vinetur

HiteJinro aumenta o lucro operacional do terceiro trimestre em 6,2%, apesar da quebra das vendas

O maior produtor de bebidas alcoólicas da Coreia do Sul registou uma queda de 5,5% nas receitas, com a procura mais fraca a afetar o soju e a cerveja

sábado, 14 de novembro de 2026



A HiteJinro anunciou na sexta-feira, 13 de novembro, que o lucro operacional aumentou no terceiro trimestre, apesar da descida das receitas. O maior produtor de bebidas alcoólicas da Coreia do Sul recorreu a cortes nos custos e a uma gestão mais rigorosa das margens para compensar a quebra das vendas de soju e cerveja.

A empresa registou um lucro operacional de 57,7 mil milhões de won, ou cerca de 43,3 milhões de dólares, mais 6,2% do que no mesmo trimestre do ano anterior. As receitas caíram 5,5%, para 632,4 mil milhões de won, refletindo uma procura mais fraca nas suas duas principais categorias, num mercado nacional de bebidas alcoólicas que a empresa descreveu como estando em contração.

O soju, a maior área de negócio da HiteJinro, registou vendas trimestrais de 367,5 mil milhões de won, menos 3,5% do que um ano antes. Apesar da quebra, o lucro operacional do segmento do soju aumentou 7%, para 45 mil milhões de won. As vendas de cerveja caíram mais acentuadamente, 9,7%, para 204,4 mil milhões de won, enquanto o lucro operacional do segmento subiu 8,4%, para 11,7 mil milhões de won.

A melhoria representa uma inversão face ao mesmo trimestre do ano anterior, quando o lucro operacional da empresa tinha caído 22,5%. A margem operacional da HiteJinro recuperou para cerca de 9,1%, face a 8,1%, mostrando que a empresa conseguiu preservar uma parcela maior de lucro por cada unidade vendida, apesar da quebra das receitas.

A HiteJinro afirmou que o resultado reflete uma estratégia centrada no lucro e a manutenção dos cortes nos custos. Os números sugerem que a empresa está a tentar proteger os resultados, numa altura em que a procura dos consumidores no mercado interno continua sob pressão. A questão vai além do relatório trimestral de uma única empresa, uma vez que o mercado sul-coreano de bebidas é um importante indicador para os produtores de soju, cerveja e outras bebidas alcoólicas, que enfrentam vendas mais lentas e procuram defender as margens através da eficiência, em vez de aumentarem o volume.

Os resultados revelam também as condições desiguais do setor das bebidas no país. A quebra das vendas de soju e cerveja indica que a procura ainda não recuperou por completo, mesmo no caso de marcas estabelecidas e com ampla distribuição. Ao

mesmo tempo, o aumento do lucro nos dois segmentos aponta para um controlo mais rigoroso da despesa, uma gestão do portefólio de produtos ou outras medidas internas capazes de atenuar o impacto do consumo mais fraco.

A HiteJinro afirmou que novos produtos, incluindo Terra Sparkling, deverão ajudá-la a manter a liderança de mercado. Isto indica que a empresa continua à procura de fatores de crescimento, mantendo o foco na rentabilidade, um equilíbrio cada vez mais importante para os produtores de bebidas alcoólicas, à medida que a concorrência se intensifica e o mercado interno oferece menos margem para uma expansão fácil.