



# Análise

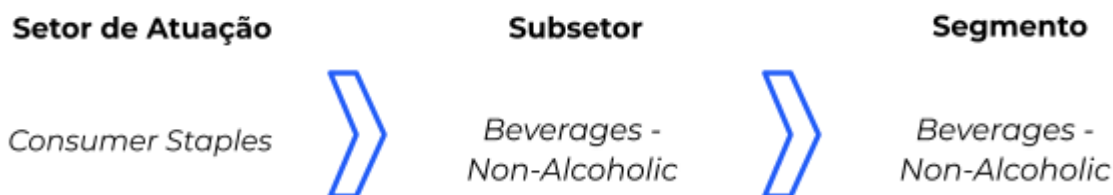
Coca-Cola

COCA34 | KO

**Produzido por SIMPLA CLUB**

Thiago Affonso Armentano

## Área de Atuação



A **Coca-Cola Company** é líder mundial na fabricação de bebidas não alcoólicas, consolidando-se neste mercado desde 1886, quando seus produtos começaram a ser vendidos nos Estados Unidos. Atualmente, a presença global da empresa abrange mais de 200 países e regiões. Além de produzir as bebidas da marca Coca-Cola, a empresa licencia e comercializa diversas outras marcas renomadas; incluindo Del Valle, AdeS, Sprite, Fanta e Coca-Cola Zero, conforme ilustrado na figura abaixo.



Portfólio das principais marcas comercializadas.  
Fonte: IR Coca-Cola.

O foco de atuação da Coca-Cola está na comercialização, fabricação e venda de concentrados de bebidas, xaropes e diversas bebidas prontas. Abrangendo uma ampla variedade que inclui refrigerantes com gás, água,

bebidas esportivas, sucos, laticínios de valor agregado, bebidas vegetais, chás e cafés.

As bebidas da empresa alcançam consumidores em mais de 200 países e regiões ao redor do mundo, por meio de uma extensa rede que envolve parceiros de engarrafamento independentes, assim como operações de engarrafamento e distribuição. Estas operações não apenas fabricam e embalam as bebidas, mas também as comercializam e distribuem para os clientes e parceiros.



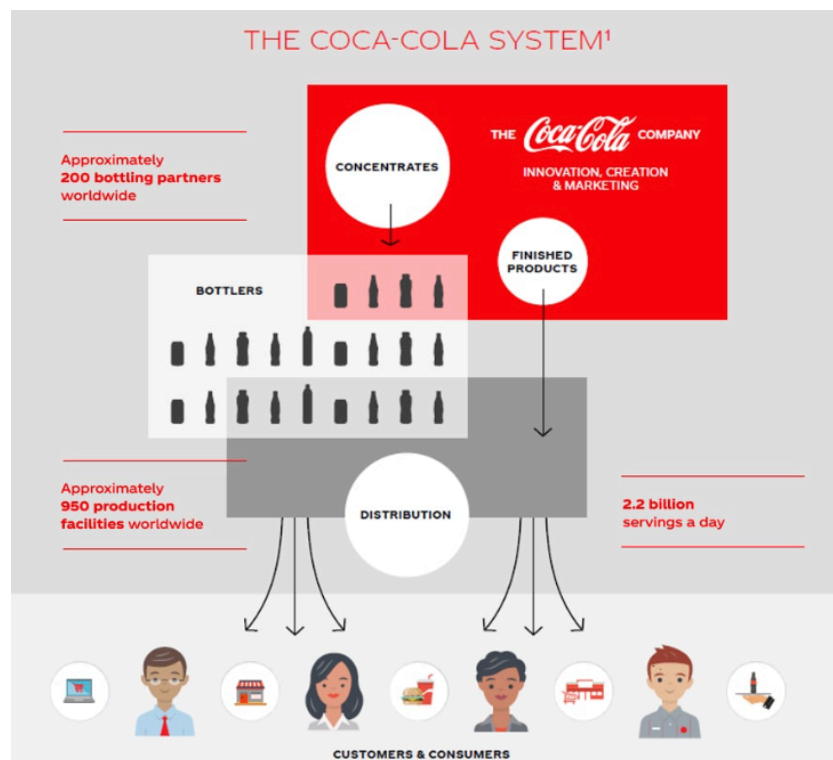
Marcas de alcance global.  
Fonte: IR Coca-Cola.

Nos últimos anos, a partir de 2015, a empresa iniciou uma transição significativa na gestão de suas operações, concentrando-se no controle estratégico de suas marcas, patentes e logística. Para executar esse plano, a empresa optou por terceirizar certas atividades para parceiros credenciados, como a fabricação e engarrafamento de suas bebidas.

As operações e vendas de produtos acabados tendem a gerar receitas mais elevadas, mas com margens de lucro mais apertadas. Essa estratégia de

terceirização da fabricação e engarrafamento visa otimizar a eficiência operacional da companhia.

A Coca-Cola e seus parceiros engarrafadores são denominados pela empresa como Sistema Coca-Cola. Como ilustrado na figura a seguir, a companhia mantém uma colaboração com mais de 200 parceiros globais de engarrafamento, presentes em mais de 950 instalações em diversos pontos do mundo.



Sistema Coca-Cola.  
Fonte: IR Coca-Cola.

A estrutura operacional do Sistema Coca-Cola funciona da seguinte maneira:

### Operações Concentradas

A empresa vende os concentrados de bebidas, os xaropes e algumas bebidas acabadas para os seus engarrafadores autorizados.

## Operações de Produtos Acabados

Além de concentrados e xaropes, a empresa também fabrica, comercializa e vende refrigerantes acabados e outras bebidas não alcoólicas.

## Parceiros de Engarrafamento

Os parceiros de engarrafamento fabricam, embalam, comercializam e distribuem as bebidas acabadas para os clientes e parceiros de venda, que então vendem as bebidas aos consumidores.

Em 2022, cinco parceiros de engarrafamento combinados representaram 42% do volume total de parceiros: Coca-Cola FEMSA, com foco na América Latina; Coca-Cola Europacific Partners plc (CCEP), com foco na Europa Ocidental, Austrália, Pacífico e Indonésia; Coca-Cola HBC AG, também conhecida como Coca-Cola Hellenic, desempenha um papel estratégico ao atender a Europa Oriental e o Norte da África; Arca Continental, com foco na América Latina e em partes da América do Norte; e Swire Beverages, que opera na Ásia e partes da América do Norte.

A estrutura operacional da Coca-Cola inclui quatro segmentos operacionais geográficos: **Europa, Oriente Médio e África; América Latina; América do Norte; e Ásia-Pacífico**. A estrutura de relatórios financeiros da empresa também inclui dois segmentos não geográficos: **Global Ventures** e **Bottling Investments Group** (BIG).

O segmento da Europa, Oriente Médio e África inclui cerca de 130 mercados, atingindo aproximadamente 2,1 bilhões de consumidores. A região possui um valor de varejo estimado em cerca de US\$350 bilhões, e a empresa projeta deter uma participação de mercado de 31%.

Com aproximadamente 525 milhões de consumidores, o segmento da América Latina é composto por 39 mercados. A região tem um valor de

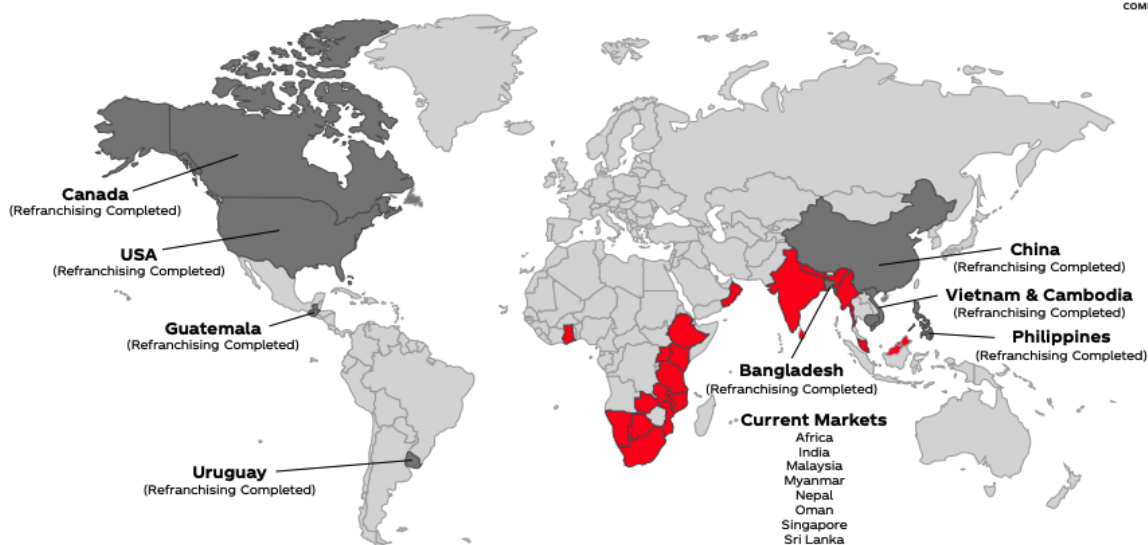
varejo estimado de aproximadamente US\$100 bilhões, e a empresa projeta deter uma participação de mercado de 55%.

O principal mercado da Coca-Cola, a América do Norte, atinge aproximadamente 320 milhões de consumidores. A região possui um valor de varejo de aproximadamente US\$350 bilhões, e a empresa projeta possuir 30% de *market share*.

O segmento Ásia-Pacífico da Coca-Cola possui 37 mercados, aproximadamente 3,3 bilhões de consumidores e uma indústria de varejo de US\$475 bilhões. A participação de mercado da empresa na região chega próxima de 14%.

O segmento BIG foi criado em 2006 para garantir que as operações de engarrafamento recebam os investimentos adequados, que assegurem o padrão Coca-Cola de sucesso no longo prazo. A presença atual de engarrafamento da companhia se concentra principalmente no Sudeste e Sudoeste da Ásia e em uma parte da África, como é possível notar na figura abaixo. Já as demais regiões têm passado principalmente por um processo de *refranchising* completo.

## BOTTLING INVESTMENTS GEOGRAPHIC FOOTPRINT



Geografia de engarrafadores da Coca-Cola.

Fonte: IR Coca-Cola.

O *refranchising*, mostrado na figura acima, é o processo pelo qual a Coca-Cola Company transfere a propriedade e operação de suas unidades de engarrafamento para parceiros externos, revendedores independentes ou engarrafadores locais. O *refranchising* é uma prática comum na indústria de bebidas para otimizar a eficiência operacional e acelerar o crescimento em diferentes regiões, como falamos anteriormente.



Principais parceiros engarrafadores a nível global.

Fonte: IR Coca-Cola.

Por fim, a empresa criou um novo segmento operacional em 2019 para abrigar a aquisição de outras marcas e empresas, com investimentos que possam ser escalados globalmente, chamado de *Global Ventures*. O segmento inclui os cafés Costa, as bebidas Monster, os sucos e *smoothies* da marca Innocent e os chás Dogadan.

## História da Empresa

Em 1886, o farmacêutico John Stith Pemberton trabalhava com fórmulas medicinais. Quando, durante um de seus experimentos, inventou uma

bebida borbulhante, refrescante, de sabor incomparável, que viria a ser a bebida mais famosa do mundo.

Em 1879, Pemberton vendeu sua fórmula para Asa Candler, também farmacêutico, por um preço irrisório. Candler viria a ser o primeiro presidente da empresa.

No início da década de 1890, a marca Coca-Cola foi oficialmente registrada, e em 1894, a bebida foi engarrafada pela 1ª vez, um marco importante em sua história.

Em 1919, a Asa Candler vendeu a empresa para Ernest Woodruff. Robert, seu filho, assumiu a presidência e permaneceu por 60 anos à frente da empresa.

Em 1930, o Papai Noel se tornou uma das marcas registradas da Coca-Cola.

Em 1941, a Coca-Cola foi produzida no Brasil pela primeira vez em Recife, para os soldados americanos combatentes na Segunda Guerra Mundial.

Em 1955, o refrigerante foi vendido pela primeira vez em lata de alumínio nos EUA.

No início da década de 1980, foi o lançamento mundial da Diet Coke. Foi criada a campanha publicitária que marcou a empresa: "Coca-Cola é isso aí". Em 1988, surgiram as embalagens *one way* (descartáveis) e a tampa de rosca e, em 1990, foi lançada a lata de alumínio 100% reciclável para toda a linha de produtos.

Em 2005, foi lançada a Coca-Cola Zero, a versão sem açúcar do refrigerante, voltada para um público jovem e mais interessado em bebidas mais saudáveis.

Em 2013, a Coca-Cola lançou a campanha global "Compartilhe uma Coca-Cola", na qual os rótulos das garrafas foram personalizados com

nomes próprios, slogans e mensagens, tornando-se um enorme sucesso de *marketing*.

Em 2015, a empresa implementou uma nova estratégia global chamada "One Brand", unificando todas as variações da Coca-Cola (Regular, Zero, Diet, etc.) sob a mesma identidade visual e publicidade.

Em 2018, a Coca-Cola ampliou seu portfólio de bebidas ao adquirir a Costa Coffee, uma das maiores redes de cafeterias do mundo, reforçando sua presença no setor de bebidas quentes.

Em 2019, em resposta às mudanças no comportamento do consumidor, a empresa lançou a Coca-Cola Energy, sua primeira bebida energética sob a marca Coca-Cola.

Em 2020, devido à pandemia de COVID-19, a Coca-Cola enfrentou desafios operacionais e uma queda na demanda por seus produtos em estabelecimentos comerciais, mas respondeu com investimentos em digitalização, e-commerce e novas embalagens para consumo doméstico.

Em 2021, a empresa anunciou a descontinuação de diversas marcas consideradas de baixo desempenho, como Tab, Zico e Odwalla, focando em produtos mais lucrativos e alinhados com as tendências de mercado.

Em 2022, lançou globalmente a Coca-Cola Creations, uma linha de edições limitadas com sabores inovadores e estratégias de marketing interativas, incluindo colaborações com artistas e experiências digitais.

Em 2024, continuou sua expansão no mercado de bebidas saudáveis e funcionais, incluindo investimentos em bebidas à base de plantas, chás e águas *premium*.

Atualmente, a Coca-Cola possui mais de US\$297 bilhões em valor de mercado e tem suas bebidas vendidas em mais de 200 países e regiões pelo mundo.

## Riscos do Negócio

Certos fatores podem ter efeitos adversos no negócio, nas condições financeiras e nos resultados operacionais da Coca-Cola. Os investidores devem considerar cuidadosamente os fatores de riscos envolvidos, além disso, devem estar cientes de que não é possível prever ou identificar todos esses fatores.

Um dos principais desafios da empresa é acompanhar o movimento cada vez mais forte dos consumidores em busca de produtos saudáveis. Para conseguir acompanhar essa demanda, a companhia terá que continuar a investir no desenvolvimento de novas bebidas, que atendam tanto a questão saudável, como a questão do paladar dos consumidores.

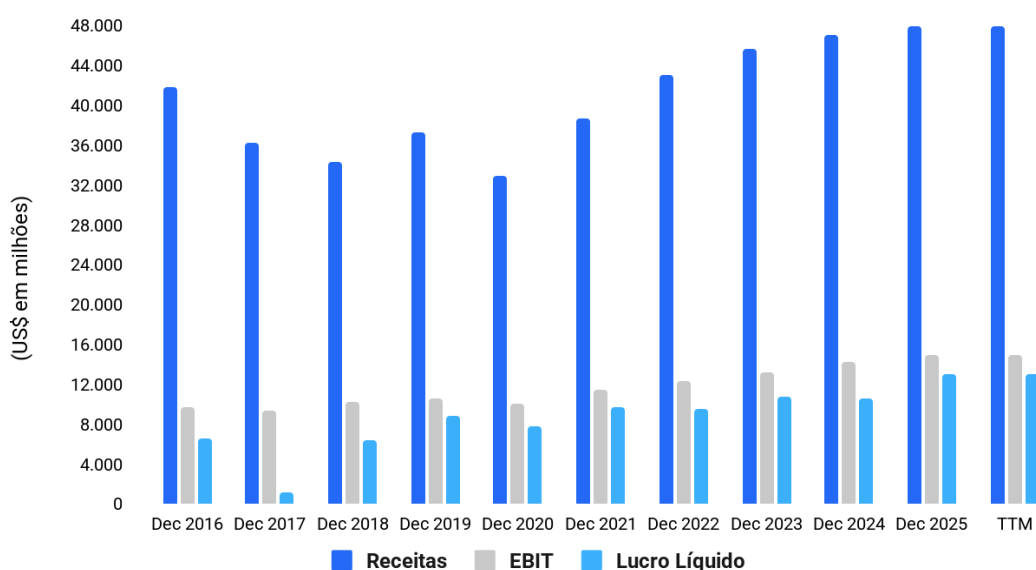
Outro ponto importante, a empresa gera parcela significativa de suas receitas vendendo concentrados e xaropes para os seus parceiros de engarrafamento independentes. Como empresas independentes - algumas possuem capital aberto na Bolsa - elas podem tomar suas próprias decisões a respeito de seus negócios, que nem sempre estão alinhadas com os interesses da Coca-Cola.

Além disso, alguns parceiros têm o direito de fabricar ou distribuir seus próprios produtos ou de outras empresas de bebidas. Se a Coca-Cola não se mantiver capaz de manter operações e estratégias de alinhamento com os preços adequados e suporte de *marketing* e publicidade, os resultados podem ser adversos na lucratividade da empresa.

Por fim, as operações internacionais podem afetar as receitas da empresa, pois existem complexidades envolvendo leis e regulações estrangeiras.

Restrições e controles cambiais rigorosos podem dificultar a companhia a repatriar as receitas geradas em países fora dos EUA. Outro ponto importante, é que um cenário de política externa adversa pode afetar negativamente as receitas da companhia, além de sujeitá-la a novos custos e desafios regulatórios.

## Resultados Anteriores

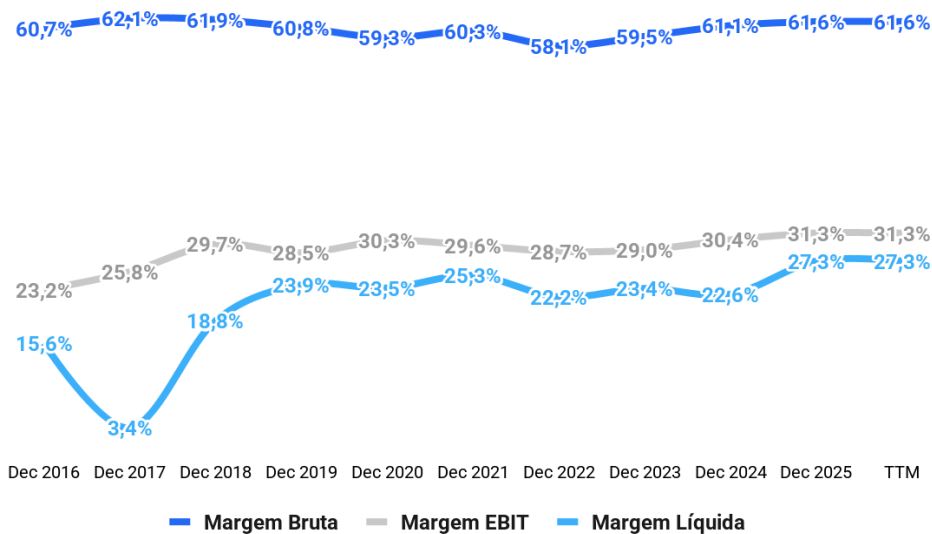


*Resultado Operacional.*  
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

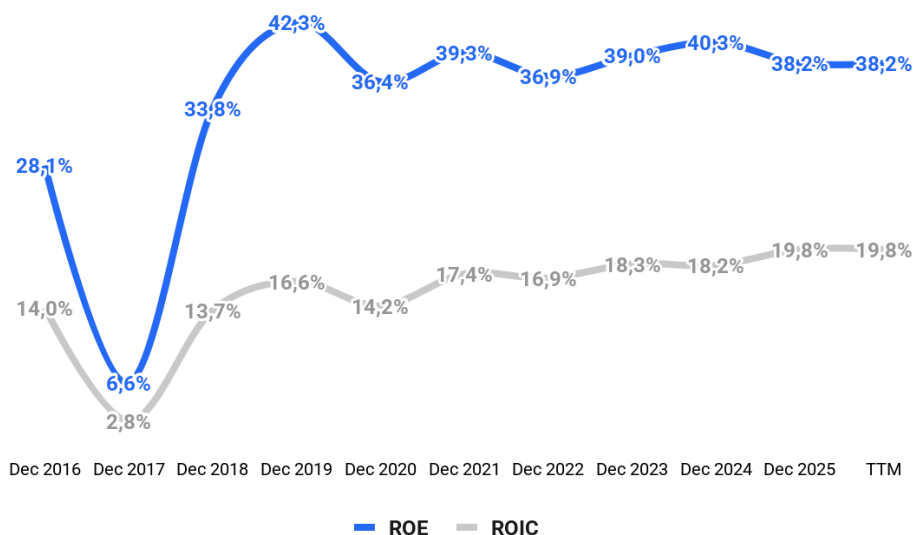
Entre 2015 e 2021, a companhia registrou uma retração na receita bruta em função da reestruturação do seu modelo operacional, que priorizou a migração da fabricação e do envase para parceiros estratégicos. Embora o faturamento tenha declinado em termos absolutos nesse intervalo, a transição resultou em uma operação mais enxuta, com ganhos significativos de eficiência e expansão das margens de lucratividade.

A partir de 2022, superada a fase de ajustes estruturais, a empresa retomou a trajetória de crescimento acelerado. Este desempenho sólido culminou, em 2025, em um volume de vendas de US\$47,9 bilhões, consolidando a eficácia da nova estratégia e demonstrando um desempenho financeiro consistente e resiliente.

Nos últimos dez anos, a margem líquida da empresa aumentou de 15,6% para 27,3%, demonstrando a capacidade da companhia de ganhar escala e aumentar seus lucros de forma inteligente, mesmo com receitas menores. De 2016 a 2025, a margem operacional EBIT cresceu de 23,2% para 31,3%, conforme ilustrado no gráfico das margens de lucratividade.



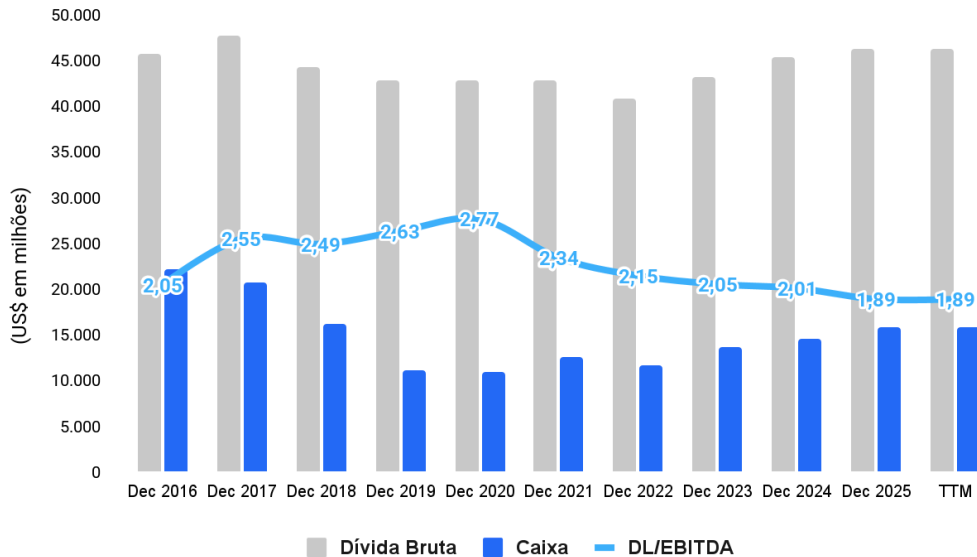
Margens de Lucratividade.  
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.



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

Já o retorno sobre o patrimônio líquido, o ROE, tem se estabilizado acima dos 28% nos últimos dez anos, com exceção do ano de 2017. No último exercício completo, o ROE da empresa atingiu um forte desempenho, chegando a 48,2%. Esses números são excelentes e representam a capacidade da empresa em rentabilizar seus próprios recursos.

As empresas, de maneira geral, possuem sua estrutura de capital em dois pilares: baseada em seus próprios recursos (seu patrimônio líquido) e de terceiros (empréstimos). Adicionalmente, a análise do ROIC (Retorno sobre o Capital Investido) torna-se fundamental, pois mensura a rentabilidade da companhia sobre o capital total empregado — compreendendo tanto o patrimônio líquido quanto o endividamento. O desempenho da empresa sob essa métrica tem se mostrado robusto, mantendo-se consistentemente acima de 13,7% desde 2018, o que reitera a sua capacidade de gerar valor de forma eficiente.

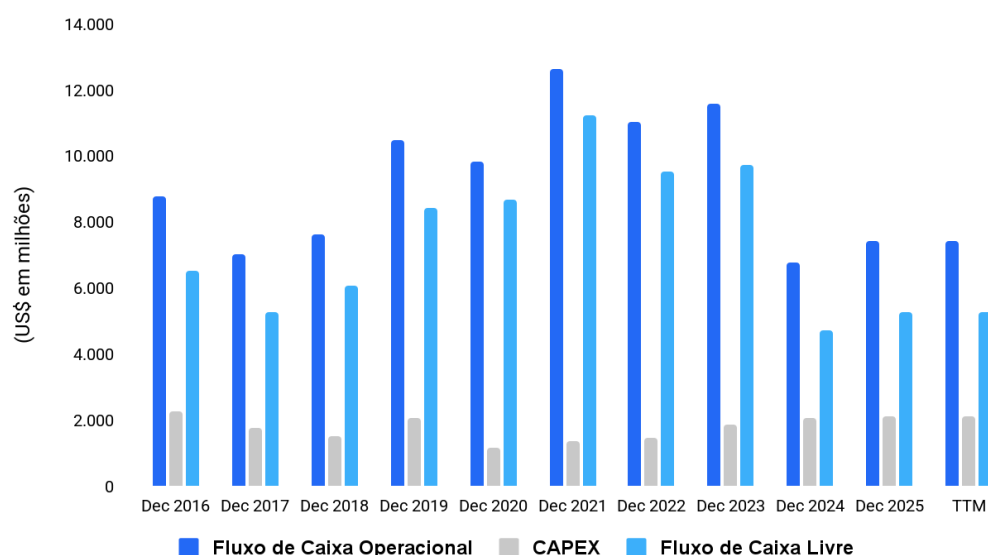


Nível de endividamento e posição em caixa.  
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Em relação ao balanço, a Coca-Cola possui a saúde financeira controlada, fechando o ano de 2025 com US\$15,8 bilhões em caixa e US\$46,1 bilhões em compromissos, como mostra o gráfico de endividamento abaixo. A

empresa tem reduzido gradualmente seu nível de endividamento desde 2017. A relação dívida líquida sobre EBITDA da empresa está em 2 vezes, patamar considerado equilibrado. Nesse patamar de dívida, que tem se mantido controlado ao longo dos anos, a empresa pagaria em dois anos com seu lucro operacional.

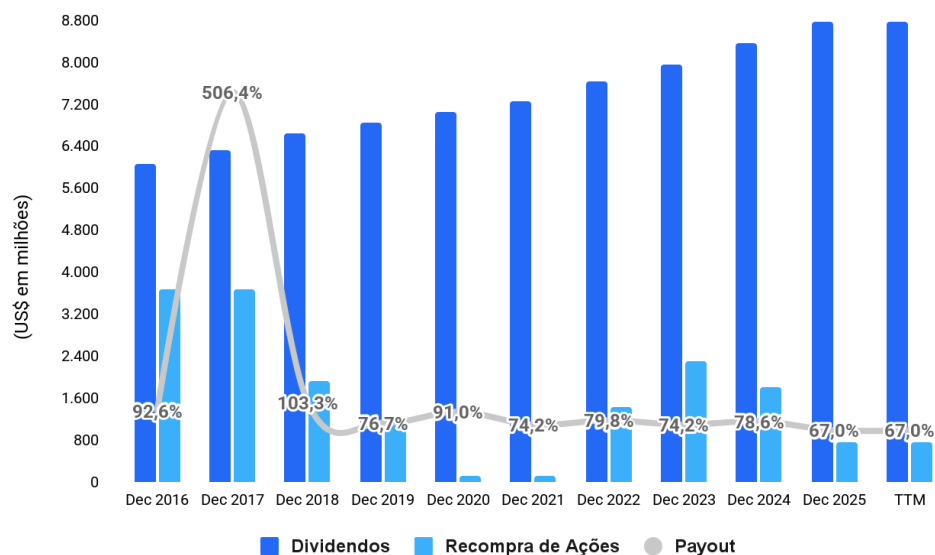
Fazer a análise dos lucros da empresa é importante, entretanto, eles podem ter algumas distorções e descasamento com o lucro líquido, além dos ajustes na DRE até seu número final. Por esse motivo, é importante olharmos para a geração de caixa da empresa em cada exercício.



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

Apesar da variação em alguns períodos, principalmente entre os anos de 2016 e 2018, a empresa tem entregado crescimento em seu fluxo de caixa operacional. Outro aspecto que temos que levar em consideração é o quanto a empresa precisa investir para continuar crescendo suas operações. Para isso, temos que subtrair do fluxo de caixa operacional os investimentos em CAPEX, para assim, chegarmos na geração de caixa livre da empresa.

Em 2025, a empresa gerou US\$5,2 bilhões em caixa livre. A geração de caixa livre é extremamente importante, pois é através dela que as empresas podem pagar seus dividendos, recomprar suas ações, pagar suas dívidas e fazer novas aquisições ou reinvestimentos.



Distribuição de dividendos e recompra de ações.  
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Em relação aos dividendos, a empresa pagou US\$8,7 bilhões em proventos em 2025, como mostra o gráfico acima. Em 2017 os lucros da empresa foram muito baixos quando comparados com 2016, além da queda nas receitas, houve uma reversão de créditos fiscais indevidos. A Coca-Cola foi acusada de utilizar créditos fiscais indevidos para reduzir sua carga tributária. Em 2017, a empresa reverteu esses créditos, o que levou a um aumento nos impostos pagos. Como a empresa manteve o nível de dividendos pagos e os lucros caíram substancialmente, naturalmente, o *payout* foi extremamente elevado.

Em fevereiro de 2025, o Conselho de Administração da Coca-Cola aumentou o dividendo trimestral regular para US\$0,51 por ação, o que equivale a um dividendo anual de US\$2,04 por ação em 2025. Com isso, a empresa atingiu a marca de 63º aumento anual consecutivo de dividendos.

## Opinião do Analista

A Coca-Cola é a líder mundial na fabricação de bebidas não alcoólicas, com mais de cem anos de tradição e bilhões de consumidores. Com uma ampla gama de produtos, incluindo o famoso refrigerante Coca-Cola, a empresa está presente em mais de 200 países e regiões ao redor do mundo.

Além disso, a Coca-Cola tem um impressionante desempenho financeiro, com mais de 60 anos consecutivos de crescimento na distribuição de dividendos aos seus acionistas. A presença global da Coca-Cola significa que suas bebidas estão disponíveis em praticamente todos os lugares, tornando-a uma das marcas mais reconhecidas e acessíveis no mundo.

Ao examinarmos os fundamentos essenciais para um bom investimento em ações, notamos que, embora a empresa não tenha apresentado um crescimento de receitas nos últimos anos, esse comportamento é justificável pela transformação operacional que a empresa tem passado. Essa estratégia tem se mostrado acertada, pois os lucros da companhia têm sido crescentes no período.

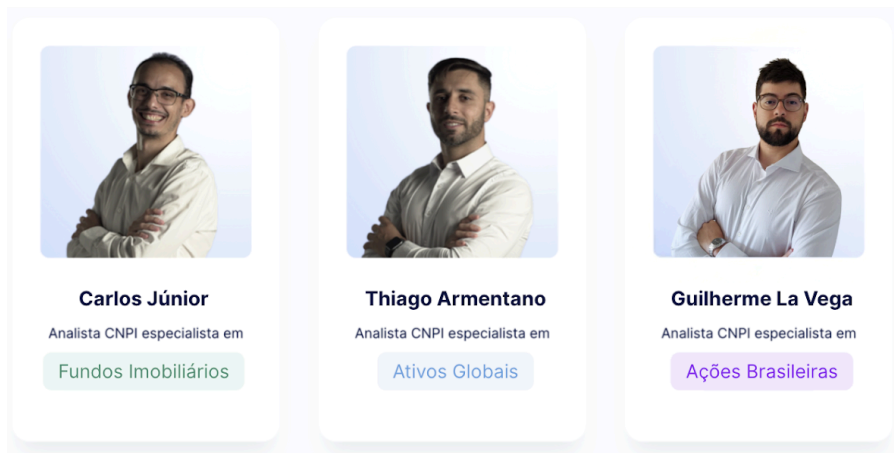
Além disso, a Coca-Cola mantém uma saúde financeira equilibrada. Em menos de dois anos, o seu lucro operacional seria suficiente para pagar suas dívidas, que são predominantemente de longo prazo. Outro pilar importante a ser observado é a geração de caixa livre da empresa, que leva em conta a geração de caixa operacional e os investimentos feitos em CAPEX. Assim como as receitas e os lucros, esse pilar também tem sido crescente nos últimos exercícios.

Em termos qualitativos, a Coca-Cola é uma empresa de qualidade, com diferenciais competitivos relevantes, mas com alguns desafios pela frente. A empresa vai precisar continuar investindo em bebidas alternativas com menores teores de açúcar e que levam em consideração a saúde dos consumidores. Outro ponto importante é que a companhia precisa estar

alinhada com seus parceiros terceirizados para que as suas operações continuem ganhando eficiência e ela consiga crescer seus lucros, aproveitando esse ganho de margens e que justifiquem essa estratégia.

Mesmo diante dos cenários desafiadores, a empresa se mostrou muito sólida e ótima pagadora de dividendos no decorrer de sua história. Diante dos fatores combinados que foram citados, temos a recomendação de compra para as ações da Coca-Cola (KO).

## Equipe



## Acompanhamento

relatório atualizado em 24.04.2026

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.*

