

## EMPLEO EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (3.11.2011)

La industria alimentaria es la cuarta de importancia en Alemania desde la perspectiva del empleo, con 544.000 puestos de trabajo. Una de cada 10 personas empleadas trabaja en la producción, transformación y comercialización de alimentos y bebidas. Este sector alcanzó en el periodo de enero a septiembre 2011 un volumen de ventas de 122.000 Mio. (millones de €), un incremento del 9% nominal respecto al mismo periodo del año anterior. En términos reales (descontado el efecto de la inflación), el incremento sería de un 2,4%. El 28% de este volumen corresponde a las exportaciones. La influencia de la evolución de los precios en el sector se refleja asimismo en un incremento de 3% en el IPC de alimentos y bebidas, superior al incremento del IPC general que fue de 2,4%. Estos datos se desprenden del informe del tercer trimestre publicado por la patronal de la industria alimentaria (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie – BVE), el cual a su vez recoge los datos de la Oficina Federal de Estadística.

Según la patronal, estos datos confirman la tendencia positiva de 2011, esperándose alcanzar un volumen de 122.000 Mio. para el final del año.

Las empresas muestran una actitud positiva en relación con las futuras contrataciones de trabajadores y la disposición a invertir creció también en 2011. En la industria alimentaria el crecimiento de la inversión bruta fue de un 15%

La exportación representa un importante canal de ventas para la industria alimentaria. El volumen de las exportaciones en el periodo analizado ascendió a 33.900 millones de €, lo que representa un 28% del volumen de negocio. En agosto de 2011 la industria alimentaria exportó bienes por valor de 3.900 millones de €, que suponen un crecimiento del 9,2% respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo en volumen de bienes exportados descendió un 5,4%, 3.450 millones de €.

La situación en los mercados de materias primas apenas ha mejorado. El índice HWWI de materias primas para alimentos ascendió en septiembre de 2011 un 15,8% en comparación con septiembre de 2010. En comparación, cayó significativamente el índice HWWI sin energía, que había tenido una tendencia ascendente hasta mediados de 2011.

Las incertidumbres acerca de la evolución futura de la coyuntura se reflejan en el clima de consumo en Alemania. A pesar de la mejora en las expectativas de ingresos y de consumo futuro, el clima del consumo se mantuvo en octubre sin variación con respecto al mes anterior. Según el índice de consumo elaborado por el grupo privado GfK, el ánimo de compra de los consumidores se habría mostrado positivo en septiembre 2011 respecto a septiembre 2010. Sin embargo el índice de la confianza empresarial que elabora el Instituto de Información e Investigación Ifo de la Universidad de Munich registra una clara contracción, desmintiendo las expectativas del sector acerca de la situación comercial y la exportación. El motivo es el claro empeoramiento de las expectativas de los alemanes acerca de la evolución de la coyuntura.

### Enlaces:

[Resumen del periodo](#)

[Más información sobre el sector](#)

Buscadores de empleo de alimentación y grandes superficies