

La ocupación hotelera subirá un **4,7%** esta Semana Santa

Los establecimientos esperan llenar más del 85% de sus plazas **PÁG. 28**



La ocupación hotelera subirá un 4,7% en Semana Santa, con lleno en la costa

Los establecimientos lograrán un dato superior al 85%, nuevo récord del sector

E. Díaz MADRID.

El turismo va camino de marcar un nuevo récord esta Semana Santa, según ya encaminan las previsiones. La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, adelantó ayer que la ocupación hotelera en España crecerá un 4,7 por ciento durante estas vacaciones, hasta marcar un dato en los hoteles del 85,3 por ciento. El turismo de costa es el que experimenta un mayor aumento, según reflejan los datos de la encuesta de ocupación turística (Ocupatur), al pasar de una ocupación del 81 por ciento en 2016 a una del 89 por ciento, este año. Dentro de este segmento, la Costa Brava y la Costa Blanca, son las más beneficiadas de la recepción de turistas.

Las islas también mantienen una buena nota de afluencia, con una ocupación del 85 por ciento en Baleares y de hasta el 91 por ciento en Canarias, aunque sin embargo, en éste último archipiélago, la previsión es de caída frente a la ocupación del 92 por ciento que logró el año pasado.

Finalmente, el turismo urbano también se recupera con un aumen-

to de la ocupación hotelera que pasa del 79 al 84 por ciento, siempre según los datos aportados por la Secretaría de Estado de Turismo. Las ciudades con más tradición en estas fechas como Sevilla, Granada y Málaga lograrán una ocupación por encima del 90 por ciento en el caso de las primeras dos y del 89 por ciento, en el caso de la última.

Sin embargo, de los grandes núcleos urbanos, Barcelona será otra de las ciudades que más huéspedes acoga con una ocupación del 92 por ciento. Madrid se quedará, sin embargo, con una ocupación del 75 por ciento, a penas un punto por encima de la del año anterior.

Sin noticias del 'Brexit'

La secretaria de Estado de Turismo, Matilde Asián, confirmó que por el momento el *Brexit* no ha hecho mella en los viajeros de Reino Unido, principal mercado emisor para España, y mantienen su tendencia de gasto y de ocupación hotelera pese a la devaluación de la libra. Desde la Administración, según ha confirmado Asián, ya se ha puesto en marcha una campaña promocional dirigida exclusivamente



Turistas en una calle de Barcelona. ALAMY

al turismo británico con la intención de tocar la fibra sensible a través de la narración por otros viajeros británicos de la experiencia positiva que han tenido en su visita a España.

A pesar de las incipientes alarmas que ya señalan que una devaluación de la libra podría incidir en una caída de turistas británicos, el Ejecutivo mantiene en 2017 la misma partida que un año antes para la promoción de España en Reino Unido, que asciende a 7 millones de euros.

Las previsiones de la Secretaría de Estado de Turismo rebajan así las de la Confederación Española

Turismo inicia una campaña en Reino Unido para evitar perder viajeros británicos

de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), que anunciaron el pasado miércoles una ocupación del 90 por ciento para esta Semana Santa.

Por el momento, la actividad turística ha mantenido su fortaleza en el arranque del año, con un crecimiento del 4,1 por ciento hasta marzo impulsado por el aumento de los ingresos derivados del turismo extranjero, según los datos aportados por la [alianza para la excelencia turística, Exceltur](#).