



Análise

Monster Beverage M1NS34 | MNST

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Última Atualização

A Monster Beverage Corporation divulgou seus resultados do segundo trimestre de 2025 com destaque positivo. As receitas líquidas atingiram US\$2,11 bilhões, crescimento de 11,1% em relação ao mesmo período de 2024. Foi a primeira vez que a companhia superou a marca de US\$2 bilhões em um trimestre, reflexo do bom desempenho em mercados internacionais e da retomada da demanda nos Estados Unidos.

O segmento principal de bebidas energéticas apresentou crescimento de 11,4% ajustado por variação cambial. A receita internacional representou aproximadamente 41% do total, com crescimento robusto em regiões como Europa, Oriente Médio e África. A margem bruta ajustada subiu para 55,7%, ante 53,6% no segundo trimestre de 2024, indicando maior eficiência operacional.

Esse resultado positivo contrastou com o primeiro trimestre de 2025, quando a companhia reportou queda de 2,3% na receita líquida. Entre os fatores que influenciaram negativamente o trimestre anterior estavam o clima desfavorável, menor demanda e adiamento de pedidos por parte de distribuidores. Em abril, porém, houve recuperação significativa, com crescimento de 17% nas vendas ajustadas.

As vendas em cases do segmento alcoólico da Monster — que envolvem cervejas artesanais, hard seltzers e bebidas alcoólicas de malte (FMBs) — são divulgadas em equivalência de 192 onças (5,68 litros) por case. Em 2024, foram vendidos 12.477 mil cases, frente a 13.131 mil em 2023 e 6.525 mil em 2022.

No segundo trimestre de 2025, as vendas alcançaram 2,8 milhões de cases, uma retração de 7,6% frente ao mesmo período de 2024. Em termos de barris (equivalente a 31 galões), o primeiro semestre de 2025 registrou 0,25 milhão de barris, queda de 26,9% frente ao mesmo período do ano anterior.

As vendas líquidas do segmento foram de US\$38,0 milhões no segundo trimestre de 2025, recuo de 8,6% na base anual.

Esses "cases" referem-se a uma unidade de medida padrão usada na indústria de bebidas para facilitar a comparação e a contabilidade de volumes de vendas. No caso da Monster, "case" representa um conjunto de garrafas ou latas que totalizam 192 onças líquidas, o que equivale aproximadamente a 5,68 litros.

A empresa segue implementando estratégias de expansão do portfólio e reposicionamento de marcas. A linha *Ultra*, voltada para produtos com menos açúcar, receberá nova identidade visual e *merchandising* diferenciado. Além disso, a companhia está desenvolvendo versões mais acessíveis para mercados emergentes, bem como fortalecendo a cadeia de suprimentos global, com destaque para uma nova planta de concentrados no Brasil.

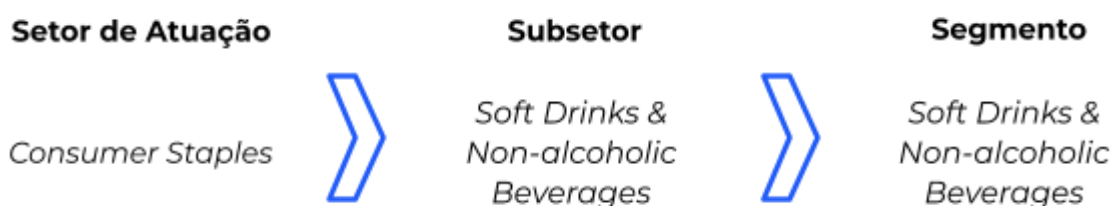
Na gestão, houve comunicação de transição de liderança: Rodney Sacks, cofundador e CEO, deve reduzir suas atribuições executivas, mantendo-se como presidente do conselho. Hilton Schlosberg assume mais responsabilidades operacionais, em um movimento planejado de sucessão.

Entre os principais pontos de atenção estão a dependência de consumo discricionário, a exposição cambial e a pressão nos custos de insumos, como o alumínio. Além disso, a concorrência com marcas consolidadas e novos entrantes no mercado de bebidas funcionais exige inovação constante e maior investimento em *marketing*.

A área de bebidas alcoólicas segue como um segmento menos relevante e com desafios. Em 2024, a empresa reconheceu *impairment* de US\$130,7 milhões relacionado a ativos dessa divisão, o que evidencia dificuldades na integração e rentabilização da estratégia.

Apesar da volatilidade recente, a retomada no segundo trimestre sugere resiliência operacional e capacidade de adaptação. A perspectiva para os próximos trimestres dependerá da sustentação da demanda, da estabilidade macroeconômica e da eficiência na execução das iniciativas em curso.

Área de Atuação



A **Monster Beverage Corporation** é uma das principais empresas de bebidas energéticas do mundo, focada no desenvolvimento, *marketing*, venda e distribuição de uma ampla linha de produtos. A Monster é listada na Bolsa dos EUA NASDAQ e utiliza principalmente o sistema de engarrafamento da Coca-Cola para distribuir seus produtos, em decorrência de um acordo estratégico firmado em 2015.



Monster Beverage Corporation.
Fonte: IR Monster.

Nesse acordo, a Coca-Cola adquiriu aproximadamente 19% das ações da Monster, tornando-se sua maior acionista e parceira-chave na distribuição global. A parceria também incluiu uma troca de ativos: a Coca-Cola transferiu suas marcas de bebidas energéticas para a Monster, enquanto a

Monster cedeu à Coca-Cola seu portfólio de bebidas não energéticas, permitindo que ambas as empresas focassem em suas principais áreas de atuação.



*Algumas bebidas energéticas da marca.
Fonte: IR Monster.*

O portfólio da Monster é diversificado e segmentado para atender a diferentes preferências e necessidades dos consumidores. Sua marca principal, Monster Energy, abrange uma variedade de sabores, além de linhas com características específicas, como a Monster Ultra, de baixo teor de açúcar, e a Reign Total Body Fuel, direcionada a consumidores que buscam benefícios de desempenho, como maior hidratação e recuperação muscular. A companhia também explora segmentos de nicho com linhas como Java Monster, uma mistura de bebida energética com café, e Monster Hydro, uma opção leve e sem gás, ideal para consumidores que buscam uma experiência de hidratação.

A Monster conta com uma rede de distribuição global, alavancada pela parceria estratégica com a Coca-Cola Company. Este acordo permite que os produtos da Monster sejam distribuídos em mais de 120 países, aproveitando a extensa rede de engarrafadores e distribuidores da Coca-Cola. Essa parceria, iniciada em 2015, permite que a Monster atinja mercados globais com eficiência, ampliando sua participação em regiões

da Ásia, América Latina e Oriente Médio, e aumentando a visibilidade da marca em novos pontos de venda.

Segmentos da Monster

Atualmente, a Monster Beverage Corporation opera por meio de quatro segmentos principais que estruturam suas atividades de produção, *marketing* e distribuição de bebidas: Monster Energy® Drinks, Marcas Estratégicas, Marcas de Alcool e Outros.

O segmento **Monster Energy® Drinks** é o principal motor de receitas da empresa, composto por marcas emblemáticas como Monster Energy®, Reign Total Body Fuel®, Reign Storm®, Bang Energy® e Monster Tour Water®. Esse segmento foca na venda de bebidas energéticas prontas para consumo, voltadas principalmente para engarrafadoras e distribuidores de serviço completo. Em certos casos, a Monster também realiza vendas diretas para redes de varejo, atacadistas, lojas de clube, grandes varejistas, lojas de conveniência, drogarias, serviços de alimentação, lojas de desconto, *e-commerce* e o setor militar. Embora as receitas líquidas por unidade vendida sejam mais altas nesse segmento, a margem de lucro bruto tende a ser ligeiramente menor em comparação com outros segmentos.

O segmento de **Marcas Estratégicas** compreende as diversas marcas de bebidas energéticas adquiridas da Coca-Cola Company em 2015, além de marcas acessíveis como Predator® e Fury®. A receita nesse segmento é gerada principalmente pela venda de concentrados e bases de bebidas para operações autorizadas de engarrafamento, que processam esses produtos com adoçantes, água e outros ingredientes para obter bebidas energéticas prontas para consumo. Em menor escala, o segmento de Marcas Estratégicas também gera receita com a venda direta de bebidas prontas para consumo, geralmente apresentando uma margem de lucro bruto superior ao segmento Monster Energy® Drinks.

O novo segmento de **Marcas de Álcool** representa a entrada da Monster no mercado de bebidas alcoólicas, abrangendo cervejas artesanais, hard seltzers e bebidas alcoólicas de malte (FMBs). Esse segmento gera receita pela venda de cervejas em barril e bebidas enlatadas para distribuidores de cerveja nos Estados Unidos. Em termos de rentabilidade, as Marcas de Álcool geralmente possuem margens de lucro bruto menores quando comparadas ao segmento Monster Energy® Drinks, refletindo os custos diferenciados de produção e distribuição das bebidas alcoólicas.

Por fim, o segmento **Outros** é composto por produtos comercializados pela American Fruits and Flavors LLC (AFF), uma subsidiária integral da Monster, que vende para clientes terceiros independentes. A AFF fornece produtos e sabores desenvolvidos para o mercado externo ao *core business* de bebidas energéticas da Monster.

Estratégia de Marketing

A Monster Beverage utiliza parcerias com atletas como parte central de sua estratégia de marketing, especialmente para reforçar sua imagem de marca entre o público jovem e nos esportes radicais. A empresa patrocina atletas de alto desempenho em modalidades como motocross, skate, surf, automobilismo e esportes de combate, buscando associar sua marca a valores de energia, performance e ousadia.

Entre os principais nomes patrocinados pela Monster estão Lewis Hamilton, piloto de Fórmula 1, que tem uma linha exclusiva de bebidas com a marca (Monster Energy LH44); Nyjah Huston, skatista premiado e figura constante nas campanhas da marca; Conor McGregor, lutador de MMA, que amplia a presença da Monster nos esportes de combate; além de Filipe Toledo, campeão mundial de surfe, e Rayssa Leal, medalhista olímpica e skatista brasileira, ambos representando a marca em esportes populares entre o público jovem.

Essas parcerias vão além de acordos de patrocínio tradicionais. A Monster procura desenvolver relacionamentos contínuos com os atletas, que muitas vezes participam de campanhas de marketing e eventos da empresa, ajudando a fortalecer o reconhecimento da marca.

A empresa também patrocina eventos esportivos de grande visibilidade, como os X Games, que cobrem modalidades como skate e BMX; a série NASCAR Cup, uma das competições de corrida mais populares nos EUA; e o campeonato de motociclismo MotoGP, todos com forte visibilidade entre o público-alvo da marca. No Ultimate Fighting Championship (UFC), a Monster é amplamente representada em eventos e ringues, reforçando sua presença no segmento de esportes de combate.

História da Empresa

Em 1930, Hubert Hansen e seus três filhos começaram a vender sucos para estúdios de cinema e varejistas no sul da Califórnia com o nome de Hansen's.

Em 1946, a família adquiriu uma fábrica em Los Angeles, utilizada por muitos anos até que, em 1993, a produção fosse transferida para uma nova instalação em Azusa, Califórnia.

Durante a década de 1970, Tim Hansen, neto de Hubert, desenvolveu e comercializou uma linha de refrigerantes e sucos que também eram vendidos sob o nome de Hansen.

Em 1988, a empresa enfrentou dificuldades financeiras e entrou com pedido de falência. Posteriormente, foi adquirida pela California CoPackers Corporation, que a renomeou para Hansen Natural Company.

Em 2008, a Food and Drug Administration (FDA) dos EUA determinou que produtos contendo xarope de milho com alto teor de frutose não poderiam

ser rotulados como “naturais”, levando a empresa a optar pelo uso de cana-de-açúcar em suas formulações.

Em 2012, o sucesso das bebidas energéticas Monster, agora os itens mais populares da Hansen Natural Company, impulsionou a empresa a ponto de os acionistas concordarem em janeiro daquele ano em mudar o nome para Monster Beverage Corporation.

Em 2015, a Coca-Cola Company adquiriu uma participação de 16,7% na Monster por US\$2,15 bilhões, e, desde então, essa participação aumentou para 19,36%.

Em 2016, a expansão internacional e entrada em novos mercados foi beneficiada pela parceria de distribuição feita com a Coca-Cola. Dessa forma, a Monster ampliou sua atuação para novos mercados, como Índia, Paquistão, e vários países da Ásia e Oriente Médio.

Em 2017, a Monster ampliou seu portfólio de produtos com lançamentos como Monster Hydro, uma linha de bebidas energéticas à base de água, e Muscle Monster, uma linha de bebidas energéticas com proteínas, diversificando o público consumidor e atraindo pessoas interessadas em bebidas para desempenho e bem-estar.

Em 2018, a empresa introduziu a linha Monster Ultra, que ganhou rapidamente popularidade por oferecer bebidas energéticas com baixo teor de açúcar e sabores variados, respondendo à demanda de consumidores por alternativas menos calóricas.

Em 2021, a Monster anunciou sua entrada no mercado de bebidas alcoólicas, lançando a Monster Beast Unleashed, marcando sua primeira incursão no setor de bebidas energéticas alcoólicas e buscando capturar uma nova base de consumidores.

Em 2023, a parceria com a Coca-Cola enfrentou desafios, pois a Coca-Cola lançou sua própria bebida energética, a Coca-Cola Energy, resultando em uma disputa mediada entre as duas empresas para definir áreas de atuação distintas. Mesmo com essas tensões, a Monster manteve sua expansão para mercados no Leste Europeu, Austrália e África.

No mesmo ano, a Monster anunciou a aquisição da Bang Energy, marca que havia se tornado uma rival incômoda nos Estados Unidos. A compra foi acompanhada de uma longa disputa judicial por alegações de propaganda enganosa envolvendo a Bang. Essa batalha se estendeu até 2025, quando a justiça americana confirmou a vitória da Monster e estabeleceu indenização de centenas de milhões de dólares a seu favor.

Paralelamente, a empresa reforçou sua estratégia de diversificação. Depois da estreia no mercado alcoólico com a Beast Unleashed, continuou ampliando linhas voltadas ao bem-estar e performance, como Reign e outras variações de produtos de baixo açúcar.

Em 2024, promoveu uma das maiores recompras de ações de sua história, preparando terreno para uma transição de liderança, com Hilton Schlosberg assumindo a função de CEO em 2025.

Riscos do Negócio

Diversos fatores podem ter impactos adversos sobre os negócios, a condição financeira e os resultados operacionais da Monster. Os investidores precisam considerar cuidadosamente esses fatores de risco, entendendo que nem todos podem ser previstos ou identificados com antecedência. Se riscos conhecidos ou desconhecidos se concretizarem, os resultados financeiros da companhia podem ser potencialmente impactados de maneira relevante.

A Monster depende quase totalmente de suas bebidas energéticas, expondo-se ao risco de uma mudança negativa no setor. A concorrência crescente e possíveis regulamentações sobre consumo e publicidade de bebidas energéticas podem limitar seu crescimento. Assim, é essencial manter investimentos em *marketing* e inovação, além de se adaptar rapidamente às mudanças nos hábitos dos consumidores.

A cadeia de fornecimento e a logística também são riscos significativos. A Monster depende de uma rede terceirizada de engarrafadores e distribuidores, incluindo a Coca-Cola, o que significa que qualquer interrupção na operação desses parceiros pode afetar diretamente suas receitas. Além disso, aumentos nos custos de matérias-primas e transporte podem reduzir margens.

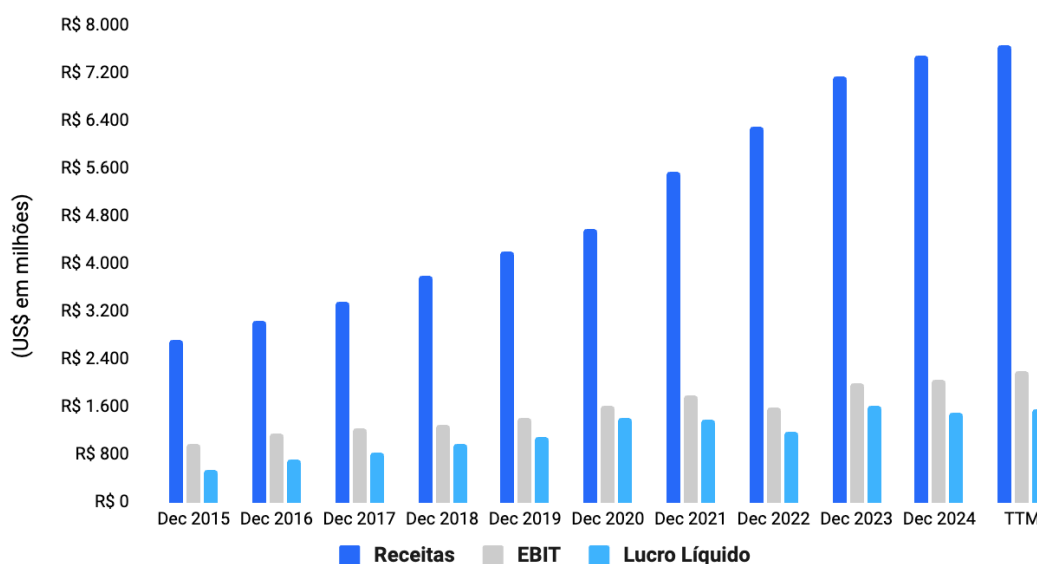
O ambiente regulatório é outro desafio, especialmente com o aumento de legislações sobre o teor de cafeína e ingredientes em bebidas energéticas. Preocupações públicas com saúde podem intensificar essas regulamentações, impactando o crescimento.

A concentração geográfica nos Estados Unidos expõe a empresa a riscos econômicos, já que uma recessão prolongada no país pode impactar as vendas da empresa. Em suas operações internacionais, a Monster enfrenta desafios como flutuações cambiais e políticas econômicas locais, que podem afetar a sua lucratividade.

Por fim, as mudanças climáticas e regulamentações ambientais podem elevar os custos operacionais, enquanto a dependência de insumos agrícolas expõe a Monster a riscos de flutuações nos preços e na disponibilidade desses materiais, especialmente em caso de eventos climáticos extremos.

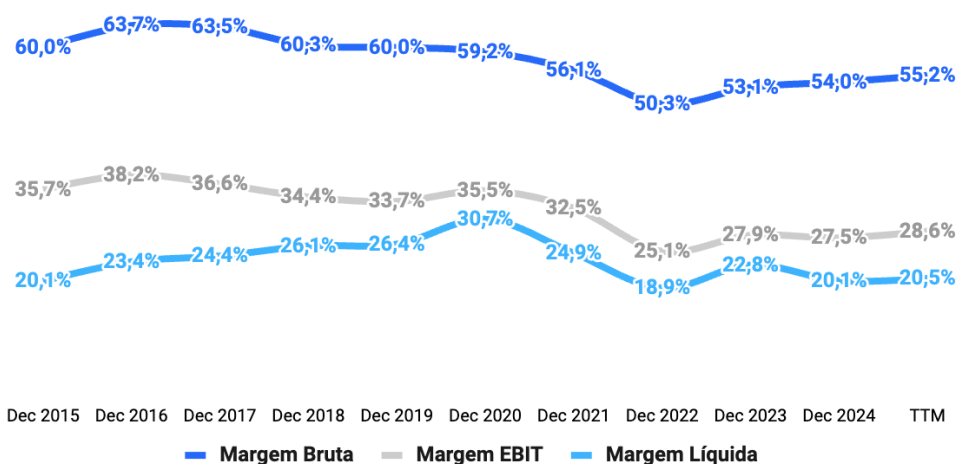
Resultados Anteriores

A Monster Beverage Corporation apresentou um crescimento expressivo de vendas nos últimos dez anos, embora ainda tenha uma significativa participação de mercado a ser conquistada em diversas regiões globais. Entre 2015 e 2024, a receita da companhia cresceu a uma taxa composta anual (CAGR) de 10,65%, passando de US\$2,7 bilhões para US\$7,4 bilhões. Nos últimos 12 meses, incluindo dois trimestres de 2025, a receita atingiu US\$7,65 bilhões. Já o lucro líquido da Monster teve um crescimento composto anual de 10,6% no período. Em 2015, o lucro líquido era de US\$546 milhões, chegando a US\$1,5 bilhão em 2024.



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

Quando olhamos para os indicadores de eficiência, a Monster tem conseguido preservar um bom nível de desempenho, mesmo diante de algumas oscilações ao longo do tempo. Suas margens líquidas seguem em patamares saudáveis, o que reforça a consistência da operação e a capacidade da empresa de transformar crescimento em rentabilidade.



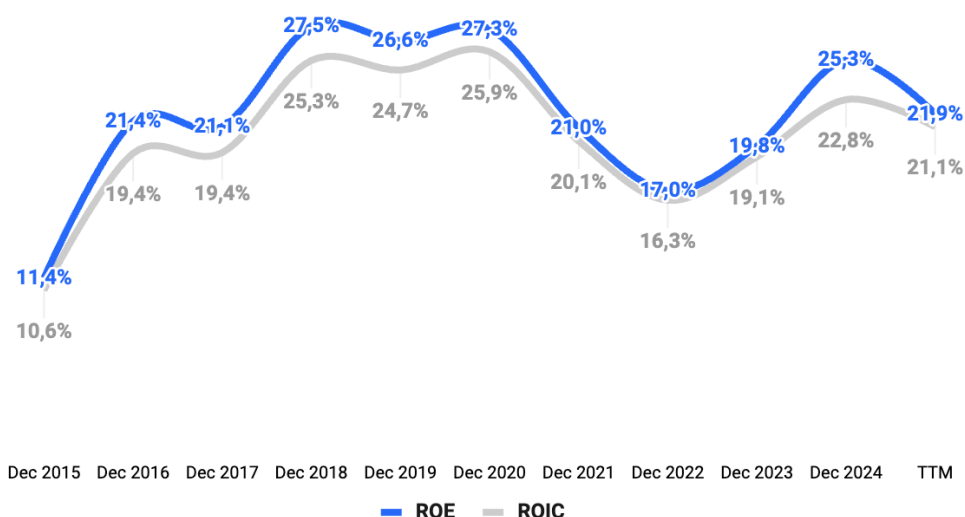
Margens de lucratividade.
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

A empresa atualmente concentra seus esforços na gestão de marca e no fornecimento de insumos, delegando grande parte de suas operações a parceiros comerciais, em uma estrutura operacional semelhante à adotada pela Coca-Cola. Esse modelo contribui para custos operacionais reduzidos, mantendo-os significativamente mais baixos do que em uma estrutura onde todas as atividades são executadas internamente pela empresa.

Agora vamos falar a respeito da rentabilidade da companhia, ilustrada no gráfico a seguir. O gráfico histórico do ROE (*Return on Equity*) da Monster mostra algumas oscilações desde 2015, com o indicador atingindo 21,9% em 2024. Contudo, esse resultado reflete uma rentabilidade sólida sobre o capital próprio, indicando a capacidade da empresa de gerar valor para seus acionistas ao longo do tempo.

Empresas geralmente estruturam seu capital em dois pilares: o patrimônio líquido (recursos próprios) e capital de terceiros (empréstimos). Enquanto o ROE mede a rentabilidade exclusivamente sobre o capital próprio, o ROIC (Return on Invested Capital) é um indicador mais abrangente, que avalia o

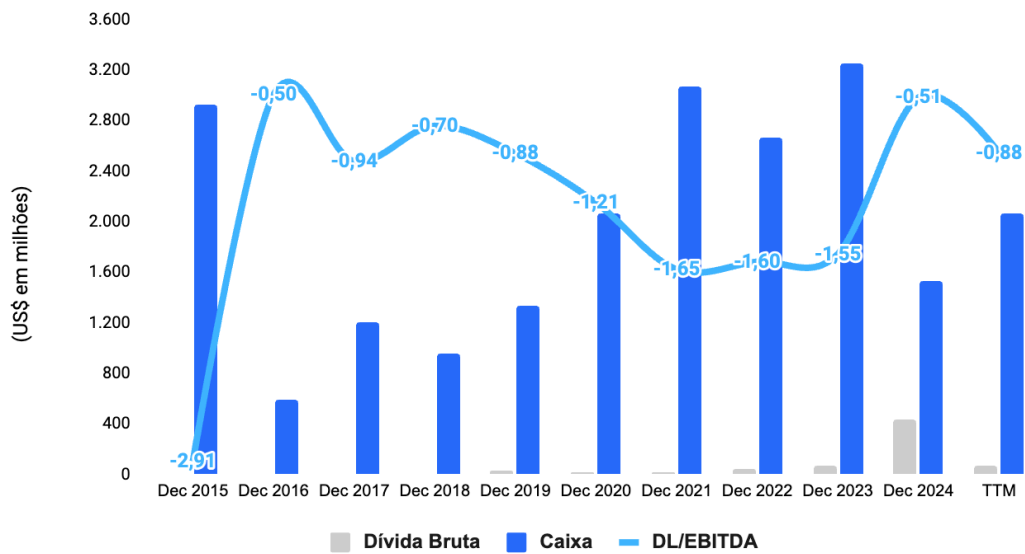
retorno da companhia considerando tanto seu patrimônio líquido quanto a dívida captada.



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

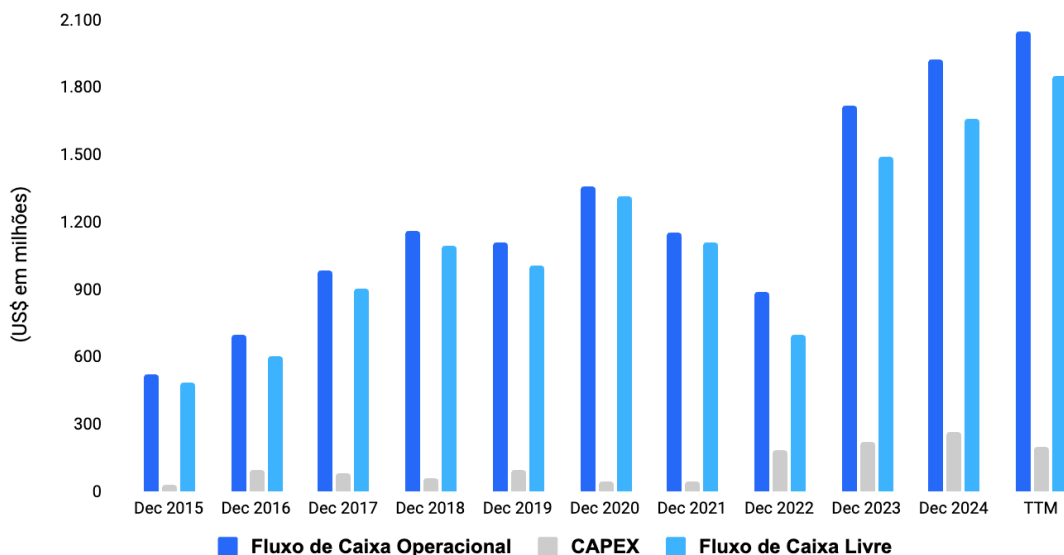
Como a empresa praticamente não tem dívidas, o seu ROIC tem tido um comportamento similar ao ROE. Nos últimos 12 meses, a dívida bruta chegou a US\$65,5 milhões, enquanto seu caixa e equivalentes somavam US\$2 bilhões, conforme ilustrado no gráfico a seguir. Com uma relação Dívida Líquida/EBITDA negativa de -0,88 vezes, a empresa mantém um nível de alavancagem sólido.

Analisar os lucros de uma empresa ao longo do tempo é fundamental, mas eles podem sofrer ajustes contábeis e distorções ao longo da Demonstração de Resultados. Por isso, é igualmente importante observar a geração de caixa operacional e o fluxo de caixa livre de cada exercício, pois esses indicadores oferecem uma visão mais clara dos recursos efetivamente gerados pela companhia.



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

Em 2024, a Monster gerou US\$1,9 bilhão em caixa operacional, dos quais US\$264 milhões foram destinados a investimentos em CAPEX (despesas de capital), resultando em uma geração de caixa livre de US\$1,6 bilhão. Esses números demonstram a capacidade da empresa de gerar caixa substancialmente a partir de suas operações.



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

Vale destacar que a geração de caixa livre é um indicador essencial para a saúde financeira de qualquer empresa, pois possibilita uma série de ações estratégicas, como o pagamento de dividendos, a recompra de ações, a quitação de dívidas e o financiamento de novas aquisições ou reinvestimentos.

Atualmente, a Monster tem priorizado o reinvestimento em suas operações e a recompra de ações, em detrimento do pagamento de dividendos. Essa abordagem busca otimizar o valor por ação e reflete uma estratégia focada no crescimento de longo prazo, aproveitando o espaço ainda existente para ganho de *market share* em diversos mercados globais.

Valuation

Análise de Múltiplos

O método de avaliação por múltiplos envolve a análise da relação entre indicadores específicos e o valor de mercado da empresa. 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 Monster, 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.

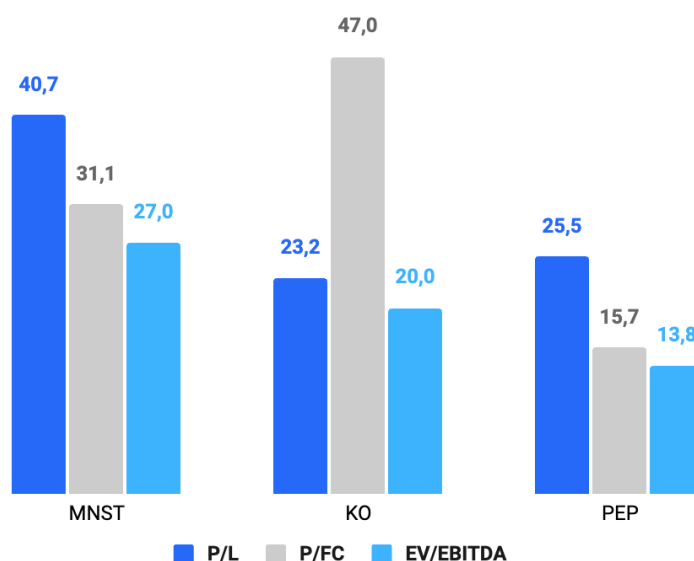
❖ **Enterprise Value sobre EBITDA - EV/EBITDA:** o objetivo desse indicador é analisar quanto o valor da firma, que é a soma do valor de mercado com a dívida líquida, se relaciona com o lucro operacional da empresa. É diferente dos outros indicadores pois, aqui, relaciona a operação em si.

Com o objetivo de realizar uma análise mais aprofundada e comparativa do valor de mercado da **Monster** (MNST), selecionamos duas empresas que, apesar de diferenças operacionais, compartilham características semelhantes. Essas empresas são: a **Coca-Cola** (KO) e a **PepsiCo** (PEP).

A **Coca-Cola Company** é a maior fabricante de bebidas não alcoólicas do mundo, com uma presença global em mais de 200 países. Fundada em 1886 nos Estados Unidos, a empresa oferece um portfólio diversificado de mais de 500 marcas, abrangendo refrigerantes, sucos, chás, cafés e águas. Entre as marcas mais conhecidas estão Coca-Cola, Sprite, Fanta, Del Valle, AdeS e Coca-Cola Zero. Além de produzir e distribuir bebidas, a companhia também licencia e comercializa suas marcas por meio de uma ampla rede de engarrafadoras parceiras.

A **PepsiCo, Inc.** é uma das maiores empresas de alimentos e bebidas do mundo, com um modelo de negócios diversificado e um portfólio que inclui marcas famosas como Pepsi, Mountain Dew, Gatorade, Lay's, Doritos, Quaker e SodaStream. Com a fusão da Pepsi-Cola e Frito-Lay, a empresa cresceu significativamente ao longo das décadas, tornando-se um player importante tanto no mercado de bebidas quanto de alimentos, especialmente snacks.

Através da análise dos múltiplos de *valuation*, podemos observar importantes diferenças entre as três empresas, refletindo o perfil de crescimento e os riscos específicos de cada uma delas.



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

Como podemos ver no gráfico de comparação de múltiplos, a Monster, com um P/L de 40,7 vezes, P/FC de 31,1 vezes e EV/EBITDA de 27 vezes, apresenta os múltiplos mais elevados entre as três empresas analisadas. Esses números refletem as expectativas por parte do mercado de um crescimento acelerado, especialmente devido ao nicho em que atua, que tem registrado alta demanda por bebidas energéticas.

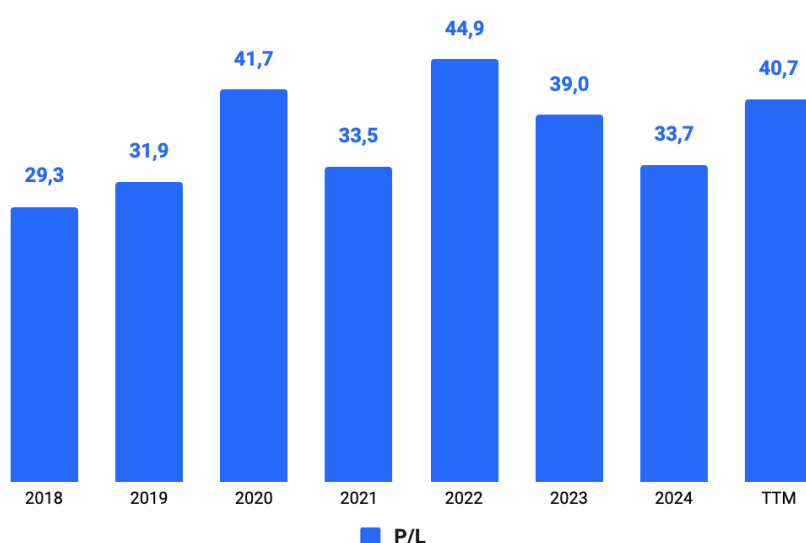
Por outro lado, Coca-Cola e PepsiCo negociam a múltiplos mais moderados, refletindo a percepção do mercado de que suas operações carregam menor risco e maior estabilidade. Em linhas gerais, o cenário mostra uma Monster mais voltada ao crescimento, enquanto Coca-Cola e PepsiCo transmitem ao investidor uma expectativa de segurança e previsibilidade nos resultados.

Múltiplos Históricos

No gráfico a seguir, observa-se a evolução dos múltiplos de Preço/Lucro da Monster ao longo dos últimos anos. Em 2017, o P/L da empresa era de 46,2 vezes, refletindo fortes expectativas do mercado quanto ao crescimento da companhia. Em 2018, o múltiplo caiu para 29,3 vezes, possivelmente em

resposta a ajustes de mercado e à busca por uma precificação mais moderada.

No ano de 2019, o P/L subiu para 31,9 vezes, refletindo um otimismo renovado em torno da expansão internacional e do aumento de demanda por bebidas energéticas. Em 2020, o P/L aumentou significativamente para 41,7 vezes, impulsionado pela crescente demanda por bebidas prontas para consumo durante a pandemia de COVID-19.



Comportamento histórico do P/L.
Fonte: FactSet / Elaboração Simpla Club.

Em 2021, o múltiplo recuou para 33,5 vezes, com o mercado reajustando as expectativas após o forte crescimento impulsionado pela pandemia. Já em 2022, o P/L voltou a subir para 44,9 vezes, refletindo expectativas de crescimento e uma resiliência operacional robusta. Em 2024, o P/L caiu para 33,7 vezes, possivelmente em resposta a pressões inflacionárias e desafios globais que impactaram o setor de consumo.

Atualmente, no TTM (últimos doze meses), o múltiplo se estabilizou em 40,7 vezes, sinalizando um ajuste nas expectativas do mercado em relação ao ritmo de crescimento da Monster.

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.

Para estimar o valor justo de mercado da Monster, projetamos o fluxo de caixa futuro trazendo esses valores a valor presente, utilizando uma taxa de desconto que reflete o custo de capital da empresa e os riscos específicos do setor. Nas projeções, incluímos os investimentos de capital necessários para sustentar e crescer a operação, considerando os níveis históricos de CAPEX e as taxas de depreciação e amortização, de modo a assegurar que os recursos investidos mantenham a estrutura da empresa e suportem seu crescimento.

Embora a Monster esteja em um estágio de expansão, com uma participação de mercado ainda a ser capturada em diversas regiões, o *valuation* atual precifica expectativas de crescimento agressivas. Para justificar o preço de suas ações no mercado, a empresa precisaria crescer seu fluxo de caixa a uma taxa significativamente superior ao seu histórico recente de crescimento.

Além disso, consideramos a margem de lucro, que, embora robusta, necessita de uma expansão para sustentar o valor de mercado atual da companhia. As projeções sugerem que, para justificar o *valuation* atual, a Monster precisaria não só crescer a um ritmo mais acelerado, mas também expandir suas margens e eficiência operacional de forma consistente, o que apresenta riscos significativos para o investidor no momento.

Opinião do Analista

Depois de se consolidar como uma das principais empresas no setor de bebidas energéticas nos EUA, a Monster continua a demonstrar capacidade de inovação, diversificando seu portfólio e expandindo sua presença global. Essa trajetória de crescimento tem atraído parceiros estratégicos de peso, como a Coca-Cola Company, que adquiriu uma participação significativa da companhia em 2015, fortalecendo a estrutura de distribuição global da Monster e permitindo à empresa focar em sua principal competência: a gestão de marca.

Do ponto de vista do crescimento de receitas, a Monster tem apresentado um desempenho importante nos últimos anos, com um forte crescimento impulsionado pela expansão internacional e pela introdução de novos produtos. Além disso, a rentabilidade da companhia, medida pelo crescimento do lucro líquido, foi ainda mais acentuada. Esse aumento de eficiência operacional é sustentado por uma estratégia focada em terceirização, que reduz custos e permite à Monster focar na expansão da marca.

No entanto, apesar dos fundamentos sólidos e de uma posição financeira forte, o *valuation* atual da Monster apresenta um ponto de atenção. A análise do preço de suas ações em relação aos fluxos de caixa futuros revela uma precificação acima da margem de segurança que consideramos ideal para o investidor. A empresa precisaria acelerar seu crescimento para justificar o *valuation* atual, o que parece, por enquanto, difícil de acontecer de maneira expressiva. Diante disso, optamos por manter uma posição neutra quanto às ações da Monster (MNST) no momento, contudo, continuaremos monitorando a empresa de perto.

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 02.10.2025

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. Já em caso do ativo receber recomendação de venda, nossa sugestão se refere, única e exclusivamente, à retirada do ativo da carteira do investidor, uma vez que não incentivamos a prática de venda à descoberto.

Disclaimer

Todas as análises aqui apresentadas foram elaboradas pelo analista de valores mobiliários autônomo Thiago Affonso Armentano - CNPI EM-8454, 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 de valores mobiliários envolvidos na elaboração do relatório (e/ou seus cônjuges ou companheiros) são, ou podem ser, titulares de valores mobiliários objeto do relatório, direta ou indiretamente, em nome próprio ou de terceiros. Na emissão deste relatório, a Simpla Invest, controladora do Simpla Club, poderá estar agindo em conflito de interesses em relação ao emissor, podendo (i) ter interesses financeiros e/ou comerciais relevantes e/ou (ii) estar envolvida na aquisição, alienação ou intermediação dos valores mobiliários objeto deste relatório. A elaboração desse 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.

