



Análise

Mastercard
MSCD34 | MA

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Última Atualização

A Mastercard divulgou os resultados referentes ao segundo trimestre de 2025, demonstrando um desempenho operacional e financeiro consistente. O destaque ficou por conta do crescimento das receitas, impulsionado principalmente pelo aumento das transações globais, volumes *cross-border* e pela expansão de serviços de valor agregado.

A receita líquida alcançou aproximadamente US\$8,1 bilhões, representando um crescimento de 17% em relação ao mesmo período de 2024, sendo cerca de 16% em bases neutras de moeda. O lucro líquido totalizou US\$3,7 bilhões, um aumento de 14% em relação ao ano anterior, enquanto o lucro por ação diluído ajustado subiu 16%, atingindo US\$4,15 por ação.

Entre os principais indicadores operacionais, o volume bruto de transações (*Gross Dollar Volume*, GDV) cresceu 9% em moeda local, enquanto o volume de compras teve alta de 10%. As transações processadas pela rede (*switched transactions*) também aumentaram 10% e o volume de transações internacionais (*cross-border*) cresceu expressivos 15%, com destaque para aquelas não relacionadas a viagens, refletindo o fortalecimento do *e-commerce* internacional.

O GDV compreende não apenas o valor das compras realizadas eletronicamente, mas também o montante referente às transações em dinheiro. O termo “volume de compras” refere-se ao valor total em dólares das compras efetuadas com cartões da bandeira Mastercard, enquanto “volume em dinheiro” engloba o valor total em saques em dinheiro, bem como o impacto de transferências de saldo e cheques. Durante o ano fiscal de 2024, a rede da empresa processou cerca de US\$9,757 trilhões em GDV.

A margem operacional permaneceu estável, em torno de 58,7%, mesmo com um aumento de aproximadamente 15% nas despesas operacionais, que refletiram investimentos em tecnologia, aquisições e expansão de

parcerias estratégicas. Durante o trimestre, a Mastercard recomprou US\$2,3 bilhões em ações e distribuiu cerca de US\$691 milhões em dividendos, reforçando seu compromisso com a geração de valor ao acionista.

Do ponto de vista estratégico, a companhia deu continuidade à ampliação de soluções digitais, autenticação e tokenização, e fortaleceu parcerias com empresas globais, como companhias aéreas. Iniciativas como *Mastercard Move* e *Agent Pay* são parte do esforço para diversificar as fontes de receita e se posicionar como um *hub* de soluções financeiras integradas.

Entretanto, alguns fatores merecem atenção. A implementação das regras globais de tributação mínima (Pillar 2) em jurisdições como Cingapura aumentou a carga tributária efetiva da companhia. Ademais, segmentos como viagens internacionais em regiões do Oriente Médio e África apresentaram moderação, afetados por comparação de base elevada e fatores geopolíticos.

O balanço geral do trimestre foi positivo. A empresa superou estimativas de mercado tanto em receita quanto em lucro por ação, mantendo margens operacionais consistentes. O crescimento acelerado em transações *cross-border*, principalmente fora do segmento de viagens, indica um bom posicionamento frente à evolução do consumo digital global.

Para o restante de 2025, a Mastercard projeta crescimento de receita na casa dos dois dígitos baixos (*low teens*), excluindo efeitos cambiais e aquisições. As despesas devem seguir em alta, refletindo os investimentos em expansão e inovação.

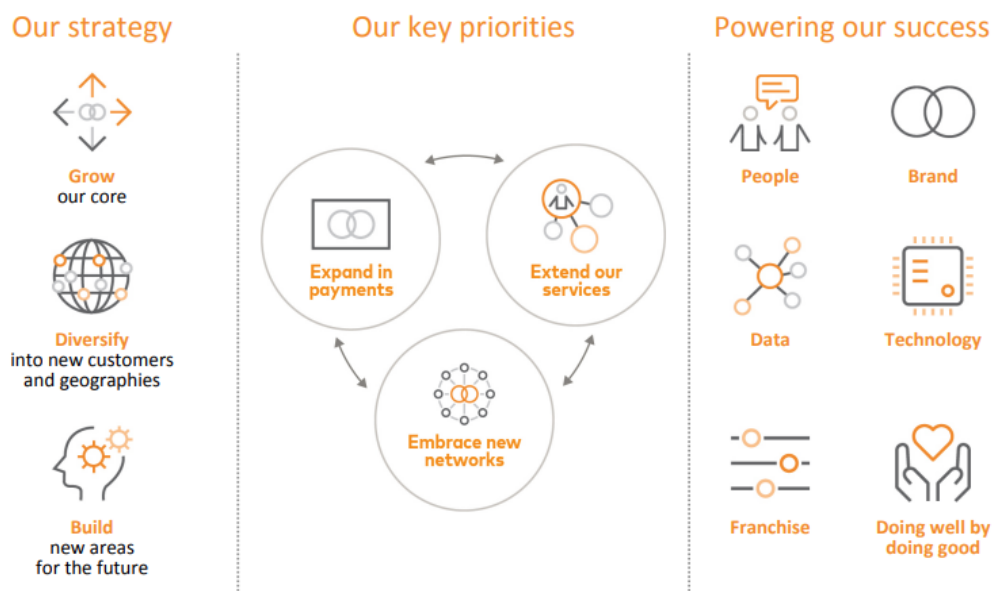
Em síntese, os resultados do segundo trimestre indicam que a Mastercard segue bem posicionada para capturar tendências estruturais de digitalização, internacionalização do consumo e maior demanda por serviços financeiros integrados. Apesar de desafios regulatórios e

macroeconômicos, a companhia demonstra capacidade de manter um ritmo de crescimento sólido e sustentável.

Área de Atuação



O **Mastercard Inc.** é uma empresa de tecnologia na indústria global de pagamentos. A operação da companhia consiste em estabelecer conexões entre consumidores, instituições financeiras, comerciantes, governos, parceiros digitais, empresas e diversas organizações em todo o mundo. O seu principal objetivo é facilitar pagamentos eletrônicos, substituindo métodos tradicionais como dinheiro e cheques, assegurando que as transações sejam seguras e acessíveis.



*Estratégias e Prioridades.
Fonte: IR Mastercard.*

A Mastercard opera uma rede de pagamentos *multi-rail*, oferecendo uma gama de soluções de pagamento e serviços por meio de sua família de

marcas conhecidas, incluindo Mastercard®, Maestro® e Cirrus®. Através de sua rede global de pagamentos, a companhia realiza a autorização, compensação e liquidação das transações.

Produtos de Pagamento para Clientes

❖ **Crédito ao Consumidor:** a empresa disponibiliza produtos que capacitam os emissores a conceder crédito aos consumidores, permitindo-lhes, posteriormente, utilizar sua rede para realizar transações eletrônicas.

❖ **Débito ao Consumidor:** a empresa oferece uma ampla gama de produtos e soluções de pagamento, possibilitando aos clientes proporcionar aos consumidores o acesso a fundos depositados. O programa de débito e acesso a depósitos pode ser empregado para efetuar compras ou realizar saques em agências bancárias e caixas eletrônicos. Os programas de débito incluem Mastercard (incluindo ofertas padrão, *premium* e afluentes), Maestro (a solução baseada em PIN que opera globalmente) e Cirrus (a principal solução global de acesso ao dinheiro).

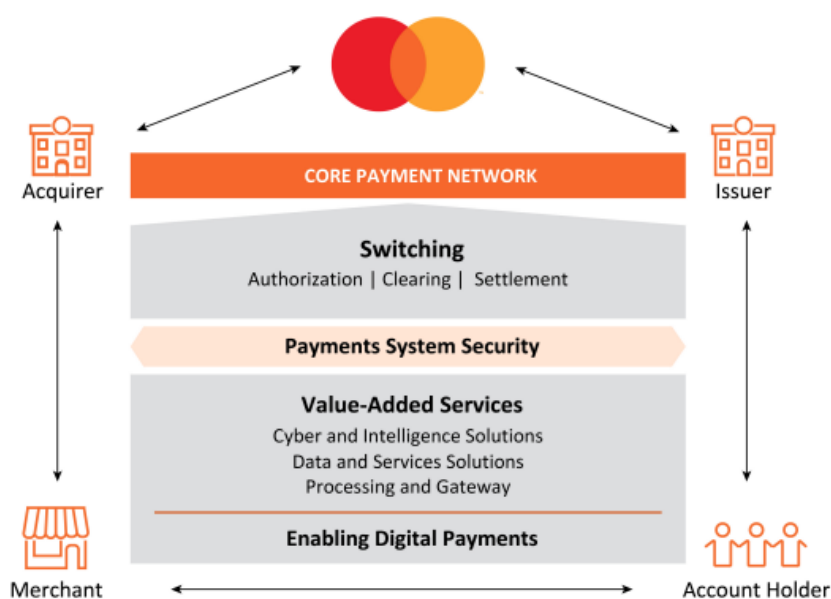
❖ **Pré-pago:** são pagamentos eletrônicos que permitem aos consumidores pagarem antecipadamente, independentemente de já possuírem ou não uma conta bancária ou algum histórico de crédito. Essas contas podem ser adaptadas para atender programas específicos, necessidades do cliente ou do consumidor, como pagamento de contas, envio de pagamentos ou saques em caixas eletrônicos. Os programas pré-pagos também oferecem oportunidades tanto nos setores público, como privado, com o intuito de fomentar a inclusão financeira de indivíduos não bancarizados, por meio de pagamentos de seguridade social, benefícios de desemprego e cartões salariais.

Rede de Pagamento

A infraestrutura de pagamentos da Mastercard estabelece uma conexão global entre emissores e adquirentes, simplificando a realização de transações financeiras. Essa robusta rede proporciona uma eficiente e segura via para receber pagamentos, oferecendo aos consumidores um método ágil e conveniente para acessar seus fundos. A abrangência da empresa se estende a transações em mais de 150 moedas, em mais de 210 países e territórios ao redor do mundo.

Transações na Rede de Pagamento

A estrutura central de pagamentos opera de forma segmentada em quatro componentes distintos, englobando os seguintes participantes: o titular da conta (indivíduo ou entidade detentora de um cartão ou utilizando outro dispositivo habilitado para pagamento), o emissor (instituição financeira vinculada à conta do titular), o comerciante e o adquirente (instituição financeira responsável pelo fornecimento da máquina de cartão ao estabelecimento comercial).



*Fluxo do Dinheiro na Rede de Pagamento.
Fonte: IR Mastercard.*

É importante pontuar que a Mastercard não emite cartões, concede crédito, determina ou recebe receitas de taxas de juros ou outras tarifas cobradas aos detentores de contas, nem estabelece as taxas cobradas por adquirentes. Na maioria dos casos, o relacionamento com os detentores de contas pertencem e são gerenciados pelos clientes da empresa, geralmente instituições financeiras.

O gráfico acima representa uma transação na rede central de pagamentos e o papel da Mastercard nessa transação; incluindo segurança de pagamento, serviços de valor agregado e facilitação de pagamentos digitais.

Em resumo, uma transação na rede funciona assim: um detentor de conta compra bens ou serviços de um comerciante usando a bandeira da Mastercard em seu método de pagamento. Após a autorização da transação pelo emissor, o emissor paga ao adquirente o valor igual ao da transação, deduzida a taxa de intercâmbio e outras taxas aplicáveis, e em seguida, registra a transação na conta do detentor. O adquirente paga ao comerciante o valor da compra, líquido dos descontos.

Mercado Global

A Mastercard enfrenta concorrência abrangente em todas as modalidades de pagamento, desde transações em papel moeda e cheques, até as diversas formas de pagamentos eletrônicos. Os principais concorrentes no cenário de pagamentos eletrônicos são: Visa, American Express, Discover, JCB e UnionPay.

Tais concorrentes podem apresentar maior concentração em regiões geográficas específicas, como a Discover nos Estados Unidos e a JCB no Japão, ou possuir uma posição de destaque em determinados países, a exemplo da UnionPay na China.

	Visa	American Express	Diners Club / Discover	JCB	Mastercard
Payments Volume (\$B)	11,668	1,540	243	312	6,568
Total Volume (\$B) ⁽²⁾	14,108	1,553	258	320	8,177
Total Transactions (B)	260	10	4	6	150
Cards (M)	4,160	133	80	153	2,713

*Comparação entre as redes dos concorrentes.
Fonte: IR Mastercard.*

Com base nas informações disponíveis na tabela acima, dentro desse ambiente competitivo, a Mastercard destaca-se como uma das maiores redes de transações eletrônicas do mundo, tanto em volume de pagamentos e transações, como em número de cartões. Ficando logo atrás da Visa.

História da Empresa

A história da Mastercard teve origem no final da década de 1940, quando diversos bancos nos Estados Unidos inovaram ao emitir papéis aos seus clientes, que podiam ser utilizados como dinheiro em estabelecimentos físicos.

Em 1966, foi criada a Interbank Card Association (ICA) em resposta ao sucesso do BankAmericard, emitido pelo Bank of America, que posteriormente, tornaria-se a renomada MasterCard International.

Em 1968, a ICA iniciou sua rede global formando uma associação com o Banco Nacional no México. Mais tarde naquele mesmo ano, uma aliança foi formada na Europa com a Eurocard. Os primeiros membros japoneses também se juntaram naquele ano.

No final da década de 1970, a ICA já tinha membros em lugares como África e Austrália. Para simplificar o posicionamento da marca da empresa, a ICA mudou seu nome para MasterCard International.

Na década de 1980, houve uma maior expansão na Ásia e na América Latina. Em 1985, a empresa adquiriu a rede de caixas eletrônicos Cirrus.

Neste mesmo ano, a empresa lançou seu primeiro cartão de crédito internacional.

Em 1987, o MasterCard tornou-se o primeiro cartão de pagamento emitido na República Popular da China e, no ano seguinte, na União Soviética.

Na década de 1990, a Mastercard lançou o serviço Mastercard International Payment System (MIPS), que permite a aprovação de pagamentos internacionais em tempo real. Foi lançado o Maestro, a primeira rede de débito em pontos de venda online do mundo.

Em 2002, a Mastercard se fundiu com a Europay International para formar a Mastercard Worldwide. A fusão criou uma das maiores empresas de pagamentos do mundo, com uma rede de mais de 20 milhões de comerciantes em mais de 200 países e territórios.

Em 2006, a empresa realizou a sua Oferta Pública Inicial na Bolsa de Valores de Nova York.

Em 2011, a Mastercard lançou o serviço Mastercard Identity Check, que usa biometria para autenticar transações, o serviço ajuda a proteger os titulares de cartões contra fraudes.

Em 2016, a companhia lançou o serviço Mastercard Contactless, para pagamentos sem contato. Com essa nova tecnologia, os titulares de cartões podem fazer pagamentos sem precisar inserir o cartão em um leitor de cartão.

Em janeiro de 2019, a companhia retirou o nome “Mastercard” do logo da sua marca. Os círculos vermelhos e amarelos entrelaçados, conhecidos como símbolos Mastercard, se tornaram independentes.

Em 2020, a Mastercard lançou o serviço Mastercard Pay by Phone, que permite pagamentos por telefone celular.

Em 2022, foi lançado o serviço Mastercard Crypto, que permite aos clientes comprar, vender e armazenar criptomoedas. O Mastercard Crypto é uma forma segura e conveniente de investir em criptomoedas.

Em 2023, a Mastercard intensificou seus investimentos em pagamentos digitais e cibersegurança, aplicando inteligência artificial para prevenir fraudes e ampliando suas parcerias com governos e fintechs ao redor do mundo.

Em 2024, a companhia anunciou a aquisição da Recorded Future por cerca de US\$2,65 bilhões, reforçando sua atuação em segurança digital. Esse movimento fortaleceu a posição da Mastercard não só como processadora de pagamentos, mas também como *player* de segurança digital.

Em 2025, a Mastercard acelerou o desenvolvimento de soluções em criptomoedas e tokenização de ativos.

Riscos do Negócio

A Mastercard demonstra sólido desempenho financeiro e possui vantagens competitivas robustas. No entanto, é essencial avaliar os riscos inerentes ao seu modelo de negócios, já que certos fatores apresentam potenciais impactos adversos nas condições financeiras e nos resultados operacionais da empresa. É crucial que os investidores considerem esses riscos, lembrando que não é possível prever todos esses fatores.

A Mastercard enfrenta riscos constantes em relação à segurança, incluindo ameaças como fraudes em transações, vazamento de dados e ameaças cibernéticas. Esses riscos têm o potencial de impactar adversamente a reputação da empresa, resultando na possível redução da adoção de seus produtos e serviços.

A exposição da Mastercard aos riscos econômicos, como recessão e inflação acima da meta do governo, representam desafios significativos para o

crescimento do consumo e do volume de transações com cartões. Em períodos de recessão, a diminuição no volume de transações pode exercer efeito negativo sobre as receitas da empresa.

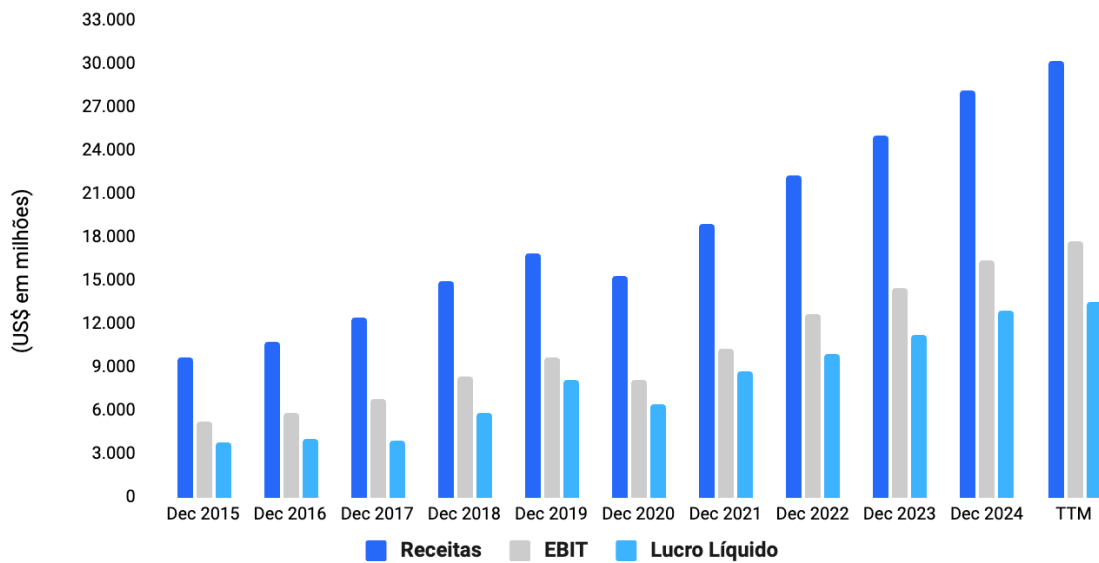
Além disso, a Mastercard está sujeita a regulamentações governamentais que têm o potencial de influenciar suas operações e, principalmente, custos. Alterações nas políticas regulatórias podem impor restrições adicionais ou aumentar os custos operacionais da empresa, destacando a necessidade de um monitoramento constante nessas possíveis mudanças e a capacidade de adaptação aos riscos regulatórios.

Por fim, a intensa competição no setor de pagamentos, liderada por empresas como Visa, American Express e Discover, representa um desafio constante para a Mastercard. A entrada de novos concorrentes, o surgimento de tecnologias disruptivas ou o aumento da participação de mercado dos concorrentes existentes podem exercer pressão sobre os lucros da empresa. Assim, é crucial para a Mastercard manter uma postura estratégica e inovadora para enfrentar os desafios competitivos do setor.

Resultados Anteriores

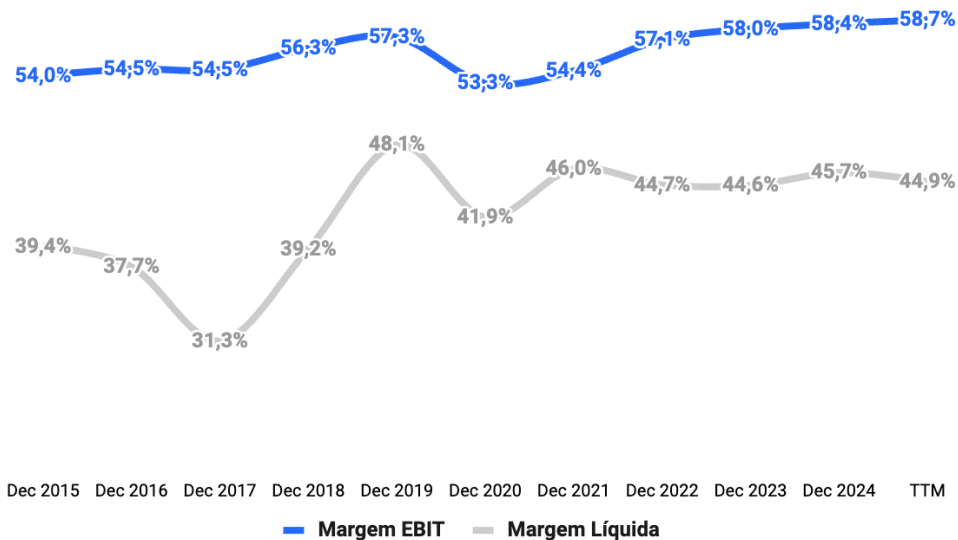
Nos últimos dez anos, a empresa entregou um forte crescimento anual composto (CAGR) de 11,2% em suas receitas, que passaram de US\$9,6 bilhões para US\$28,1 bilhões ao longo desse período, conforme mostrado pelo gráfico a seguir. Em 2015, o lucro líquido da empresa era de US\$3,8 bilhões, alcançando a expressiva marca de US\$12,8 bilhões no último exercício completo de 2024.

Estes indicadores positivos de crescimento refletem a ascendente trajetória das transações financeiras por meio eletrônico, em substituição do dinheiro, e da eficácia no processamento de pagamentos realizados na infraestrutura da empresa ao longo da última década.



Resultado operacional.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

No gráfico de lucratividade, podemos verificar as margens da companhia, que refletem seu modelo de negócio enxuto aliado ao ganho de eficiência de 2015 a 2019. Principalmente por conta da evolução tecnológica das redes de pagamento.

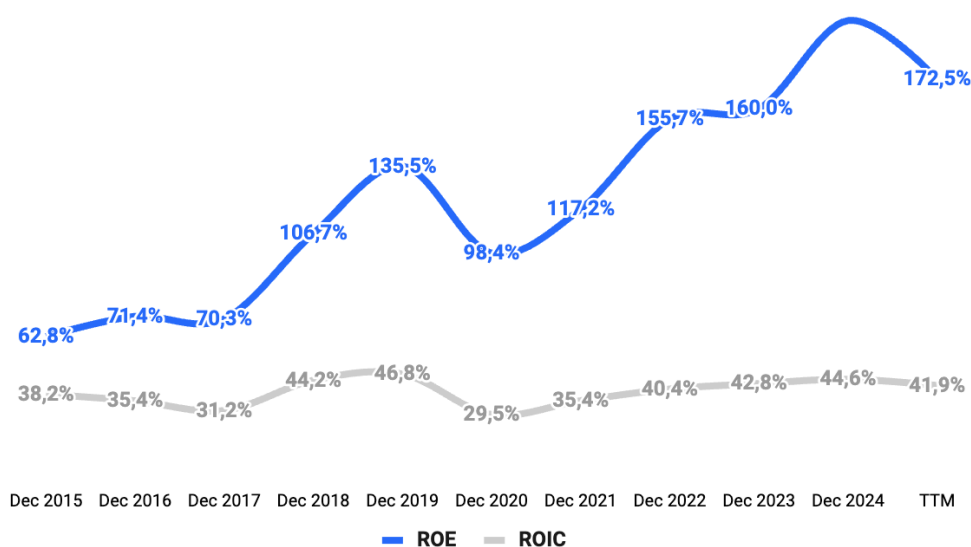


Margens de lucratividade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

A margem EBIT da Mastercard tem se mantido consistentemente estável nos últimos dez anos, apresentando uma média elevada em torno dos 55%. Já a margem líquida tem apresentado um crescimento gradual ao longo da última década, alcançando uma média de 41%.

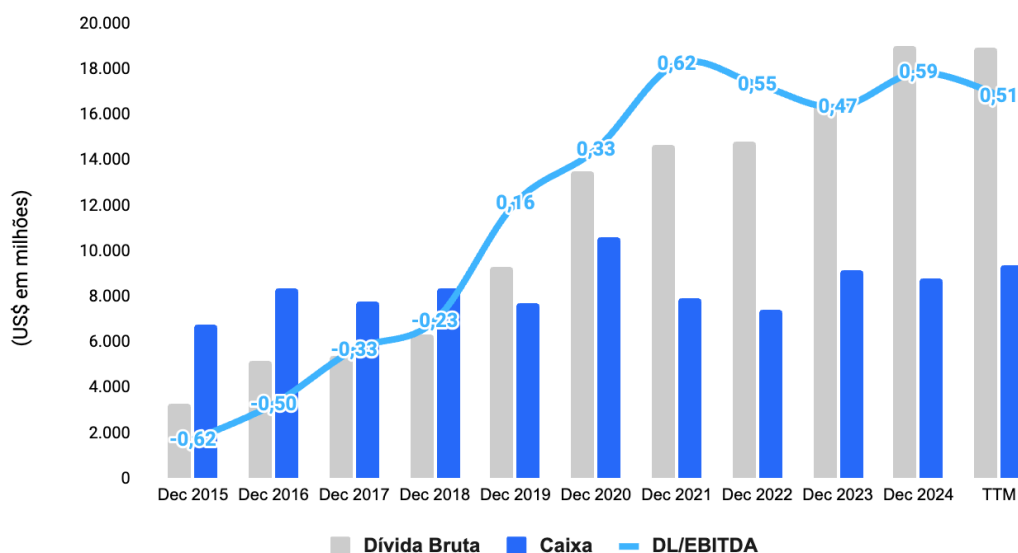
O retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) da Mastercard tem superado os 100% desde o ano de 2018, conforme mostrado no gráfico a seguir. Esse desempenho reflete a elevada eficiência da companhia na geração de resultados e utilização do capital, potencializado pela estratégia de recompra de ações, que reduz o patrimônio líquido e contribui para elevar ainda mais o indicador.

As empresas, de maneira geral, possuem sua estrutura de capital constituída em dois pilares: baseada em seus próprios recursos (seu patrimônio líquido) e de terceiros (empréstimos). O ROIC representa a rentabilidade da companhia não só em relação ao seu patrimônio líquido, como faz o ROE, mas também em relação à dívida captada com terceiros. O ROIC da Mastercard também tem apresentado um crescimento constante ao longo dos últimos dez anos, atingindo 44,6% em 2024.



Indicadores de rentabilidade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

No exercício de 2024, a companhia fechou com US\$18,9 bilhões em dívidas e US\$8,7 bilhões em caixa. A relação dívida líquida sobre EBITDA da empresa está em 0,51 vezes, indicador que evidencia um perfil de alavancagem bastante conservador, pois a empresa seria capaz de pagar seus compromissos com seu lucro operacional em menos de um ano.

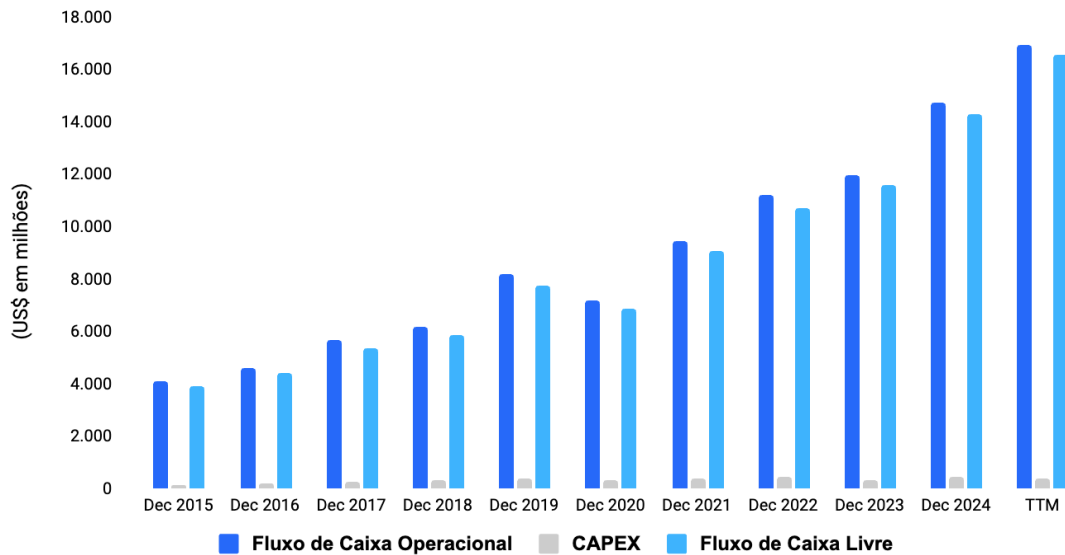


Nível de endividamento e caixa.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Analisar os lucros da empresa de forma histórica é importante, como fizemos até aqui, entretanto, eles podem ter algumas distorções e ajustes na DRE até seu número final. Por esse motivo, é importante olharmos para a geração de caixa operacional e livre da companhia em cada exercício, que representa de forma mais transparente os recursos que estão entrando de fato no caixa e que levam em consideração os seus investimentos em CAPEX.

O CAPEX é o quanto a empresa precisa investir em estrutura para manter e continuar crescendo suas operações, para isso, temos que subtrair do fluxo de caixa operacional esses investimentos em CAPEX para chegarmos na geração de caixa livre. A Mastercard tem um modelo de negócio *asset*

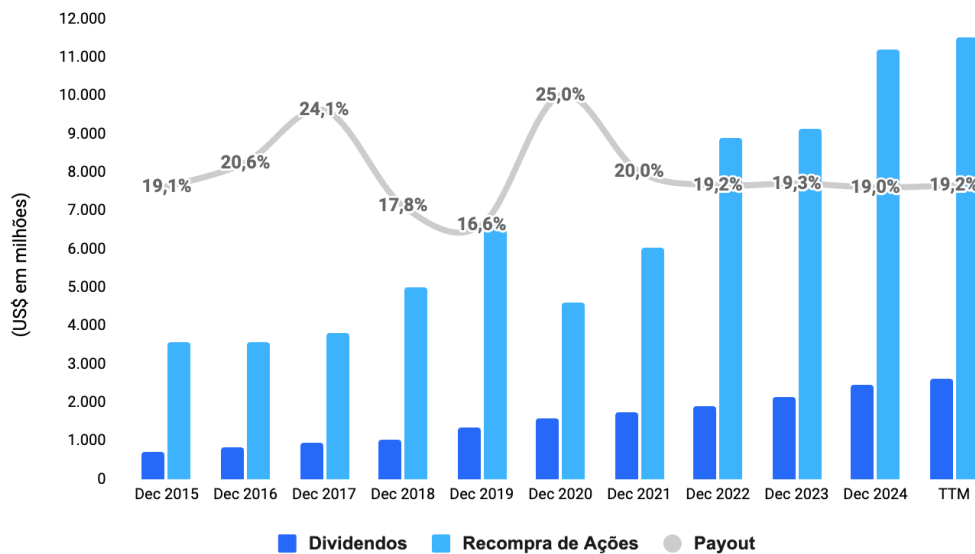
light, apenas com o mínimo necessário de ativos para suas operações, desta forma, seus investimentos em CAPEX são relativamente baixos.



*Geração de caixa livre.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.*

No exercício completo de 2024, a Mastercard gerou US\$14,3 bilhões em caixa livre, um crescimento anual composto de 12,6% nos últimos dez anos. A geração de caixa livre é fundamental, pois é através dela que as empresas podem pagar seus dividendos, recomprar suas ações, pagar suas dívidas e fazer novas aquisições ou reinvestimentos.

A Mastercard também tem crescido sua distribuição de dividendos ano a ano, saindo de US\$727 milhões em 2015 e chegando a US\$2,4 bilhões em 2024, um CAGR de 12,9% ao ano. Além disso, vale destacar que o compromisso da empresa com a maximização do valor para os acionistas acontece de forma mais robusta pelo seu agressivo programa de recompra de ações. Somente no ano de 2024, a Mastercard adquiriu uma forte quantia de US\$11,2 bilhões.



Dividendos, payout e recompra de ações.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Valuation

Análise de Múltiplos

O primeiro método consiste na análise dos múltiplos das empresas. Quando aplicável, é apropriado comparar empresas do mesmo setor de atuação e, se possível, aquelas que estejam no mesmo ciclo de vida. Entre os indicadores de *valuation* relativo mais comuns utilizados para o modelo de negócio da Mastercard, destacam-se:

- ❖ **Preço sobre o Lucro - P/L:** indica o quanto os acionistas estão dispostos a pagar pelo lucro da companhia, desta forma, quantos anos os acionistas estão dispostos a investir de maneira a recuperar seu aporte inicial.
- ❖ **Preço sobre Fluxo de Caixa - P/FC:** é a relação entre o valor de mercado e a capacidade da empresa de gerar caixa. Muito útil para comparar qual o valor de mercado das empresas em relação à sua capacidade de geração de caixa.

❖ **Enterprise Value sobre EBITDA - EV/EBITDA:** o objetivo desse indicador é analisar quanto o valor da firma, que é a soma do valor de mercado com a dívida líquida, se relaciona com o lucro operacional da empresa. É diferente dos outros indicadores pois, aqui, relaciona a operação em si.

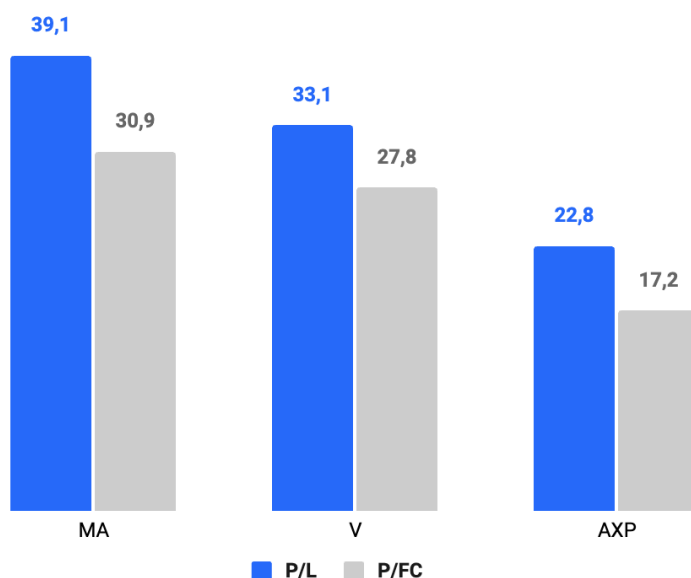
O setor em que a Mastercard atua apresenta barreiras significativas de entrada, resultando em uma consolidação de alguns *players* específicos no mercado. Para realizar a comparação dos múltiplos, foram selecionadas duas empresas que possuem semelhanças em suas linhas de negócios: a Visa (V) e a American Express (AXP).

A **Visa Inc.** é líder global em infraestrutura tecnológica para o processamento de transações financeiras. A empresa opera uma extensa rede de serviços de pagamento, oferecendo pontos de conexão para facilitar transações de pagamento a vários destinos por meio de vários formatos. A empresa concentra seus esforços na expansão, aprimoramento e investimento em sua sofisticada infraestrutura de processamento de transações, denominada VisaNet.

A **American Express Co.** possui um modelo de negócios mais abrangente, possuindo uma plataforma integrada de pagamentos globalmente de ponta a ponta. Além disso, a American Express é líder na oferta de cartões de crédito e débito para consumidores, pequenas empresas, empresas de médio porte e grandes corporações ao redor do mundo.

Através da análise dos indicadores mencionados, é possível realizar uma comparação entre as três empresas e seus respectivos valores de mercado. Atualmente, a Mastercard destaca-se como a empresa com maior potencial de crescimento entre seus concorrentes e uma parcela de mercado maior a ser conquistada, desta forma, apresentando os índices mais elevados, conforme mostrado no gráfico de comparação dos múltiplos.

A Mastercard possui consolidação, alta lucratividade e uma significativa participação de mercado no segmento de transações financeiras, apresentando barreiras substanciais para novos concorrentes, desta forma, elevando os seus múltiplos.

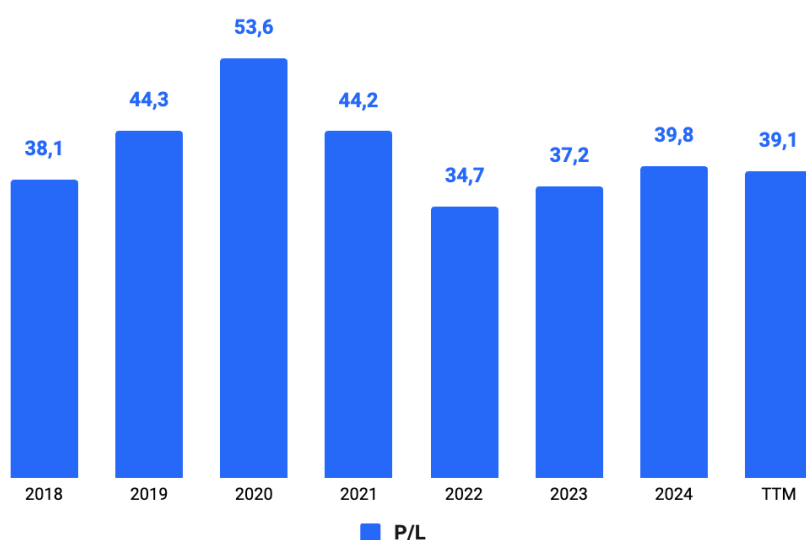


*Comparação de múltiplos.
Fonte: FactSet / Elaboração Simpla Club.*

No gráfico de histórico, é possível observar a evolução do índice P/L da Mastercard. O múltiplo apresentou oscilações relevantes ao longo dos últimos anos, variando de 34,7 vezes em 2022 a um pico de 53,6 vezes em 2020. Em 2018, o P/L atingiu 38,1 vezes, avançou para 44,3 vezes em 2019 e atingiu seu maior patamar no auge da pandemia, refletindo a expectativa de aceleração estrutural nos meios de pagamento eletrônicos. Nos anos seguintes, houve um processo de normalização, com o múltiplo retornando para níveis próximos da média histórica.

Atualmente, o P/L em 39,1 vezes (TTM) se mantém alinhado à média do período, indicando que o mercado continua precificando a Mastercard como uma companhia de crescimento. Os múltiplos historicamente elevados refletem a expansão da empresa, impulsionada pela substituição do uso de dinheiro físico por meios eletrônicos de pagamento, tendência que segue sendo um dos principais vetores de valorização do negócio.

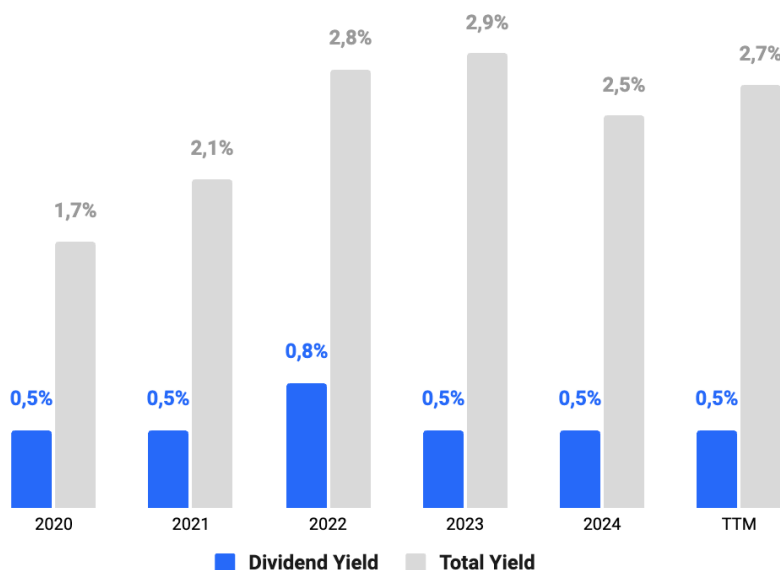
É sempre importante salientar que a euforia do mercado - com a grande liquidez de dinheiro na economia - e as taxas de juros a números muito baixos acabaram refletindo no valor de mercado mais elevado de muitas empresas americanas nesses últimos anos.



*Comportamento histórico dos múltiplos.
Fonte: FactSet / Elaboração Simpla Club.*

Apesar da distribuição de dividendos da empresa ter sido levemente crescente nos últimos dez anos, o seu *dividend yield* (dy) é relativamente baixo, como é possível ver no gráfico a seguir. O dy atualmente encontra-se em torno de 0,5%, isso porque a Mastercard prioriza em sua política de retenção de lucros o direcionando desses recursos para reinvestimento em suas operações e para financiamento do seu programa de recompra de ações próprias.

Como o *dividend yield* da empresa é relativamente baixo, faz mais sentido avaliarmos o retorno total ao acionista, que considera não apenas os dividendos pagos, mas também as recompras de ações. Nesse contexto, o retorno total nos últimos doze meses alcançou 2,7%, um patamar considerado modesto, mas ainda relevante.



Dividend yield e total yield.
Fonte: FactSet / Elaboração Simpla Club.

Método Do Fluxo De Caixa Descontado (DCF)

O objetivo principal do método de Fluxo de Caixa Descontado é determinar o valor intrínseco de uma empresa. Esse método envolve projetar os fluxos de caixa futuros da companhia e descontá-los utilizando uma taxa média ponderada conhecida como WACC (Weighted Average Cost of Capital), a fim de trazer esses fluxos para o valor presente. O WACC representa o custo de financiamento das operações da empresa, ou seja, a quantia gasta pela empresa em custos de dívida e na remuneração aos acionistas.

A Mastercard já se consolidou com uma significativa fatia do mercado global de pagamentos. Entretanto, a empresa continua a se beneficiar do aumento do volume de transações financeiras, especialmente devido à substituição contínua do dinheiro físico por meios eletrônicos, desta forma, podendo entregar crescimento. Contudo, atualmente, o *valuation* da empresa está elevado e com pouca margem de segurança para o investidor.

Para chegar a essa conclusão, foram realizadas projeções de fluxo de caixa futuro para os próximos dez anos, incorporando um cenário de

crescimento que leva em consideração o aumento gradativo no número de transações globais. Posteriormente, foi adicionado ao modelo de *valuation* um cenário na perpetuidade com crescimento alinhado à inflação.

As projeções levam em consideração investimentos relativamente baixos em CAPEX, em linha com o que foi praticado historicamente até aqui, uma vez que o modelo de negócios da Mastercard não demanda uma necessidade significativa de capital intensivo.

Opinião do Analista

A Mastercard é uma das maiores empresas do mundo na indústria global de pagamentos, principalmente por sua tecnologia de ponta e por uma infraestrutura robusta que possibilita a facilitação de transações eletrônicas, conectando consumidores e instituições financeiras.

Ao analisarmos os fundamentos da Mastercard, podemos destacar suas vantagens competitivas que estabelecem uma forte barreira de entrada para novos concorrentes. A construção de uma rede global de transações de pagamento é uma tarefa que demandaria um bom período de tempo e bastante recursos.

Além dos ganhos de escala e do crescimento nas receitas, a Mastercard se destaca por suas margens elevadas, custos de capital reduzidos e uma forte capacidade de gerar fluxo de caixa livre. É relevante mencionar que uma parcela significativa desse fluxo de caixa é direcionada aos acionistas, principalmente por meio de seu programa consistente de recompra de ações.

O modelo de negócios da Mastercard está mais voltado para o segmento de tecnologia do que uma instituição financeira. Nesse quesito, os desafios importantes que a empresa deve enfrentar incluem as ameaças cibernéticas, a vulnerabilidade a fraudes em transações e potenciais

vazamentos de dados. Outro ponto de atenção é em relação ao surgimento de tecnologias disruptivas e o aumento da participação de mercado dos concorrentes.

Em resumo, a empresa possui fundamentos sólidos e um balanço equilibrado. Contudo, no momento, as suas ações estão sendo negociadas com múltiplos esticados, sem proporcionar uma margem interessante de segurança ao investidor. Desta forma, ficamos de fora das ações da Mastercard (MA) por enquanto, mas manteremos a empresa no nosso radar.

Equipe



Gabriel Bassotto

Analista CNPI especialista em

Ações Brasileiras



Carlos Júnior

Analista CNPI especialista em

Fundos Imobiliários



Thiago Armentano

Analista CNPI especialista em

Ativos Globais



Guilherme La Vega

Analista CNPI especialista em

Ações Brasileiras

Acompanhamento

relatório atualizado em 15.09.2025

Nossa equipe de analistas está atenta a todas as movimentações relevantes, mantendo os *rankings* e seus respectivos fundamentos atualizados todas as semanas. Em caso de grandes mudanças, os relatórios também podem ser atualizados.

Disclaimer

Todas as análises aqui apresentadas foram elaboradas pelo analista de valores mobiliários autônomo Thiago Affonso Armentano - CNPI EM-3164, com objetivo de orientar e auxiliar o investidor em suas decisões de investimento; portanto, o material não se constitui em oferta de compra e venda de nenhum título ou valor imobiliário contido. O investidor será responsável, de forma exclusiva, pelas suas decisões de investimento e estratégias financeiras. O relatório contém informações que atendem a diversos perfis de investimento, sendo o investidor responsável por verificar e atentar para as informações próprias ao seu perfil de investimento, uma vez que as informações constantes deste material não são adequadas para todos os investidores. Os analistas responsáveis pela elaboração deste relatório declaram, nos termos da Resolução CVM nº 20/2021, que as recomendações do relatório de análise refletem única e exclusivamente as suas opiniões pessoais e foram elaboradas de forma independente, inclusive em relação à pessoa jurídica à qual estão vinculados. Além disso, os analistas envolvidos não estão em situação que possam afetar a imparcialidade do relatório ou que possam contrair conflitos de interesse. A elaboração deste material se deu de maneira independente, e o conteúdo nele divulgado não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, no todo ou em parte, a terceiros, sem autorização prévia.



