



Dentro de Castilla-La Mancha, Sigüenza es la segunda localidad que más turistas atrae./ Economía de Guadalajara

Crece el gasto turístico en el primer trimestre

A pesar de la caída de marzo, un 1,5%, en estos meses ha aumentado un 2,4%

E. de G./Guadalajara

El gasto realizado por los turistas internacionales aumentó un 2,4% en los tres primeros meses del año, hasta 8.410 millones de euros, con respecto al mismo periodo de 2010, según la encuesta de Gasto Turístico (Egatur) elaborada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

El gasto medio por turista se situó en 930 euros, lo que supone un descenso del 0,6% frente al mismo periodo de 2010, mientras que el gasto medio diario cayó un 3,9%, hasta los 94 euros.

Industria destacó que la mayor entrada de turistas registrada hasta marzo, un 2,9% más, hasta nueve millones, compensó el descenso experimentado por el gasto medio realizado por cada visitante.

Los principales mercados emisores, Alemania y Reino Unido, que suponen respectivamente el 17,4% y el 16,6% del gasto total, siguen a la cabeza de los que más aportan pero registraron descensos sendos descensos.

En el caso del mercado alemán, el gasto alcanzó los 1.463 millones de euros, un 5,4% menos, mientras que el gasto realizado por los turistas británicos cayó un 7,9%, hasta 1.394 millones de euros.

A estos dos países les siguieron los turistas procedentes de los países nórdicos, con un gasto de 1.124 millones de euros, un 7,6% más que hace un año (el 13,4% del total), seguidos de los turistas franceses que gastaron 761 millones de euros (9,1%

del total), lo que supone un incremento 9,6% respecto a 2010.

Hay que destacar la buena evolución del mercado francés que en marzo registró un incremento del gasto del 7,6%, hasta 293 millones de euros, y un crecimiento similar en el gasto medio por turistas que se situó en 572 euros.

El mayor incremento fue el de Italia, con un repunte del 13,1% en el gasto, hasta los 498 millones de euros, el 5,9% del total.

En marzo, el gasto realizado por los turistas que visitaron España se redujo un 1,5%, hasta los 3.233 millones de euros. El gasto medio descendió a 909 euros, un 2,2% menos, y el gasto medio diario se situó en 96 euros, un 4,9% menos.

Lekkerland incrementa su beneficio en 2010

Al mismo tiempo, esta empresa también ha aumentado su volumen de ventas

E. de G./Guadalajara

La empresa mayorista de conveniencia Lekkerland AG & Co. KG ha incrementado sus ventas en Europa hasta alcanzar 12.200 millones de Euros en el año 2010. “Estamos muy satisfechos con estos resultados” manifestó Christian Berner, CEO de Lekkerland AG & Co. KG. Los beneficios después de impuestos se han incrementado en 2010 en un 18,5% hasta alcanzar 64 millones de Euros. Esta cifra incluye resultados extraordinarios de unos 10 millones de Euros. El grupo experto en los mercados de conveniencia presta sus servicios a clientes en nueve países europeos con categorías que van desde el tabaco hasta el food/non-food y productos de valor electrónico (e-va).

Crecimiento

En Alemania, el Grupo Lekkerland registró un crecimiento estable – con un volumen de ventas de 6.659 millones de Euros manteniendo los niveles del año anterior. El Grupo consiguió aproximadamente el 54% de la cifra total de ventas en Alemania, a pesar de las crecientes restricciones legales en la venta de tabaco y alcohol y las tendencias del mercado de retail a unos horarios de apertura más amplios que han afectado al

sector de conveniencia. El resto de Europa occidental consiguió incrementar las ventas en un 3,6% hasta alcanzar 4.495 millones de Euros, mientras que Europa Oriental registró un incremento en ventas del 10,9% hasta los 1.046 millones de Euros.

Categorías

Entre los productos, la categoría de tabaco consiguió crecer en el año 2010. Las categorías food/non-food y las comisiones de productos de recarga electrónica (e-va) se mantuvieron, mientras que los productos frescos alcanzaron un crecimiento significativo. En términos comparativos, esta categoría de producto consiguió un importante crecimiento en el año fiscal 2010. “Este crecimiento ilustra muy bien el cambio de foco en las categorías de productos del canal de conveniencia”, explica el CEO Christian Berner. “Entre los consumidores, el interés hacia los productos frescos se está incrementando”. En términos generales, en el sector food/non-food, se produjo una ligera reducción del 3,6% para alcanzar 2.256 millones de Euros. En las comisiones de productos de recarga electrónica (e-va), la venta por importe de 130 millones de Euros permitió mantener la cifra del año an-

terior. La categoría de productos del tabaco alcanzó un interesante incremento del 3% hasta los 9.814 millones de Euros, a pesar del difícil entorno al que se enfrenta el sector. “A pesar de las restricciones gubernamentales, que continúan ampliándose, hemos sido capaces de incrementar nuestra cuota de mercado en el segmento del negocio de tabaco”, comenta Berner.

Líneas

En el sector de retail, las estaciones de servicio y los grupos de gestión incrementaron sus ventas. El incremento más significativo en ventas del 6,1% se consiguió en los grupos de gestión hasta los 3.307 millones de Euros. En el caso de las estaciones de servicio, la fortaleza del negocio en los países de Europa del Este contribuyó de forma importante al incremento del 0,6% hasta alcanzar una cifra de ventas de 6.105 millones de Euros. Los grupos regionales sufrieron una pequeña caída en ventas. Los incrementos en el resto de Europa Occidental y en Europa del Este consiguieron mantener la cifra a pesar de un pequeño decrecimiento en Alemania, llegando así a una pequeña reducción en ventas del 0,9% hasta los 2.788 millones de Euros.

Comidas populares



RQSA 2603116/GU

949 200 662 · 639 308 316 · info@comidaspopulares.com

www.comidaspopulares.com

Ayuntamientos y Diputaciones

· Desde grupos reducidos hasta más de 5.000 comensales

Comida envasada a su gusto

· La mejor calidad/precio y con el mayor período de caducidad

Servicio para todo tipo de Eventos

· Bodas, bautizos, comuniones, negocios, convenciones

· Presupuestos personalizados

· Disponibilidad de salones, fincas, carpas o donde prefiera

Servicio a Colectividades

· Colegios, guarderías, empresas, asociaciones, residencias, hospitales...

Acontecimientos Especiales

· Monterías, cacerías, concursos, competiciones deportivas...

La mejor Calidad y Variedad...

· Vinos españoles, cócteles, buffets, desayunos, coffe-break...

...y el mejor Servicio

· Atendido exclusivamente por profesionales

