado en el municipio y servirá de base para el alumbrado de este año, junto a nuevas luminarias. El plan municipal prevé extender esa decoración a más zonas del casco y a algunos barrios.

Perera sitúa la implicación vecinal como uno de los elementos centrales de la victoria de Tejeda en la duodécima edición. A los municipios que participan este año les aconseja movilizar a toda la localidad y prepararse con tiempo para recibir visitantes, porque, a su juicio, las previsiones iniciales pueden quedarse cortas.

Desde Ferrero Ibérica, el director de Comunicación y Relaciones Institucionales, Franco Martino, sostiene que el caso de Tejeda muestra que la iniciativa busca dejar un efecto que vaya más allá de las semanas del encendido. La compañía dará a conocer el nombre del próximo municipio ganador el próximo 14 de diciembre y encenderá su alumbrado dos días después.