



Análise

Procter & Gamble
PGCO34 | PG

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Última Atualização

A Procter & Gamble reportou os resultados do primeiro trimestre do ano fiscal de 2025 (1T25), destacando a continuidade da disciplina operacional em um cenário de demanda global heterogênea. A gestão da companhia focou em alavancar a produtividade e a estratégia de *premiumization* (elevar a qualidade percebida) para proteger as margens, uma tática necessária devido à pressão cambial e à incapacidade de expandir volumes de forma orgânica.

A performance demonstra a solidez da P&G como ativo defensivo, embora o vetor de crescimento de receita continue desafiador em mercados-chave. Em termos de resultados de *top-line*, as Vendas Líquidas totalizaram US\$21,7 bilhões, configurando uma retração de 1% em relação ao período do ano fiscal anterior.

Essa redução nominal foi substancialmente atribuída ao impacto desfavorável da flutuação cambial. Ao considerar o desempenho ajustado, as Vendas Orgânicas ascenderam 2%. É imperativo notar que esse crescimento de 2% foi integralmente sustentado pela precificação (+1%) e por um mix de produtos mais favorável (+1%), visto que o volume de vendas consolidado permaneceu estagnado (0%).

A ausência de crescimento volumétrico indica uma pressão sobre a elasticidade-preço da demanda em muitas categorias. A análise por segmentos de negócio revela a dinâmica operacional. O segmento de Beauty (Beleza) atuou como principal detrator, registrando uma queda de 2% nas vendas orgânicas, primariamente devido ao fraco desempenho da marca de luxo SK-II no mercado asiático.

Em contraste, o segmento de Grooming (Cuidados com a Barba) demonstrou robustez, com crescimento orgânico de 3%, impulsionado por inovações e maior penetração de produtos de valor agregado. As divisões

Health Care (Cuidados com a Saúde) e Fabric & Home Care (Cuidados com a Casa e Tecidos) também contribuíram positivamente, crescendo 4% e 3% organicamente, respectivamente, refletindo uma demanda estável por itens essenciais e a aceitação de inovações.

Geograficamente, a principal vulnerabilidade da companhia está concentrada na Grande China, que registrou uma queda orgânica nas vendas de 15% no trimestre. Este recuo é atribuído ao enfraquecimento da confiança do consumidor e a ajustes nos canais de distribuição. Por outro lado, o desempenho das operações na América do Norte e na Europa, que se mantiveram resilientes e compensaram parte da fraqueza asiática, sublinha a diversificação de risco do portfólio.

A recuperação na China é um fator decisivo para a P&G atingir suas metas de crescimento para o próximo ano fiscal. Do ponto de vista da rentabilidade, a gestão de custos foi o principal diferencial. A Margem Bruta apresentou uma expansão subjacente de 160 pontos-base, impulsionada por economias de produtividade e uma melhora nos custos de *commodities*.

Esses ganhos operacionais permitiram que a empresa absorvesse custos maiores de *marketing* e logística sem comprometer a estrutura de lucros, protegendo o *bottom-line* de forma eficaz. Em relação aos resultados financeiros, o Lucro Líquido por Ação (EPS) reportado foi de US\$1,61, uma variação impactada por encargos de reestruturação extraordinários.

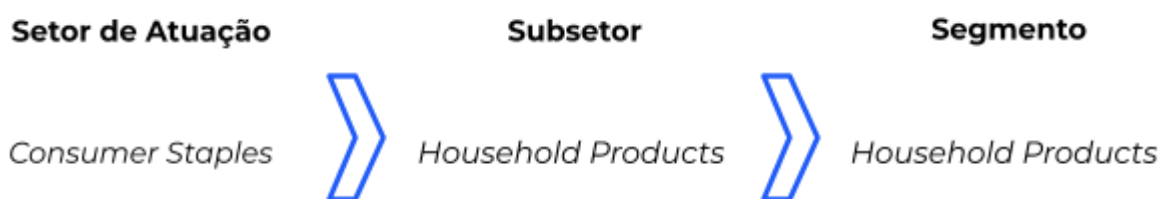
O indicador mais relevante para a análise da performance recorrente, o Core EPS, atingiu US\$1,93, representando um crescimento de 5% em relação ao 1T24. Este crescimento robusto do lucro recorrente, em contraste com a estagnação da receita nominal, confirma a alavancagem operacional gerada pela disciplina de custos.

A alocação de capital da P&G continua robusta e favorável aos acionistas. A companhia gerou US\$4,3 bilhões em fluxo de caixa operacional, mantendo uma alta taxa de conversão. O retorno total aos acionistas, no trimestre, alcançou US\$4,4 bilhões, sendo US\$2,4 bilhões distribuídos na forma de dividendos e US\$2,0 bilhões alocados na recompra de ações.

A produtividade do fluxo de caixa livre ajustado atingiu 82%, refletindo a capacidade da empresa de converter lucros em caixa para remunerar seus investidores. Para o restante do ano fiscal de 2025, a administração manteve o *guidance*, projetando um crescimento de vendas orgânicas entre 3% e 5% e um crescimento do Core EPS entre 5% e 7%.

Em síntese, os resultados do 1T25 são operacionalmente positivos em termos de gestão de margem e lucro recorrente, mas a estagnação volumétrica e a fraqueza persistente na China configuram os principais pontos de atenção. A P&G é uma empresa de alta qualidade com forte capacidade de geração de caixa, mas sua valorização dependerá da demonstração de um crescimento orgânico mais equilibrado, com volumes voltando a contribuir positivamente nos próximos trimestres.

Área de Atuação



A **Procter & Gamble Company** é uma das maiores fabricantes de produtos domésticos e de cuidados pessoais do mundo, com dezenas de bilhões de dólares em vendas anuais. A empresa opera em mais de 180 países e possui um portfólio de mais de 300 marcas reconhecidas globalmente. Marcas conhecidas do dia a dia, como Oral-B, Gillette, Pantene, Ariel, Tide, Pampers, Cascade e Always, fazem parte de sua ampla linha de produtos.



Produtos do segmento de negócios Health Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.

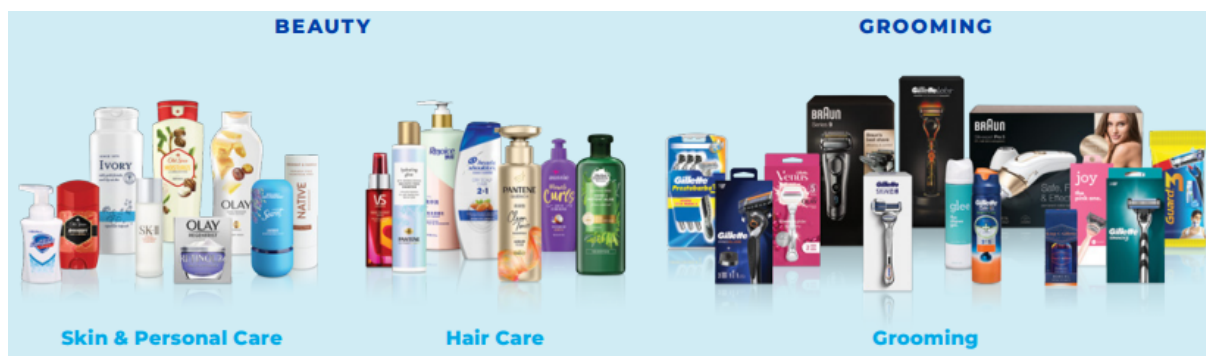
Como líder global na indústria de bens de consumo, a P&G se concentra em fornecer produtos de alta qualidade que oferecem valor superior em relação a muitos concorrentes. A empresa compete em diversos segmentos, com produtos diferenciados por faixa de preço, abrangendo categorias super premium, premium, mid-tier e value-tier. Essa abordagem permite que a P&G atenda a uma ampla gama de consumidores e mantenha uma forte participação de mercado em diversas categorias.



Produtos do segmento de negócios Fabric and Home Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.

Os produtos da P&G são vendidos principalmente por meio de diversos canais de distribuição, incluindo comércio eletrônico, mercearias, lojas de clubes de associados, drogarias, lojas de departamento, distribuidores, atacadistas, lojas especializadas em beleza (incluindo lojas duty-free em aeroportos), farmácias e outros canais profissionais. Além disso, a empresa

também utiliza seus próprios canais de vendas diretas ao consumidor, ampliando seu alcance no mercado.



Produtos do segmento de negócios Beauty e Grooming.
Fonte: IR Procter & Gamble.

O portfólio de produtos da P&G é dividido em dez categorias principais: Fabric Care (cuidado com roupas), Home Care (cuidado com a casa), Baby Care (cuidado com bebês), Feminine Care (cuidado feminino), Family Care (cuidado com a família), Hair Care (cuidado com o cabelo), Skin & Personal Care (pele e cuidados pessoais), Oral Care (cuidados bucais), Personal Health Care (cuidados com a saúde pessoal) e Grooming (cuidados com a barba).



Produtos do segmento de negócio Baby, Feminine and Family Care.
Fonte: IR Procter & Gamble.

Para fins de análise, a P&G agrupa suas vendas em cinco segmentos: segmento de Health Care, que engloba produtos das categorias Personal Health Care e Oral Care; Fabric and Home Care, que inclui produtos das categorias Fabric Care e Home Care; segmento de Beauty, que abrange

produtos das categorias Skin & Personal Care e Hair Care; segmento de Grooming, que inclui produtos relacionados aos cuidados com a barba; por fim, segmento Baby, Feminine, and Family Care, que reúne produtos das categorias Baby Care, Feminine Care e Family Care.

Fábricas e Propriedades

A P&G possui sede corporativa em Cincinnati, Ohio, nos Estados Unidos. Além disso, a empresa possui ou aluga seus principais escritórios regionais em locais estratégicos, incluindo Suíça, Panamá, Cingapura, China e Emirados Árabes Unidos. Os principais centros de serviços compartilhados da empresa estão localizados na Costa Rica, Reino Unido e Filipinas, onde a P&G também possui ou aluga as instalações.

A empresa possui 24 fábricas nos Estados Unidos, distribuídas em 18 estados diferentes. Além disso, a empresa possui 78 fábricas em 33 outros países ao redor do mundo. Muitas dessas instalações, tanto dentro dos EUA quanto internacionais, produzem produtos para vários segmentos de negócios.

Os produtos de cuidados pessoais (Beauty) são fabricados em 22 dessas instalações, enquanto os produtos de cuidados com a barba (Grooming) são produzidos em 17. As unidades que produzem produtos de cuidados com a saúde (Health Care) somam 20, e as instalações que fabricam produtos de cuidados com roupas e com a casa (Fabric & Home Care) totalizam 35. Por fim, a fabricação de produtos de cuidados com bebês, cuidados femininos e cuidados com a família (Baby, Feminine & Family Care) ocorre em 37 fábricas.

As fábricas da empresa são instalações automatizadas e tecnicamente avançadas, projetadas para operar com altos padrões de eficiência e controle de qualidade. O processo de fabricação varia conforme o tipo de

produto, mas geralmente envolve etapas como aquisição e processamento de matérias-primas, mistura, fabricação, embalagem e distribuição.

A empresa utiliza um processo de seleção de fornecedores para a aquisição de matérias-primas, como produtos químicos, ingredientes naturais, embalagens plásticas e papel. Esses insumos são submetidos a controles de qualidade, incluindo inspeções regulares, para garantir a conformidade com as especificações da P&G.

Na etapa de mistura e formulação, as matérias-primas são combinadas em proporções específicas utilizando equipamentos de mistura automatizados. O controle do processo é gerenciado por sistemas computadorizados que monitoram parâmetros críticos, como temperatura e homogeneidade, garantindo a consistência do produto final.

Em seguida, os produtos passam para a fase de fabricação, onde são moldados, enchidos ou cortados, dependendo de sua forma final. Produtos líquidos, como detergentes e xampus, são transferidos para máquinas de enchimento que dosam a quantidade exata em cada embalagem. Produtos sólidos, como sabões em barra, são moldados e cortados por equipamentos automatizados.

A fase de embalagem é realizada por máquinas automatizadas que selam os produtos em embalagens projetadas para garantir a integridade durante o transporte e armazenamento. A P&G emprega tecnologias avançadas de embalagem e, alinhada a objetivos de sustentabilidade, utiliza materiais recicláveis e embalagens projetadas para minimizar o impacto ambiental.

Amostras dos produtos são coletadas em diferentes fases da produção e submetidas a uma série de testes, incluindo análises físico-químicas e testes de desempenho. Produtos que não atendem aos padrões de

qualidade estabelecidos pela empresa são rejeitados e reprocessados ou descartados conforme as diretrizes internas e regulatórias.

Para a distribuição, a P&G utiliza uma rede de centros de distribuição estrategicamente localizados, o que facilita a logística e a entrega eficiente dos produtos aos mercados globais. A empresa implementa sistemas avançados de gerenciamento da cadeia de suprimentos, incluindo *softwares* de otimização de rotas e controle de inventário, visando maximizar a eficiência do transporte e minimizar custos.

As fábricas da P&G também integram tecnologias de automação e inteligência artificial para otimizar processos produtivos. A robótica é amplamente utilizada em tarefas repetitivas e de alta precisão, como a montagem de produtos e a embalagem. Sistemas de inteligência artificial auxiliam na previsão de demanda, controle de qualidade e ajustes em tempo real dos processos produtivos. Essa automação reduz a margem de erro e contribui para a padronização dos produtos.

A empresa adota práticas voltadas para a sustentabilidade em suas operações de fabricação, incluindo a redução do consumo de energia, água e matérias-primas. Algumas instalações utilizam fontes de energia renovável, como solar e eólica, para diminuir as emissões de carbono. Além disso, a P&G busca implementar processos que minimizem a geração de resíduos, incluindo a reciclagem de subprodutos e a reutilização de materiais quando possível.

História da Empresa

A Procter & Gamble (P&G) foi fundada em 1837 nos Estados Unidos por William Procter, um fabricante de velas, e James Gamble, um fabricante de sabonetes. Os dois se tornaram cunhados ao casar com as irmãs Olivia e Elizabeth Norris. Esta conexão familiar levou à formação da sociedade que se tornaria uma das maiores empresas de bens de consumo do mundo.

No final da década de 1850, a empresa já alcançava a marca de US\$1 milhão em faturamento, empregando mais de 80 funcionários. Este foi um marco significativo, considerando o cenário econômico da época, pois a P&G já se destacava em um mercado altamente competitivo.

Em 1879, a empresa lançou o "Ivory Soap", um sabão em barra branco para lavagem de roupas. Ele era mais barato, mas com a mesma qualidade dos concorrentes importados. Este produto foi um divisor de águas para a P&G, pois introduziu o conceito de produtos de alta qualidade a preços acessíveis.

No início da década de 1890, a P&G tornou-se uma corporação milionária, oferecendo mais de 30 tipos diferentes de sabão. Nesta época, William Alexander Procter, filho do fundador, foi nomeado o primeiro presidente da empresa. Sob sua liderança, a P&G começou a inovar em práticas de negócios, como a introdução do sistema de participação nos lucros para os funcionários, algo inovador na época e que contribuiu para a fidelização da mão de obra.

Em 1911, a P&G expandiu sua linha de produtos ao lançar o Crisco, uma gordura vegetal que revolucionou a culinária ao oferecer uma alternativa mais saudável à banha de porco e à manteiga. Este lançamento marcou a entrada da P&G no segmento alimentício e mostrou a capacidade da empresa de se diversificar além de sabões e velas.

Em 1915, a P&G construiu sua primeira fábrica fora dos Estados Unidos, no Canadá. Este movimento foi estratégico para a expansão internacional da empresa. No mesmo período, a empresa inaugurou um centro químico de pesquisa, focando no desenvolvimento de novos produtos e começando a recrutar ativamente cientistas e pesquisadores.

Década de 1920, a P&G foi pioneira ao criar um departamento de pesquisa de mercado para estudar as preferências e hábitos de compra dos

consumidores. Este foi um passo inovador, pois poucas empresas na época adotavam uma abordagem tão centrada no consumidor.

Em 1930, a P&G tornou-se uma empresa global, estabelecendo operações na Europa e na América Latina. Este período também marcou a entrada da empresa no mercado de rádio, patrocinando programas conhecidos como "soap operas" (novelas de sabão), uma referência direta ao seu principal produto na época.

Em 1955, a P&G entrou no mercado de higiene bucal com a aquisição da marca Crest, que se tornou uma das primeiras pastas de dente com flúor clínico comprovado a prevenir cáries. Este lançamento marcou o início da diversificação da empresa em cuidados pessoais.

Em 1958, a P&G lançou o Mr. Clean, um produto de limpeza doméstica que rapidamente se tornou um sucesso de vendas em lares americanos.

Em 1961, a empresa lançou as fraldas descartáveis Pampers, revolucionando o cuidado com bebês e estabelecendo um novo padrão no mercado. Em 1967, a P&G lançou o shampoo Head & Shoulders, o primeiro shampoo medicamentoso contra caspa disponível comercialmente.

Na década de 1980, a P&G fez o lançamento do absorvente Always, introduzindo tecnologias, como o gel superabsorvente, que melhoraram significativamente o conforto e a eficácia dos produtos de higiene feminina. Em 1984, a P&G lançou o sabão líquido Tide, que atendeu à crescente demanda por detergentes líquidos.

Em 2005, a companhia adquiriu a Gillette, adicionando marcas renomadas como Gillette, Braun e Duracell ao seu portfólio. Essa aquisição foi uma das maiores na história da empresa e consolidou sua posição como líder mundial em produtos de cuidados pessoais e de higiene.

Em 2016, a empresa concluiu a venda da maior parte de seu negócio de beleza (aproximadamente 40 marcas, incluindo Wella e Clairol) para a Coty, um passo crucial em sua estratégia de focar em categorias essenciais. Essa transação ajudou a P&G a se concentrar em categorias como Cuidados com o Bebê, Higiene Feminina e Cuidados com a Casa.

Em 2018, a P&G fez a aquisição da Merck KGaA's Consumer Health, fortalecendo sua posição na área de saúde e bem-estar (produtos de saúde do consumidor). Essa aquisição trouxe marcas como Femibion, Neurobion e Nasivin para o portfólio da P&G.

Durante a pandemia de COVID-19, em 2020, a P&G demonstrou resiliência, com forte demanda por seus produtos de limpeza, higiene e saúde. A empresa acelerou o investimento em canais de comércio eletrônico (*e-commerce*) para atender às mudanças nos hábitos de consumo.

Atualmente, a Procter & Gamble segue como uma das maiores empresas de bens de consumo do mundo, com um portfólio focado e marcas icônicas. A empresa continua a se adaptar aos desafios globais, investindo em digitalização e na sustentabilidade, para manter sua liderança de mercado.

Riscos do Negócio

Certos fatores podem ter efeitos adversos nos negócios, nas condições financeiras e nos resultados operacionais da P&G. Os investidores devem considerar cuidadosamente esses fatores de risco e estar cientes de que é impossível prever ou identificar todos os riscos potenciais. Caso esses riscos, sejam eles conhecidos ou desconhecidos, se materializem, os resultados operacionais ou a situação financeira da empresa poderão ser impactados de forma significativa.

A empresa depende de terceiros em diversos aspectos de seu processo de fabricação e operações, o que cria riscos adicionais. Isso inclui uma ampla rede de fornecedores, fabricantes, distribuidores, setores comerciais, bancos, parceiros de *joint venture* e outros parceiros de negócios externos. Se a companhia não for capaz de gerir eficazmente esses relacionamentos e os acordos sob os quais os parceiros terceirizados operam, pode enfrentar interrupções na cadeia de suprimentos, atrasos na produção e desafios de qualidade, afetando negativamente seus resultados operacionais.

A capacidade da P&G de atingir suas metas de crescimento depende fortemente da inovação em produtos, *marketing* e operações, além da habilidade de compreender e se adaptar às mudanças nos hábitos dos consumidores. A empresa deve continuar a desenvolver e comercializar novos produtos e implementar melhorias em seus processos de fabricação. Para isso, é essencial antecipar corretamente as tendências e preferências dos consumidores. Falhas em inovar ou em acompanhar as mudanças do mercado podem resultar em perda de participação de mercado para concorrentes.

As operações internacionais representam outro risco significativo. A P&G opera em mais de 180 países, e essa exposição global a sujeita a uma série de desafios; incluindo variações nas leis e regulamentações estrangeiras, volatilidade cambial, restrições e controles cambiais rigorosos que podem dificultar a repatriação de receitas geradas fora dos EUA. Além disso, a instabilidade política, econômica ou social em determinados países pode afetar negativamente as receitas da empresa, sujeitando-a a novos custos e desafios regulatórios.

A empresa também enfrenta intensa concorrência em todos os seus segmentos de mercado. Concorrentes podem lançar produtos inovadores ou de baixo custo, o que pode reduzir a participação de mercado da P&G. A

capacidade da empresa de manter e aumentar sua participação depende de sua eficácia em inovação, *marketing* e eficiência operacional.

Os custos das matérias-primas, como produtos químicos, celulose e óleos, podem ser voláteis. Flutuações nos preços dessas matérias-primas, devido a fatores como condições climáticas, disponibilidade e alterações regulatórias, podem impactar os custos operacionais e margens de lucro da P&G.

As crescentes preocupações ambientais e as regulamentações relacionadas à sustentabilidade e ao meio ambiente representam um risco crescente. A empresa está sob pressão para reduzir seu impacto ambiental, incluindo a redução de resíduos plásticos e a adoção de práticas sustentáveis. O não cumprimento dessas expectativas pode resultar em danos à reputação e até em restrições regulatórias.

Alterações em leis e regulamentos, como políticas de preços, tarifas e impostos, regulamentações de saúde e segurança e políticas comerciais, podem impactar a operação da P&G. Regulamentações mais rigorosas sobre produtos químicos, embalagens e rotulagem também podem aumentar os custos e restringir as operações.

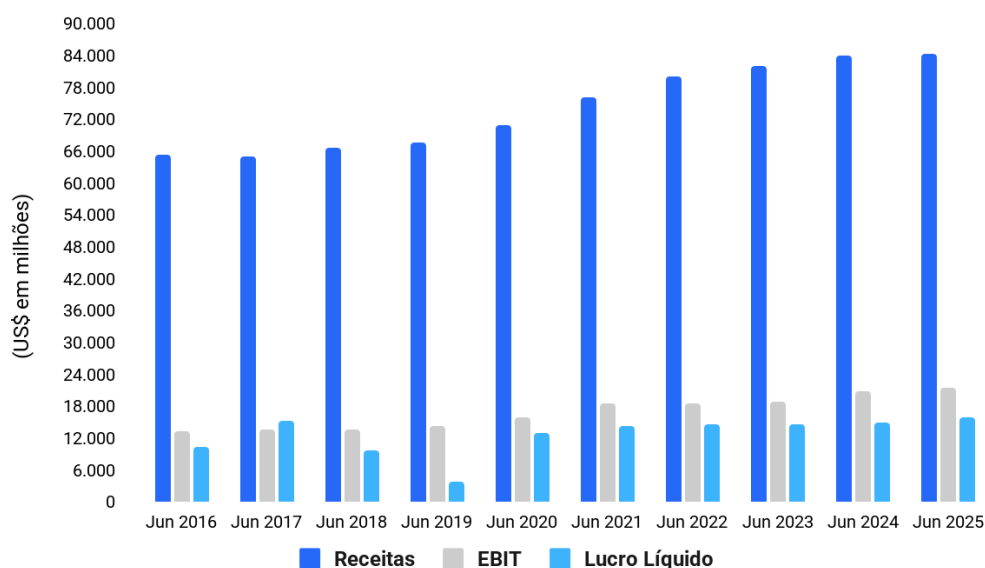
A P&G também depende fortemente de sistemas de tecnologia da informação (TI) para conduzir seus negócios. Ameaças cibernéticas, como ataques de *hackers*, violações de dados e interrupções de sistemas, podem comprometer informações confidenciais e interromper as operações, resultando em perdas financeiras e danos à reputação.

Por fim, mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores, incluindo a crescente demanda por produtos naturais e orgânicos, produtos sustentáveis e canais de comércio eletrônico, podem afetar as vendas de produtos tradicionais da P&G. A empresa precisa se adaptar continuamente a essas tendências para permanecer relevante no mercado.

Resultados Anteriores

A queda nas receitas da Procter & Gamble entre 2015 e 2017 foi causada por diversos desafios, como concorrência intensa e mudanças nas preferências dos consumidores. A valorização do dólar contribuiu e impactou negativamente as vendas internacionais no período. Para reverter essa tendência, a P&G adotou uma estratégia mais focada, investindo na inovação de produtos, melhorando a qualidade e fortalecendo sua presença em canais de *e-commerce*. Essas ações levaram a um crescimento gradativo nas vendas a partir de 2018, mesmo em meio aos desafios apresentados pela pandemia.

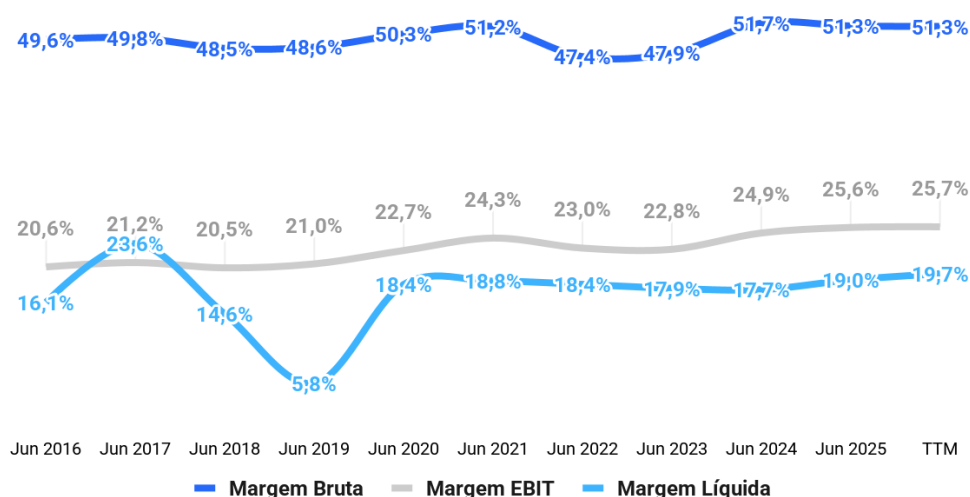
Ao pegarmos a janela dos últimos 10 anos, a companhia cresceu as receitas de US\$65,2 bilhões para US\$84,2 bilhões, o que representa uma taxa anual composta de crescimento (CAGR) de 2,58%. No mesmo período, o lucro operacional (EBIT) também registrou um aumento gradativo, saltando de US\$13,4 bilhões para US\$21,6 bilhões, conforme demonstrado no gráfico acima. Já o lucro líquido da empresa alcançou US\$15,9 bilhões em 2025, resultando em um CAGR de 4,28%.



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

Durante o ano de 2019, a P&G entregou lucros mais modestos, pois estava em meio a um processo de reorganização estratégica, que envolvia a simplificação do portfólio de produtos, o corte de custos e a melhoria da eficiência operacional. Essa reestruturação resultou em despesas significativas, incluindo custos associados à venda ou descontinuação de marcas, fechamento ou readequação de fábricas e reconfiguração de operações globais.

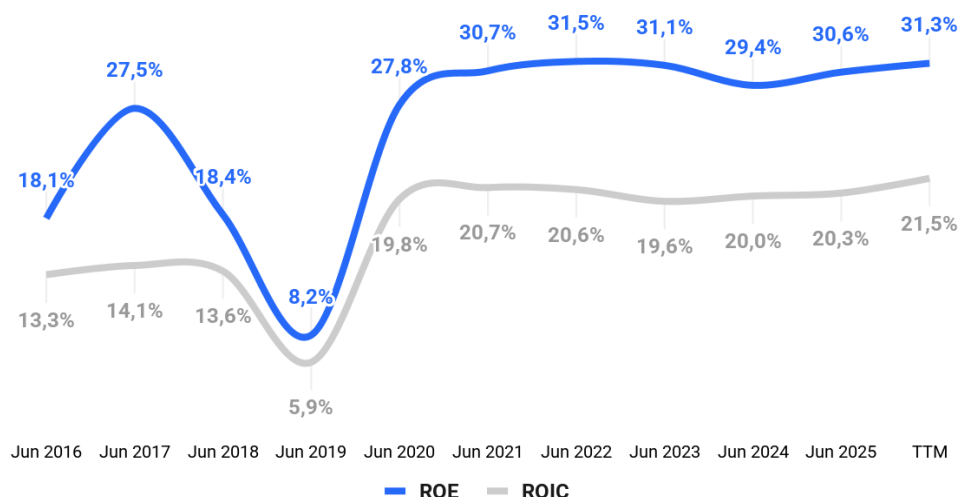
Desta forma, ao longo desses anos, a P&G conseguiu se tornar mais eficiente, resultando em um crescimento gradual de suas margens. A margem EBIT apresentou um crescimento significativo, passando de 20,6% para 25,6% no período, o que indica uma gestão operacional sólida e eficiente. Embora a margem líquida tenha apresentado alguma volatilidade, ela permaneceu acima de 17% na maior parte dos anos, demonstrando a capacidade da empresa de manter lucratividade mesmo em um ambiente de mercado desafiador.



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

As empresas, de maneira geral, possuem sua estrutura de capital constituída em dois pilares: baseada em seus próprios recursos (patrimônio

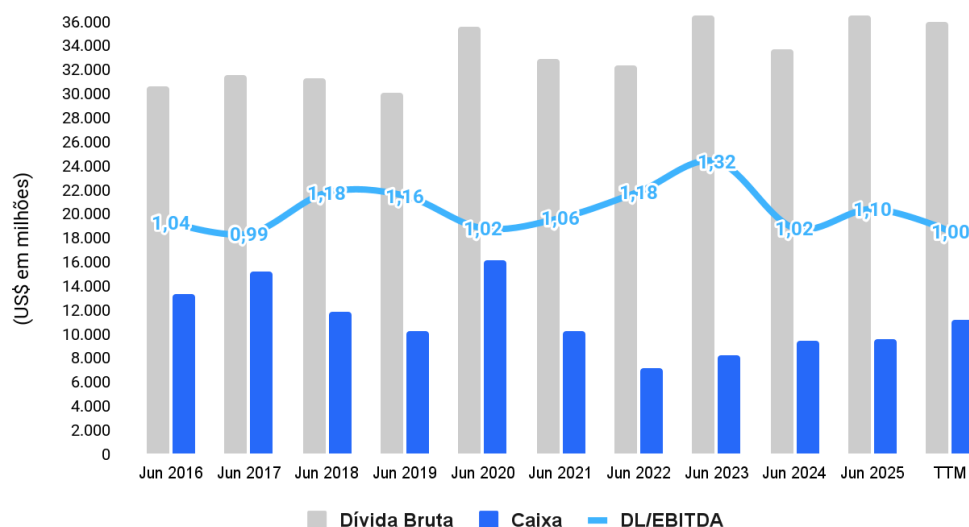
líquido) e de terceiros (empréstimos). O ROIC representa a rentabilidade da companhia não só em relação ao seu patrimônio líquido, como faz o ROE, mas também em relação à dívida captada com terceiros.



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

Entre 2016 e 2025, a P&G manteve indicadores de rentabilidade elevados. O Retorno sobre Patrimônio Líquido (ROE) permaneceu acima de 27% na maior parte do período, atingindo 31,3% em 2025, demonstrando forte capacidade de gerar lucro a partir do capital dos acionistas. O Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) também foi consistente, alcançando 21,5% em 2025, refletindo uma gestão eficiente dos recursos totais.

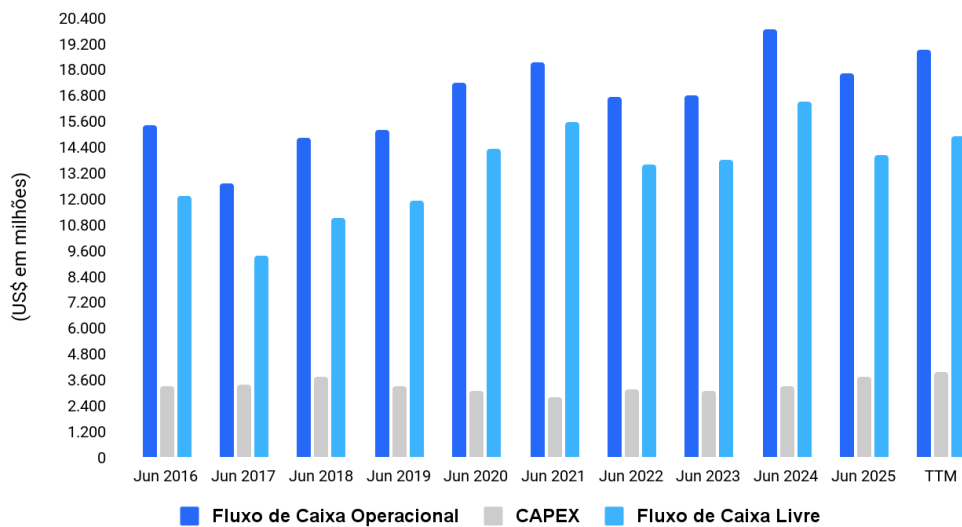
Também por esse motivo, a operação da empresa tem sido pautada em uma filosofia endividamento controlado. Atualmente, a P&G possui uma dívida bruta de US\$35,9 bilhões, enquanto dispõe de US\$11,1 bilhões em recursos líquidos, conforme ilustrado na figura de endividamento. Isso reflete uma abordagem equilibrada da companhia em relação ao seu balanço. A relação DL/EBITDA da P&G é de aproximadamente 1,0 vezes, mostrando um nível de alavancagem controlado.



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

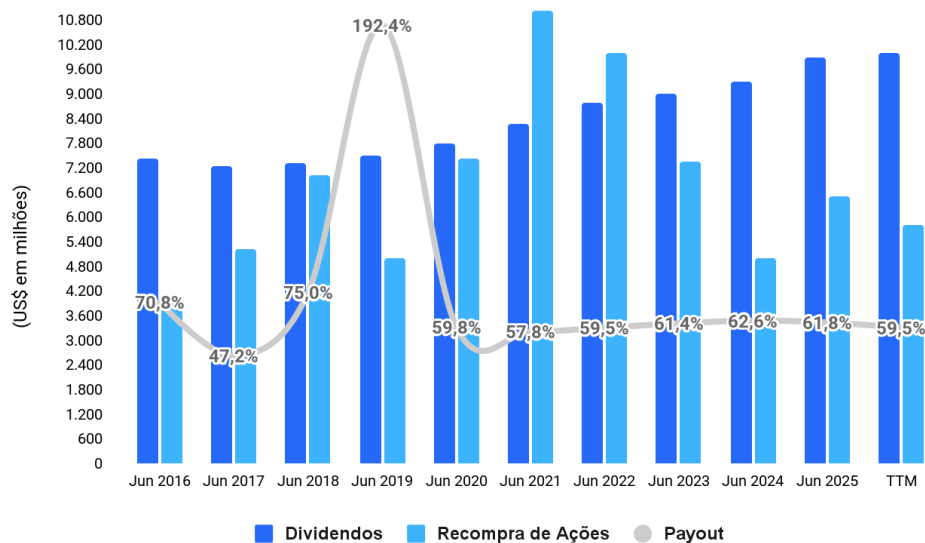
Como podemos observar no gráfico abaixo, a empresa gerou US\$17,8 bilhões em fluxo de caixa operacional em 2025, enquanto destinou US\$3,7 bilhões para despesas de capital (CAPEX) no mesmo período. Isso resultou em um fluxo de caixa livre de US\$14 bilhões. A geração de caixa livre é um indicador essencial 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.

No caso da P&G, a capacidade de gerar um caixa livre elevado, enquanto mantém seus investimentos em CAPEX relativamente baixos, demonstra um equilíbrio saudável entre reinvestimento e distribuição de valor aos acionistas. Mesmo sendo uma empresa com diversas fábricas, a P&G tem conseguido otimizar seus processos produtivos, mantendo os custos de capital em um patamar eficiente.



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

A Procter & Gamble mantém uma forte política de dividendos, aumentando a distribuição de proventos de forma consistente ao longo das últimas seis décadas. A empresa possui uma longa história de pagamento de dividendos, totalizando mais de 130 anos consecutivos desde sua incorporação em 1890. Apenas em 2025, foram distribuídos mais de US\$9,8 bilhões em dividendos.



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

Além dos dividendos, a P&G também opera um programa de recompra de ações estratégico. Essas recompras são realizadas levando em consideração as condições de mercado, com um foco especial no valor pelo qual as ações estão sendo negociadas. Em 2025, a P&G recomprou um total de US\$6,5 bilhões em ações.

O programa de recompra, em conjunto com a distribuição de dividendos, faz parte da estratégia da empresa para maximizar o retorno total aos acionistas, equilibrando a distribuição direta de proventos e o aumento da participação do investidor na empresa.

Valuation

Análise de Múltiplos

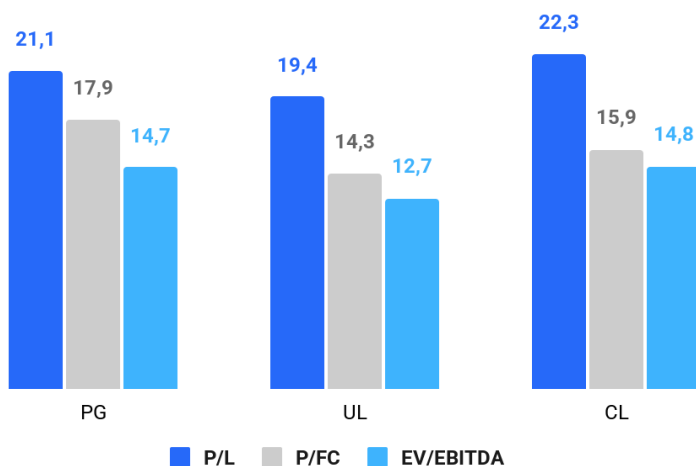
O método de avaliação por múltiplos envolve a análise da relação entre indicadores específicos e o valor de mercado da empresa. Quando aplicável, é apropriado comparar empresas do mesmo setor de atuação e, se possível, aquelas que estejam no mesmo ciclo de vida. Entre os indicadores de *valuation* relativo mais comuns utilizados para o modelo de negócio da P&G, 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 desempenho da **Procter & Gamble (PG)**, escolhemos duas empresas do segmento que possuem características operacionais similares e que podem ser comparadas. Essas empresas são a **Unilever (UL)** e a **Colgate-Palmolive (CL)**.

A **Unilever PLC** é uma multinacional anglo-holandesa que atua em mais de 190 países no setor de bens de consumo, sendo uma das maiores empresas do mundo nesse segmento. Ela opera em três principais áreas: cuidados pessoais, cuidados com a casa, alimentos e bebidas. A empresa possui um extenso portfólio de marcas reconhecidas globalmente, como Dove, Axe, Rexona, Omo, Hellmann's, Knorr e Lipton.



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

A **Colgate-Palmolive Company** é uma multinacional americana especializada em produtos de consumo, com atuação principal em quatro áreas: cuidados bucais, cuidados pessoais, cuidados com a casa e nutrição animal. A empresa é conhecida mundialmente por suas marcas de higiene

oral, como Colgate e Elmex, além de outros produtos de cuidados pessoais e domésticos, incluindo Palmolive, Protex, e Ajax. Na área de nutrição animal, a Colgate-Palmolive opera por meio da Hill's Pet Nutrition.

Através das métricas de múltiplos, realizamos a comparação entre os pares, que agora refletem um cenário de maior aversão a prêmios elevados no setor. A P&G, negociada a um P/L de 21,1 vezes, P/FC de 17,9 vezes e EV/EBITDA de 14,7 vezes, passou por uma correção significativa em relação às suas médias históricas. Esses patamares indicam que o mercado ajustou suas expectativas, precificando a empresa como uma geradora de caixa resiliente, mas sem o prêmio de crescimento agressivo de outrora.

A Unilever segue apresentando os múltiplos mais descontados do trio, com um P/L de 19,4 vezes, P/FC de 14,3 vezes e EV/EBITDA de 12,7 vezes. Essa avaliação mais conservadora reflete a continuidade da percepção de risco e desafios de reestruturação, embora ofereça uma margem de segurança maior para o investidor que busca valor em detrimento de crescimento acelerado.

Por fim, a Colgate-Palmolive mantém o prêmio de avaliação mais alto em termos de lucro, com P/L de 22,3 vezes, mas seus múltiplos operacionais convergiram para níveis muito próximos aos da P&G, com P/FC de 15,9 vezes e EV/EBITDA de 14,8 vezes. Isso sugere que, embora o mercado ainda pague um ligeiro ágio pela liderança defensiva em cuidados bucais, a disparidade de avaliação entre as líderes do setor diminuiu consideravelmente.

Resumindo, é importante salientar que embora múltiplos elevados possam trazer determinados riscos nas cotações das empresas, eles são frequentemente considerados uma reflexão de ganhos estáveis, com portfólio de marcas e capacidade de gerar fluxos de caixa consistentes.

Múltiplos Históricos

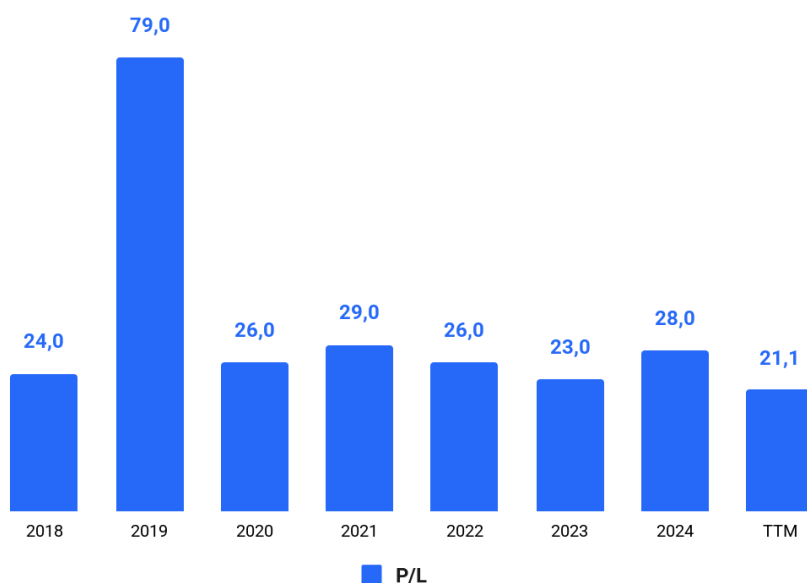
No gráfico a seguir, é possível observar a trajetória dos múltiplos históricos de Preço/Lucro (P/L) da P&G desde 2018. Nesse ano, o múltiplo P/L da empresa estava em 24 vezes, refletindo expectativas de crescimento estáveis e alinhadas com o desempenho consistente da P&G. No entanto, em 2019, houve um aumento significativo para 79 vezes. Essa elevação do múltiplo foi, em grande parte, resultado de uma queda nos lucros da empresa naquele ano, que influenciou o P/L, indicando um período em que as expectativas do mercado em relação ao futuro da P&G se distanciaram de seus resultados financeiros de curto prazo.

Em 2020, o P/L da P&G recuou para 26,0 vezes, indicando uma normalização dos lucros e uma reavaliação mais equilibrada das expectativas do mercado. Esse período foi marcado pela pandemia, que, embora tenha impactado diversos setores, manteve a demanda por produtos de consumo, beneficiando empresas como a P&G. No ano seguinte, 2021, o múltiplo P/L subiu para 29,0 vezes, refletindo o otimismo dos investidores diante da recuperação econômica e da resiliência da P&G em sustentar sua estabilidade financeira.

Em 2022, o P/L caiu novamente para 26,0 vezes, sugerindo uma avaliação mais cautelosa pelo mercado, possivelmente em resposta a riscos macroeconômicos e a um cenário competitivo mais intenso. Essa tendência de moderação continuou em 2023, com o múltiplo P/L reduzindo-se para 23,0 vezes, sinalizando expectativas de crescimento mais comedidas, embora ainda positivas, para a empresa.

Atualmente, o P/L TTM (Trailing Twelve Months) da P&G está em 21,1 vezes, representando um leve desconto em comparação com os anos anteriores. Esse patamar reflete o ajuste do mercado frente à estagnação dos volumes de vendas. Com a elasticidade da demanda limitando novos repasses inflacionários e a desaceleração persistente na China impactando as

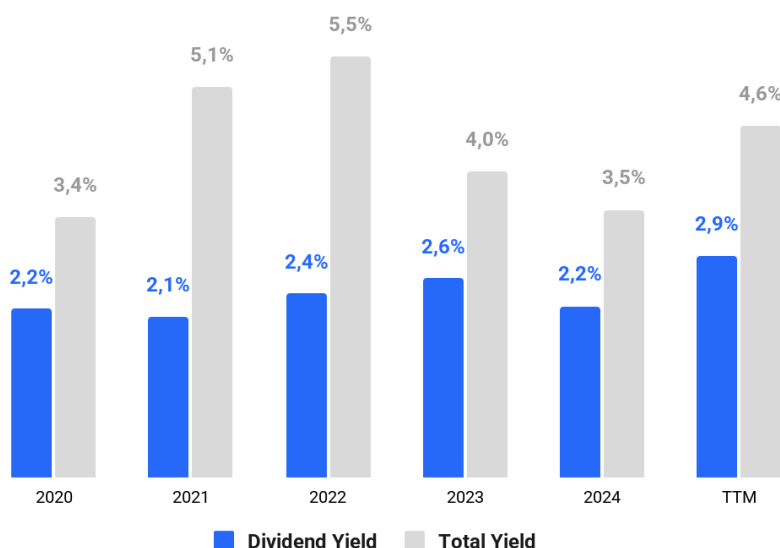
receitas, investidores retiraram o prêmio de crescimento anteriormente atribuído ao ativo, precificando-o agora em um patamar mais conservador.



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

Por fim, no que se refere aos proventos distribuídos, a P&G tem demonstrado um crescimento consistente no pagamento de dividendos ao longo dos anos, como vimos anteriormente na seção de histórico da empresa.

Além disso, a empresa mantém um forte programa de recompra de ações, o que fortalece a política de retorno ao acionista. Portanto, para uma análise mais completa, é importante considerar o retorno total para o acionista, que inclui tanto os dividendos pagos quanto as recompras de ações. Atualmente, o retorno total da P&G nos últimos 12 meses está em 4,6%, conforme destacado na figura a seguir.



Comportamento histórico do dividend yield (dy) 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.

Para projetar o crescimento das receitas da Procter & Gamble, começamos com uma análise do histórico da empresa e das tendências futuras de mercado, incorporando seu *market share* e a possível criação de novos produtos. A P&G, como uma empresa madura, tende a apresentar um crescimento mais estável e conservador, assim como tem sido até então. Analisamos a taxa composta de crescimento anual (CAGR) das receitas dos últimos 10 anos e identificamos os principais impulsionadores desse crescimento, como o lançamento de novos produtos e expansão em mercados emergentes.

Dada a maturidade da P&G, projetamos uma taxa de crescimento de receitas em alguns cenários, variando na faixa de 2% a 4% ao ano para os próximos 10 anos, reduzindo-a para cerca de 2% na perpetuidade para refletir um crescimento mais alinhado com o da economia global. Além das receitas, outros elementos como margens operacionais, investimentos em capital (CAPEX) e necessidades de capital de giro são incorporados ao modelo para determinar o valor presente dos fluxos de caixa futuros.

De acordo com nossas projeções, a companhia está atualmente negociada a um preço que pode ser considerado justo, mas sem oferecer uma margem de segurança significativa. Nesse contexto, a relação risco-retorno não se mostra suficientemente atrativa para justificar um investimento na empresa neste momento.

Opinião do Analista

A Procter & Gamble é uma das empresas mais renomadas no setor de bens de consumo do mundo, contando com um portfólio de marcas amplamente reconhecidas e uma presença global consolidada. A companhia tem apresentado uma performance financeira equilibrada, com crescimento gradativo nas vendas nos últimos anos e uma gestão financeira que reflete eficiência. Além disso, a P&G tem mantido uma geração de caixa livre consistente, o que contribui para a distribuição de dividendos crescentes e a recompra de ações, gerando valor para os acionistas.

No entanto, é importante mencionarmos que a empresa pode enfrentar alguns desafios no cenário atual. O ambiente macroeconômico tem se tornado mais complexo, com pressões inflacionárias e flutuações cambiais podendo impactar os custos de produção e, consequentemente, as margens operacionais da empresa podem ser afetadas no curto prazo.

A P&G também lida com um mercado cada vez mais competitivo, onde marcas locais e produtos de baixo custo ganham terreno, especialmente em mercados emergentes. Esse cenário pode afetar a capacidade da empresa de repassar custos aos consumidores sem comprometer sua participação de mercado.

Apesar desses desafios, a P&G continua com fundamentos sólidos, com forte presença global, eficiência operacional e capacidade de inovação para sustentar seu crescimento. Contudo, para justificar seu preço atual, a empresa precisaria acelerar de forma mais arrojada o crescimento de suas vendas nos próximos anos, além de continuar mantendo margens saudáveis.

Por essa razão, embora reconheçamos a qualidade da P&G, a empresa não apresenta uma relação risco-retorno suficientemente atrativa, desta forma, optamos por ficar de fora das ações da companhia no momento. No entanto, continuaremos a acompanhar de perto a empresa e suas perspectivas futuras.

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 12.12.2025

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.

