



Jungheinrich mejora los ingresos por el incremento en la venta de carretillas nuevas

El fabricante alemán de soluciones intralogísticas Jungheinrich ha generado un volumen de negocio de 3.397 millones de euros hasta septiembre, lo que supone un incremento en sus ventas del 12,5% respecto al mismo periodo de 2021. El principal impulsor de este incremento ha sido la venta de carretillas nuevas, cuyo crecimiento en parte es debido al alza del negocio de sistemas automatizados, según ha explicado la compañía.

A pesar del ascenso en los ingresos, los beneficios han experimentado una contracción del 4,7% en comparación al resultado de los primeros nueve meses de 2021. Jungheinrich justifica estas cifras por “la situación de la cadena de suministro, que sigue siendo muy desafiante, especialmente como resultado de la guerra entre Rusia y Ucrania y el coronavirus”. Además, la empresa añade que “los efectos de los cuellos de botella en el suministro siguen extendidos a toda la

cartera de proveedores y materiales, así como en las capacidades logísticas asociadas". Sin embargo, Jungheinrich considera que las interrupciones de la producción se han evitado en gran medida a través de "una gestión específica de la cadena de suministro".

En marzo, la compañía ya se avanzó a esta desaceleración al corregir sus estimaciones para el actual ejercicio. Desde entonces, la empresa prevé una entrada de pedidos inferior a la del año anterior, que fue de 4.900 millones de euros. Concretamente, se espera que estos se sitúen entre 4.600 millones de euros y 4.900 millones de euros. Según las estimaciones actuales, el EBIT oscilará entre 340 y 380 millones de euros. De cara al largo plazo, Jungheinrich prevé que los ingresos crezcan hasta los 5.500 millones de euros para 2025.

Hasta el noveno mes del año, la plantilla del grupo intralogístico aumentó en 902 trabajadores y actualmente emplea a 19.583 personas. En septiembre del año anterior, daba trabajo a 18.681 personas. El presidente de la junta directiva de Jungheinrich, Lars Brzoska, ha explicado que "a la luz de las difíciles condiciones, las cifras que se publican son una prueba de la resiliencia de la empresa".