

The Coca-Cola Company

NYSE: KO

Análisis fundamental completo · Resultados Q2 FY2026

Incluye: PESTEL · Porter · Ventajas Competitivas · Análisis Interno y ESG · DAFO · Análisis Financiero y Valoración · Mapa de Riesgos · Conclusión

28 de julio de 2026

Entérate Finec · Análisis independiente de inversión

Este informe tiene finalidad exclusivamente educativa e informativa. No constituye asesoramiento financiero ni recomendación de inversión.



Tabla de Contenidos

- 1. Introducción General de la Empresa
- 2. Análisis del Macroentorno (PESTEL)
- 3. Análisis del Entorno Específico (5 Fuerzas de Porter)
- 4. Análisis de las Ventajas Competitivas
- 5. Análisis Interno de la Empresa (incl. ESG)
- 6. Análisis DAFO y Estrategias Cruzadas
- 7. Análisis Financiero y Valoración
- 8. Mapa de Riesgos Jerarquizados
- 9. Conclusión Final

Avisos Legales y Fuentes Bibliográficas

Aviso regulatorio

Este documento se elabora conforme al marco del Reglamento Delegado (UE) 2016/958 y la normativa EU MAR. No constituye recomendación personalizada de inversión. El autor no mantiene posición financiera en Coca-Cola (KO) a la fecha de publicación. Datos actualizados a 28 de julio de 2026. Las cifras estimadas se señalan explícitamente.

1. Introducción General de la Empresa

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) es una compañía multinacional estadounidense fundada en 1886 en Atlanta, Georgia, por el farmacéutico John Stith Pemberton. Cotiza en el NYSE bajo el ticker KO y, a fecha de 28 de julio de 2026, registra una capitalización bursátil aproximada de 380.000 M USD (dato intradía; el cierre definitivo podría situarse entre 350.000 y 386.000 M USD), tras una subida superior al 5% en la sesión de hoy impulsada por los resultados del Q2 FY2026 publicados esta mañana. La compañía emplea a aproximadamente 65.900 personas (dato FY2025) y opera en más de 200 países y territorios.

Coca-Cola opera como una empresa de concentrados y jarabes (asset-light model): vende concentrado a una red de más de 200 socios embotelladores independientes que fabrican, envasan y distribuyen el producto final. Este modelo le confiere márgenes brutos estructuralmente elevados (60,5% comparable en Q2 2026) y un apalancamiento operativo significativo, ya que el crecimiento orgánico de ingresos se traslada de forma amplificada al beneficio operativo.

El portafolio de Coca-Cola comprende más de 500 marcas y 3.500 productos en categorías que incluyen bebidas carbonatadas (Coca-Cola, Sprite, Fanta), agua (Dasani, smartwater), zumos (Minute Maid, Simply), lácteos y proteínas (Fairlife, Core Power), té y café (Costa Coffee, Gold Peak, Fuze Tea), bebidas deportivas (Powerade), y bebidas energéticas. La marca insignia, Coca-Cola, es una de las más reconocidas a nivel global, con un valor de marca estimado superior a 100.000 M USD según Interbrand.

En diciembre de 2025, el consejo de administración anunció la sucesión del CEO: Henrique Braun, un veterano de casi tres décadas en la compañía, sucedió a James Quincey como CEO efectivo desde el 31 de marzo de 2026. Quincey asumió el cargo de Presidente Ejecutivo (Executive Chairman). Braun, de 57 años, ha desempeñado roles en operaciones internacionales, cadena de suministro, marketing y desarrollo de negocio en Latinoamérica, Asia y Europa. Sus prioridades declaradas incluyen la proximidad al consumidor, el crecimiento en mercados emergentes y el uso de la tecnología como habilitador del rendimiento.

La compañía se posiciona como líder global en la categoría de bebidas no alcohólicas listas para beber (NARTD), con una cuota de volumen en bebidas carbonatadas (CSD) de aproximadamente el 40-43% a nivel mundial, frente al ~25% de PepsiCo en esta misma categoría. En el mercado estadounidense de CSD, la cuota de Coca-Cola alcanza aproximadamente el 60-69%, según diferentes fuentes sectoriales (datos 2025). Sin embargo, si se incluye la totalidad del negocio de bebidas y snacks de PepsiCo, esta supera a Coca-Cola en ingresos totales (~91.700 M USD vs. ~47.940 M USD en FY2025), dado que PepsiCo opera también Frito-Lay y Quaker.

Situación actual: Resultados Q2 FY2026 (publicados 28 de julio de 2026)

Coca-Cola ha reportado hoy unos resultados trimestrales que han superado las estimaciones de consenso en todas las métricas principales. Los ingresos netos alcanzaron 13.380 M USD (+7% interanual), frente al consenso de 13.130-13.160 M USD. El crecimiento orgánico fue del 6%, compuesto por un incremento del 4% en ventas de concentrado y un 2% de precio/mix. El volumen de cajas unitarias creció un 5%, un punto por encima de las ventas de concentrado debido al desfase temporal en los envíos. El BPA comparable se situó en 0,97 USD (+11% interanual), superando el consenso de 0,92-0,93 USD. El BPA reportado (GAAP) fue de 1,03 USD (+16%), con un beneficio neto de 4.430 M USD.

El margen bruto comparable se expandió 120 puntos básicos hasta el 60,5%, mientras que el margen operativo comparable aumentó 90 pb hasta el 35,6% (non-GAAP). El flujo de caja libre acumulado en el primer semestre alcanzó 6.900 M USD, y el apalancamiento neto (deuda neta/EBITDA) se situó en 1,4x, proporcionando flexibilidad para reinversión y retornos al accionista.

Un catalizador destacado del trimestre fue la FIFA World Cup 2026, celebrada en Estados Unidos, Canadá y México. Coca-Cola, patrocinador oficial histórico de la FIFA, activó una campaña en más de 180 mercados y 20 millones de puntos de venta, generando más de 60.000 millones de impresiones digitales. La compañía

atribuye parte del crecimiento de volumen del 5% en Trademark Coca-Cola y del 8% en Powerade a esta activación. La marca Coca-Cola registró su mayor crecimiento de volumen en 17 años (excluyendo la recuperación post-COVID).

Coca-Cola elevó su guía para el ejercicio 2026 completo: ahora espera un crecimiento orgánico de ingresos de aproximadamente el 5% (frente al rango anterior de 4-5%) y un crecimiento del BPA comparable del 9-10% (frente al 8-9% anterior), lo que implica un BPA comparable de ~3,27-3,30 USD sobre la base de 3,00 USD en FY2025.

Fuentes consultadas:

- *The Coca-Cola Company, Q2 2026 Earnings Release, 28 de julio de 2026.*
- *The Coca-Cola Company, Informe Anual FY2025, 10 de febrero de 2026.*
- *CNBC, 'Coca-Cola (KO) Q2 2026 Earnings', 28 de julio de 2026.*
- *SEC EDGAR, Form 10-K y 10-Q (KO), consultados julio 2026.*
- *Yahoo Finance, datos de mercado KO, julio 2026.*

2. Análisis del Macroentorno (PESTEL)

2.1 Factores Políticos

El entorno político que afecta a Coca-Cola en 2026 está dominado por tres dinámicas principales: la política comercial estadounidense (aranceles), la regulación sanitaria impulsada por el movimiento MAHA (Make America Healthy Again) y la inestabilidad geopolítica en mercados clave.

Aranceles sobre aluminio y acero: La administración Trump ha impuesto aranceles progresivos sobre aluminio (del 10% al 25%, y hasta el 50% en algunos casos desde junio 2025) y acero (25%), encareciendo el coste de las latas de aluminio, el principal formato de envasado de Coca-Cola en EE.UU. Sin embargo, James Quincey (entonces CEO) declaró en febrero 2025 que el impacto es «un problema manejable» dado el peso relativo del aluminio en los costes totales del sistema. La compañía ha explorado alternativas como la reducción del peso de las latas, cambios en el sourcing y, en última instancia, un mayor uso de envases plásticos, lo cual entra en conflicto con sus compromisos de sostenibilidad.

Aranceles sobre productos terminados: Los productos importados desde México (un mercado clave de producción) están sujetos a un arancel del 25% si no cumplen los requisitos de origen del USMCA, y hasta un 35% para productos no conformes. Esto afecta a embotelladores como Coca-Cola FEMSA, que exporta desde instalaciones mexicanas hacia EE.UU.

Movimiento MAHA: El secretario de HHS, Robert F. Kennedy Jr., ha señalado públicamente el jarabe de maíz de alta fructosa (HFCS) como un impulsor de la obesidad. Coca-Cola respondió anunciando una versión de su refresco insignia elaborada con azúcar de caña para el mercado estadounidense. Aunque el impacto regulatorio directo ha sido limitado hasta la fecha, el riesgo de regulación más agresiva (impuestos al azúcar federales, restricciones en escuelas) permanece latente.

Geopolítica: El conflicto entre EE.UU. e Irán (mencionado por management en la call de Q1 2026) y las tensiones continuadas con China generan incertidumbre para operaciones internacionales. China, México, Brasil e India representan conjuntamente un tercio del volumen de ventas de Coca-Cola. Los aranceles individualizados contra estos países (China al 20%, México al 25%) podrían provocar retaliaciones que afecten a las operaciones locales de la compañía.

2.2 Factores Económicos

La economía global en 2026 presenta un panorama mixto que afecta a Coca-Cola de formas diferenciadas según la región. Las economías desarrolladas muestran un crecimiento moderado con inflación en descenso, mientras que los mercados emergentes (India, Brasil, Asia Central) continúan siendo los motores de crecimiento de volumen para la compañía.

Inflación y poder adquisitivo: Aunque la inflación ha descendido respecto a los máximos de 2022-2023, los consumidores de rentas bajas y medias continúan mostrando sensibilidad al precio. El CEO Braun reconoció en la call de Q2 2026 que «muchos consumidores enfrentan presiones inflacionarias, incertidumbre geopolítica y desafíos económicos», lo que les lleva a «evaluar cómo compran, qué valoran y qué quieren poner en su cesta». Sin embargo, los resultados de Coca-Cola no reflejan una retracción del consumo: el volumen en Norteamérica creció un 3% en Q2 2026, evidenciando la resiliencia de la categoría como «lujo asequible».

Tipos de cambio: Las divisas tuvieron un impacto favorable en Q2 2026, contribuyendo con un viento de cola de 2 puntos porcentuales al crecimiento del BPA comparable. La compañía espera un viento de cola de ~3pp en divisas para el conjunto de FY2026, frente a un lastre de ~1% en los años anteriores. La depreciación del dólar beneficia a Coca-Cola dado que aproximadamente el 84% de su volumen se genera fuera de EE.UU.

Costes de materias primas: El azúcar, el aluminio, la resina PET, el café y el té son las principales materias primas. La volatilidad en los precios del café y el té fue citada específicamente como un riesgo en

Q1 2026, aunque management considera que el impacto global sobre la cesta de costes es «manejable». Los costes del aluminio se ven amplificadas por los aranceles mencionados.

2.3 Factores Socioculturales

Tendencia anti-azúcar y salud: La concienciación creciente sobre los efectos del azúcar en la salud constituye el cambio sociocultural más relevante para Coca-Cola. El crecimiento de Coca-Cola Zero Sugar (+16% en volumen en Q2 2026, +14% en FY2025, +13% en Q1 2026) es la respuesta más visible de la compañía. El mercado global de bebidas zero sugar estaba valorado en 70.800 M USD en 2025 y se proyecta un CAGR del 9,7% hasta 2033, según datos de mercado.

Fármacos GLP-1 (Ozempic, Wegovy): Estos medicamentos para pérdida de peso suprimen el apetito y los antojos de azúcar. Estudios indican una caída del 7% en el consumo de bebidas azucaradas entre usuarios de GLP-1. Coca-Cola mitiga este riesgo pivotando hacia su portafolio zero sugar y hacia bebidas proteicas (Fairlife, Core Power), que son complementarias para usuarios de GLP-1 que buscan mayor ingesta proteica.

Dirty sodas y bebidas prebióticas: La tendencia de las «dirty sodas» (combinaciones personalizadas de refrescos con saborizantes) y las sodas prebióticas (como Simply Pop, lanzada por Coca-Cola en febrero 2025) están impulsando un resurgimiento del consumo de refrescos entre consumidores jóvenes, especialmente en EE.UU.

Demografía y mercados emergentes: El crecimiento demográfico y la urbanización en India, África y el Sudeste Asiático amplían el mercado total direccionable. La clase media en expansión en estos mercados favorece productos de marca con distribución capilar. Coca-Cola ha designado India, China y Brasil como mercados prioritarios de volumen.

2.4 Factores Tecnológicos

Digitalización y datos de primera parte: La campaña de la FIFA World Cup 2026 ejemplifica la transformación digital de Coca-Cola: mediante packaging conectado, la compañía captó más de 25 millones de registros de datos de primera parte (first-party data) y más de 80 millones de interacciones con consumidores. Estos datos permiten personalizar campañas de marketing y mejorar la ejecución en el punto de venta. La compañía creó en 2026 un nuevo rol de Chief Digital Officer (Sedef Salangan Sahin) para centralizar la estrategia digital.

IA y eficiencia operativa: El CFO John Murphy indicó en la call de Q2 2026 que no hay cambios en la estrategia de inversión, pero sí un enfoque en la calidad de la inversión «vía digital e IA». La compañía utiliza IA para optimizar la ejecución en los más de 20 millones de puntos de venta, así como para Revenue Growth Management (RGM), ajustando precios y mix de productos en tiempo real por mercado.

Producción: La nueva planta de Fairlife en Webster, Nueva York (inversión de 650 M USD), programada para entrar en funcionamiento en 2026, aumentará la capacidad de producción de leche ultrafiltrada en un 30%, aliviando la situación de producto en asignación (allocation) que ha limitado el crecimiento de Fairlife.

Riesgo de ciberseguridad — Incidente de ransomware en Fairlife (julio 2026): El 16 de julio de 2026, Coca-Cola anunció que Fairlife sufrió un ataque de ransomware que resultó en la suspensión temporal de la producción en sus cuatro plantas estadounidenses. El 27 de julio (un día antes de la publicación de los resultados del Q2 2026), la compañía anunció la reanudación de la mayoría de las operaciones. Este evento introduce un riesgo operativo y de ciberseguridad material: la dependencia de sistemas digitales integrados en la producción expone a la compañía a interrupciones que podrían afectar al suministro de uno de sus segmentos de mayor crecimiento. El incidente se produjo precisamente cuando la nueva planta de Webster iba a aliviar las restricciones de capacidad, subrayando la vulnerabilidad de la infraestructura productiva ante ciberataques.

2.5 Factores Medioambientales

Revisión de objetivos de sostenibilidad (diciembre 2024): Coca-Cola revisó a la baja sus objetivos voluntarios medioambientales, extendiendo el horizonte de 2025/2030 a 2035 y reduciendo la ambición: el objetivo de material reciclado en envases pasó del 50% (para 2030) al 35-40% (para 2035); el objetivo de recogida de envases se fijó en el 75% (frente al 100% de reciclabilidad que se perseguía para 2025). En 2023, solo el 27% de su packaging contenía material reciclado a nivel global.

Riesgo de greenwashing: La reducción de objetivos ha generado críticas de organizaciones medioambientales y puede erosionar la reputación ESG de la compañía. Al mismo tiempo, el potencial aumento del uso de plástico como respuesta a los aranceles sobre aluminio agrava la tensión entre costes y sostenibilidad.

Estrés hídrico: Coca-Cola es un negocio intensivo en agua. Regiones como India y partes de África enfrentan estrés hídrico creciente, lo que representa un riesgo operativo directo. La compañía ha priorizado mejorar la seguridad hídrica en ubicaciones de alto riesgo como parte de sus objetivos revisados a 2035.

Emisiones: Coca-Cola HBC (uno de sus principales embotelladores europeos) reportó alineación con su hoja de ruta Net Zero para 2040 por quinto año consecutivo, con el 54% de su energía total procedente de fuentes renovables y limpias. Sin embargo, las emisiones de Scope 3 (cadena de valor) siguen siendo el reto principal por su dependencia de proveedores de materias primas y transporte.

2.6 Factores Legales

Disputa fiscal con el IRS (~20.000 M USD en juego): Este es el riesgo legal más significativo para Coca-Cola. La compañía lleva desde 2015 en litigio con el IRS por precios de transferencia (transfer pricing) entre la matriz estadounidense y sus afiliadas extranjeras. El IRS alega que las filiales pagaron insuficientemente por el uso de propiedad intangible (marcas, fórmulas). El Tax Court falló a favor del IRS en 2020 (fallo sustantivo, 155 T.C. 145) y en 2024 se determinó el monto adeudado (~6.000 M USD para 2007-2009). Por separado, en 2023 el Tax Court falló contra Coca-Cola en una disputa fiscal de 882 M USD relacionada con Brasil. Coca-Cola ya pagó 6.000 M USD (reembolsables si gana la apelación) y estima una exposición adicional de hasta 14.000 M USD para los ejercicios 2010-2025 si pierde. Sin embargo, solo ha provisionado ~493 M USD (según filing de junio 2025), indicando confianza en su posición. Los argumentos orales ante el 11th Circuit se celebraron el 25 de junio de 2026 y los jueces se mostraron receptivos a los argumentos de Coca-Cola, cuestionando la retroactividad del cambio metodológico del IRS.

Impuestos al azúcar: Más de 60 jurisdicciones en todo el mundo aplican alguna forma de impuesto sobre bebidas azucaradas. En Europa, al menos 17 países aplican algún tipo de impuesto (tasas escalonadas por contenido de azúcar en Reino Unido, Francia, Irlanda, Portugal, etc.). En EE.UU., ocho jurisdicciones locales tienen impuestos al azúcar. Un estudio publicado en JAMA Health Forum encontró que un aumento del 33% en el precio de SSBs vía impuestos redujo el volumen de compra en un tercio, lo que demuestra la elasticidad del producto.

Regulación de plásticos: Legislaciones como la Directiva de Plásticos de Un Solo Uso de la UE y regulaciones similares en desarrollo obligan a la industria a incrementar el contenido reciclado en envases y a financiar sistemas de recogida. Coca-Cola, como uno de los mayores productores de residuos plásticos a nivel global, enfrenta un riesgo reputacional y regulatorio significativo.

GDPR y privacidad de datos: La estrategia de captación de datos de primera parte (25 millones de registros en la campaña World Cup) debe cumplir con el GDPR en la UE y regulaciones equivalentes en otros mercados. Cualquier incumplimiento podría resultar en multas de hasta el 4% de la facturación global.

Fuentes consultadas:

- Food Dive, 'What 6 food and beverage companies are saying about tariffs', marzo 2025.
- The Atlanta Journal-Constitution, 'How tariffs could affect your can of Coke', abril 2025.
- Tax Foundation, 'Soda Tax & Sugar Tax (SSB) Analysis', abril 2025.
- Bloomberg Tax, 'Coca-Cola, IRS Face Off in Tax Appeal', junio 2026.
- Al Jazeera, 'Why Coca-Cola and the US taxman are at war over a \$20bn tax bill', junio 2026.
- Coca-Cola Company, 'Evolves Voluntary Environmental Goals', diciembre 2024.
- Packaging Europe, 'Coca-Cola revises sustainability goals', diciembre 2024.
- CNBC, Coca-Cola Q1 y Q2 2026 Earnings Calls.
- JAMA Health Forum, SSB tax study, enero 2024.
- BusinessWire, Coca-Cola anuncia incidente de ransomware en Fairlife, 16 y 27 de julio de 2026.

Aviso de Posible Desactualización

Los datos sobre impuestos al azúcar por jurisdicción corresponden principalmente a 2024-2025. Nuevas legislaciones pueden haberse aprobado en jurisdicciones específicas durante 2026 sin estar reflejadas en este análisis. Igualmente, el resultado del litigio IRS (11th Circuit) está pendiente de sentencia; la información más reciente corresponde a los argumentos orales del 25 de junio de 2026.

3. Análisis del Entorno Específico (5 Fuerzas de Porter)

3.1 Amenaza de Nuevos Competidores: BAJA

Las barreras de entrada en la industria de bebidas no alcohólicas a escala global son elevadas. Coca-Cola dispone de una red de distribución que abarca más de 200 países y más de 20 millones de puntos de venta minorista, construida a lo largo de 140 años. Replicar esta infraestructura requeriría una inversión de capital de decenas de miles de millones de dólares y décadas de ejecución.

Las economías de escala en producción de concentrado son significativas: el coste marginal de producir un litro adicional de concentrado es mínimo, mientras que un nuevo entrante necesitaría alcanzar volúmenes críticos para competir en costes. La marca Coca-Cola, valorada en más de 100.000 M USD, es un activo intangible que no puede ser replicado. Además, las relaciones contractuales a largo plazo con embotelladores y la presencia en planogramas minoristas actúan como barreras adicionales.

No obstante, en nichos específicos la amenaza es más elevada. Marcas como Olipop y Poppi en EE.UU. han crecido rápidamente en el segmento de sodas prebióticas, obligando a Coca-Cola a lanzar Simply Pop en febrero 2025. En el segmento de bebidas energéticas, la entrada de Prime (Logan Paul/KSI) demostró que marcas con tracción en redes sociales pueden captar cuota en segmentos de alto crecimiento. Sin embargo, estos entrantes rara vez amenazan el core business carbonatado.

3.2 Poder de Negociación de los Clientes: MODERADO

Los clientes de Coca-Cola se dividen en dos segmentos: los embotelladores (clientes directos del concentrado) y los consumidores finales. Los grandes retailers (Walmart, Costco, Carrefour) tienen poder de negociación significativo dado su volumen de compra, pero la fortaleza de la marca Coca-Cola limita su capacidad de sustituir el producto: un supermercado que retire Coca-Cola de sus estanterías perdería tráfico de clientes.

La sensibilidad al precio varía por segmento de consumidor. Management reconoció en Q2 2026 que los consumidores evalúan «qué quieren poner en su cesta», pero el volumen de Coca-Cola creció un 5% global, indicando que la marca mantiene su poder de fijación de precios (pricing power). El crecimiento de precio/mix del 2% a nivel global en Q2 2026, siendo del 4% en Norteamérica, evidencia la capacidad de la compañía para trasladar costes al consumidor, aunque esta capacidad tiene límites: un aumento excesivo podría desviar consumo hacia marcas blancas, especialmente entre consumidores de renta baja.

3.3 Amenaza de Productos Sustitutivos: MODERADA-ALTA

Los sustitutos de las bebidas carbonatadas incluyen agua embotellada (parcialmente dentro del propio portafolio de Coca-Cola con Dasani y smartwater), café, té, bebidas energéticas, zumos, agua del grifo y bebidas funcionales/prebióticas. La tendencia hacia la hidratación y la salud favorece categorías como el agua y las bebidas funcionales en detrimento de los refrescos azucarados.

Sin embargo, Coca-Cola ha mitigado este riesgo mediante la transformación en una «total beverage company»: su portafolio actual cubre agua, lácteos proteicos, café (Costa Coffee), té, deportivas, energéticas y zumos. Esta diversificación hace que gran parte de la sustitución se produzca dentro del propio portafolio de Coca-Cola. El riesgo residual proviene de categorías emergentes no cubiertas y de bebidas caseras (infusiones, aguas saborizadas caseras).

3.4 Poder de Negociación de los Proveedores: BAJO-MODERADO

Las principales materias primas son azúcar, HFCS, concentrado de zumo, café, té, resina PET, aluminio y vidrio. Estas son commodities con múltiples proveedores a nivel global, lo que limita el poder de negociación individual de los suministradores. El volumen de compra de Coca-Cola (una de las mayores compradoras de

azúcar y aluminio del mundo) refuerza su posición negociadora.

No obstante, los aranceles sobre aluminio (25-50%) incrementan la dependencia de proveedores nacionales estadounidenses con menor competencia, aumentando temporalmente su poder de negociación. La volatilidad en los precios del café y el té (citada por management como presión significativa en Q1 2026) indica que, en commodities específicas y en periodos de restricción de oferta, los proveedores pueden ejercer presión sobre los márgenes.

3.5 Rivalidad Competitiva del Sector: ALTA

La rivalidad en el sector de bebidas no alcohólicas es intensa. PepsiCo es el competidor directo principal en CSD, pero el panorama competitivo incluye a Keurig Dr Pepper (ticker KDP), Monster Beverage (energéticas), Celsius Holdings (bebidas funcionales), Red Bull, Nestlé Waters (agua embotellada) y una proliferación de marcas craft y DTC (direct-to-consumer).

En Q1 2026, Coca-Cola registró un crecimiento de volumen del 4% en Norteamérica mientras PepsiCo reportó una caída del 2,5% en la misma región, lo que sugiere una transferencia de cuota de mercado en tiempo real. Esta divergencia se amplificó en Q2 2026, con un crecimiento de volumen norteamericano del 3% para Coca-Cola. Sin embargo, PepsiCo posee Frito-Lay y Gatorade, ofreciendo sinergias en distribución de snacks y bebidas que Coca-Cola no puede replicar.

El fracaso relativo de BODYARMOR (adquirida en 2021 por ~5.600 M USD, con un deterioro (impairment) de ~960 M USD registrado en Q4 FY2025) evidencia la dificultad de competir contra Gatorade en bebidas deportivas. La competencia en este subsegmento incluye también a Prime, que capturó cuota entre consumidores jóvenes. La guerra de precios no es una dinámica dominante en CSD (donde el duopolio Coca-Cola/PepsiCo mantiene disciplina), pero sí es más agresiva en categorías como agua y bebidas energéticas.

Fuentes consultadas:

- Coca-Cola Company, Q2 2026 Earnings Call Transcript, 28 de julio de 2026.
- CNBC, Coca-Cola Q1 2026 Earnings, abril 2026.
- Accio/Market analysis, 'Coca Cola vs Pepsi Market Share Trend 2026'.
- DeepResearchGlobal, 'Coca-Cola Company Analysis & Outlook Report 2026'.
- Yahoo Finance / Zacks, datos comparativos KO vs. PEP.

4. Análisis de las Ventajas Competitivas

4.1 Marca y Fidelización

La marca Coca-Cola es la ventaja competitiva más poderosa de la compañía. Valorada en más de 100.000 M USD (Interbrand), es una de las marcas más reconocidas en cualquier sector a nivel global. Esta fortaleza de marca genera pricing power sostenido: el crecimiento de precio/mix del 1-4% por trimestre se mantiene sin destrucción significativa de volumen. La lealtad a la marca es alta, con un 60% de cuota de consumo en CSD en EE.UU.

El portafolio multi-marca amplifica esta ventaja: Coca-Cola posee más de 30 marcas que generan más de 1.000 M USD cada una en ventas anuales. Bajo el liderazgo de Quincey se añadieron más de 10 marcas adicionales al club de los mil millones. Esta diversificación reduce la dependencia de un solo producto y permite capturar diferentes ocasiones de consumo.

Sostenibilidad de la ventaja: ALTA. La marca tiene 140 años de historia y capital cultural. Es difícil de imitar. Sin embargo, no es invulnerable: la erosión del consumo de azúcar podría debilitar gradualmente la relevancia de la marca insignia si la transición a zero sugar no se completa con éxito.

4.2 Red de Distribución Global

El sistema Coca-Cola (The Coca-Cola System) comprende más de 200 socios embotelladores con ~950 plantas de producción y presencia en 200+ países. Esta red es, posiblemente, la infraestructura de distribución de bienes de consumo más extensa del mundo. La penetración en puntos de venta minorista (20+ millones de outlets) proporciona una barrera de entrada insuperable para competidores nuevos.

Sostenibilidad: MUY ALTA. La construcción de esta red llevó más de un siglo. Ningún competidor (ni PepsiCo) tiene una penetración equivalente en mercados emergentes como partes de África, Asia Central o zonas rurales de India.

4.3 Modelo Asset-Light y Márgenes

El modelo de concentrados transfiere la intensidad de capital (plantas, flota de distribución) a los embotelladores. Coca-Cola captura el margen más alto de la cadena de valor: margen bruto del 60,5% en Q2 2026 y margen operativo comparable del 35,6% (non-GAAP). Esto contrasta con los márgenes operativos típicos de empresas de CPG que fabrican y distribuyen sus propios productos (15-20%). El ROIC de Coca-Cola se sitúa en torno al 15-20%, elevado para una empresa de su tamaño y madurez.

Sostenibilidad: ALTA, condicionada a la cooperación con el sistema embotellador. La venta pendiente de Coca-Cola Beverages Africa (CCBA) reforzará aún más el perfil asset-light.

4.4 Economías de Escala en Marketing

El presupuesto publicitario de Coca-Cola fue de ~5.010 M USD en FY2023 (dato más reciente confirmado; el gasto publicitario de FY2025 no había sido publicado a fecha de cierre del análisis), uno de los mayores del mundo. Su escala permite negociar tarifas preferenciales en medios, patrocinios globales (FIFA, Juegos Olímpicos) y campañas que ningún competidor pequeño puede replicar. La campaña World Cup 2026 generó 60.000 M de impresiones y 9.000 M de visualizaciones con más de 2.500 creadores de contenido, un despliegue que requiere tanto la escala financiera como las relaciones institucionales de Coca-Cola.

4.5 Switching Costs y Ecosistema

Los switching costs para el consumidor final son bajos (puede comprar Pepsi en lugar de Coca-Cola sin coste adicional), lo que limita esta ventaja. Sin embargo, los switching costs para los embotelladores y los canales HoReCa (hoteles, restaurantes, catering) son significativos: los contratos de exclusividad, la inversión en equipos de dispensación (fountains) y la formación del personal generan costes de cambio

materiales. Un restaurante que cambie de proveedor de refrescos debe reemplazar los equipos, renegociar contratos y arriesgarse a perder clientes acostumbrados a una marca específica.

Aviso de Limitación de Información

Las cifras de valor de marca (Interbrand) corresponden a la valoración más reciente disponible públicamente. El dato exacto de gasto publicitario para FY2025 no estaba confirmado en fuentes públicas a la fecha de este informe; la cifra de 5.010 M USD corresponde a FY2023. El presupuesto de FY2025/2026 podría ser diferente.

Fuentes consultadas:

- *Coca-Cola Company, Informes Anuales 2023-2025.*
- *Interbrand, Best Global Brands ranking.*
- *Coca-Cola Q2 2026 Earnings Release.*
- *StockAnalysis.com, ratios financieros KO.*

5. Análisis Interno de la Empresa

5.1 Producción y Operaciones

El modelo operativo de Coca-Cola se articula en torno a la producción de concentrados y jarabes, que se venden a la red de embotelladores. Esta estructura confiere alta eficiencia operativa: la compañía no necesita gestionar directamente la flota de distribución, las líneas de embotellado ni los almacenes en la mayoría de mercados. El CAPEX fue de 2.112 M USD en FY2025 (4,4% de los ingresos), una cifra modesta comparada con empresas industriales verticalmente integradas.

La cadena de suministro se basa en más de 950 instalaciones de producción operadas por los embotelladores. Esta descentralización proporciona resiliencia: un problema en una planta no afecta al suministro global. Sin embargo, también reduce el control directo de Coca-Cola sobre la calidad y la eficiencia de la distribución. La refranchización completada bajo Quincey (incluyendo la venta de operaciones en Nigeria en octubre 2025 y la venta pendiente de CCBA) profundiza este modelo asset-light.

La planta de Fairlife en Webster, NY (650 M USD, inicio en 2026) es una excepción al modelo asset-light: Coca-Cola invierte directamente en capacidad productiva de leche ultrafiltrada y batidos proteicos, un segmento donde controla la fabricación verticalmente. Esto responde a la escasez de capacidad que ha mantenido a Fairlife en allocation (asignación restringida a minoristas) durante dos años.

Incidente de ciberseguridad en Fairlife (julio 2026): El 16 de julio de 2026, Fairlife sufrió un ataque de ransomware que resultó en la suspensión temporal de la producción en sus cuatro plantas estadounidenses. La reanudación de la mayoría de las operaciones se anunció el 27 de julio. Este incidente subraya un riesgo operativo emergente: la dependencia creciente de sistemas digitales integrados en la producción expone a interrupciones que pueden afectar al suministro de uno de los segmentos de mayor crecimiento de Coca-Cola, precisamente cuando la nueva planta de Webster iba a aliviar las restricciones de capacidad.

5.2 Comparación con la Competencia

Comparativa competitiva – datos Q2 2026 / FY2025

Métrica	Coca-Cola (KO)	PepsiCo (PEP)	Keurig Dr Pepper (KDP)
Ingresos FY2025	47.940 M USD	~91.700 M USD*	~15.400 M USD (est.)
Margen bruto Q2 2026	60,5%	~54% (est.)	~55% (est.)
Margen operativo Q2 2026 (comparable, non-GAAP)	35,6%	~14% (est.)	~26% (est.)
Volumen CSD Q2 2026	+5% YoY	Negativo (est.)	~+1% (est.)
Cuota CSD global	~40-43%	~25%	~8%
Dividend Aristocrat	64 años consecutivos	52 años consecutivos	~3 años
ROIC (TTM)	~15-20%	~18% (est.)	~8% (est.)
Market Cap (jul 2026)	~380.000 M USD	~207.000 M USD (est.)	~47.000 M USD (est.)

(*) Los ingresos de PepsiCo incluyen Frito-Lay y Quaker, no comparables directamente. Las cifras marcadas como (est.) son estimaciones del autor basadas en datos parciales disponibles; deben verificarse con los resultados oficiales de cada compañía.

Moat tecnológico: Coca-Cola no compite en tecnología de producto (su fórmula es esencialmente la misma desde hace un siglo), sino en tecnología de marketing, distribución y ejecución. La ventaja reside en la combinación de datos (first-party data), la IA aplicada a RGM (Revenue Growth Management) y la escala de activación en puntos de venta. PepsiCo tiene capacidades comparables en este ámbito.

Riesgo de comoditización: El riesgo de comoditización en CSD es bajo dado el poder de marca, pero es más alto en categorías como agua embotellada y zumos, donde la diferenciación de producto es menor y las marcas blancas capturan cuota.

Riesgo de integración vertical de clientes: Grandes retailers (Walmart, Costco, Aldi) desarrollan marcas propias de refrescos, aunque su cuota en CSD sigue siendo marginal frente a Coca-Cola y PepsiCo. El riesgo es más relevante en agua embotellada, donde las marcas de distribuidor tienen cuotas significativas.

5.3 Comercialización y Marketing

La estrategia de marketing de Coca-Cola se basa en tres pilares: (1) patrocinios globales (FIFA, Juegos Olímpicos, marcas deportivas), (2) marketing digital y personalizado (first-party data, redes sociales, creadores de contenido) y (3) Revenue Growth Management (optimización de precios, tamaños de envase y mix de productos por canal y mercado).

La campaña World Cup 2026 fue el mayor despliegue de marketing reciente: activación en 180+ mercados, 20M+ puntos de venta, 60.000M impresiones digitales, 9.000M visualizaciones, 2.500+ creadores de contenido, 80M+ consumidores conectados y 25M registros de first-party data. En los estadios, Coca-Cola alcanzó una incidencia de bebidas del 80%+ durante los partidos, y las pausas de hidratación se utilizaron para posicionar Powerade.

La segmentación de Coca-Cola ha evolucionado hacia una lógica de «ocasiones de consumo» más que de demografía: mañana (café Costa), mediodía (Coca-Cola, agua), tarde (Zero Sugar, snacking), noche (extensiones como Coca-Cola Zero Zero para consumo vespertino) y deporte (Powerade). El lanzamiento de Mr. Pibb (relanzado con 30% más de cafeína) registró un crecimiento de volumen del 20% en Q2 2026.

5.4 Dirección Ejecutiva

La transición CEO de James Quincey a Henrique Braun (efectiva 31 de marzo de 2026) fue diseñada como una sucesión ordenada, con Quincey permaneciendo como Executive Chairman. Braun realizó la call de Q1 2026 (su primera como CEO) y enfatizó continuidad estratégica: «focus on continuing the momentum we've built». HSBC calificó el nombramiento como «optimal choice for the Coke system».

Las prioridades declaradas de Braun incluyen: (1) identificar las mejores oportunidades de crecimiento a nivel global, (2) acercar la compañía a las necesidades del consumidor, y (3) aprovechar la tecnología como habilitador del rendimiento. La creación del rol de Chief Digital Officer (Sedef Salingan Sahin) señala que la transformación digital es una prioridad operativa bajo el nuevo liderazgo.

Otros cambios en la dirección: Tapaswee Chandeleda sucederá a Lisa Chang como Global Chief People Officer (efectivo mayo 2026), y Todd Beiger asumió como VP e Head of Investor Relations (efectivo marzo 2026). La profundidad del pipeline directivo interno es una fortaleza: tanto Braun como Chandeleda y Beiger son veteranos de más de dos décadas en la compañía.

5.5 Factores ESG

Environmental

Como se detalló en la sección PESTEL, Coca-Cola revisó a la baja sus objetivos medioambientales voluntarios en diciembre 2024, extendiendo el horizonte a 2035. Los hechos clave: (1) Solo el 27% de su packaging global contiene material reciclado (2023); (2) Meta revisada: 35-40% de reciclado en envases para 2035; (3) Meta de recogida: 75% de envases comercializados para 2035; (4) Coca-Cola HBC (embotellador europeo) alineado con Net Zero 2040, con 54% de energía de fuentes renovables (FY2025); (5) El objetivo original de reducir 3M de toneladas métricas de plástico virgen (2020-2025) fue eliminado.

El riesgo principal es la contradicción entre la presión de costes (aranceles al aluminio empujando hacia más plástico) y los compromisos de sostenibilidad. La compañía reconoce que una mayor dependencia de envases plásticos «podría impactar su progreso en objetivos de sostenibilidad».

Social

Coca-Cola empleó a 65.900 personas a cierre de FY2025 (reducción desde 100.000 en 2016, consecuencia de la refranchización y la reestructuración de marcas de 2020 que eliminó la mitad del lineup). La compañía reporta métricas de diversidad e inclusión, aunque los informes ESG detallados de FY2025 no estaban plenamente disponibles a la fecha de este informe. En 2023, la compañía tenía representación femenina en torno al 48% de su plantilla global.

El impacto social de Coca-Cola incluye su papel como empleador indirecto a través del sistema embotellador (que emplea a cientos de miles de personas adicionales) y su contribución fiscal significativa (2.860 M USD en impuestos sobre beneficios en FY2025). La Coca-Cola Foundation financia programas de acceso al agua, educación y empoderamiento económico en comunidades operativas.

Governance

El gobierno corporativo de Coca-Cola cuenta con un consejo de administración con mayoría independiente. La separación de roles entre CEO (Braun) y Executive Chairman (Quincey) refuerza la supervisión. La compañía es miembro del Dow Jones Sustainability Index y ha obtenido calificaciones A en CDP Climate y Water (vía Coca-Cola HBC). Las calificaciones ESG de MSCI, ISS y Sustainalytics la sitúan generalmente en la franja media-alta del sector.

Un aspecto negativo de gobernanza es la provisión insuficiente para el litigio del IRS: solo ~493 M USD provisionados (según filing de junio 2025) frente a una exposición potencial de 14.000 M USD. Si bien las normas contables permiten esta posición (si la compañía considera improbable la pérdida), algunos analistas consideran que el mercado no está valorando adecuadamente este riesgo contingente.

Aviso de Limitación de Información

Los datos ESG detallados de FY2025 (informe de sostenibilidad corporativo) no estaban disponibles públicamente en su totalidad a la fecha de elaboración de este análisis. Las métricas de diversidad, emisiones Scope 1-2-3 de la matriz Coca-Cola Company y el desglose de water stewardship corresponden a FY2023-2024 y podrían no reflejar la situación más reciente.

Fuentes consultadas:

- Coca-Cola Company, *Informe Anual FY2025 y 10-K*.
- Coca-Cola Company, *'Evolves Voluntary Environmental Goals'*, diciembre 2024.
- Coca-Cola HBC, *Mission 2025 Progress Report*, abril 2026.
- SEC EDGAR, *Form 8-K, sucesión CEO* (diciembre 2025).
- Coca-Cola Q2 2026 *Earnings Call Transcript*.
- *StockAnalysis.com*, ratios KO.

6. Análisis DAFO y Estrategias Cruzadas

FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
F1. Marca icónica global (140 años, >100.000 M USD) F2. Red distribución 200+ países, 20M+ puntos venta F3. Modelo asset-light, margen bruto 60,5% F4. Portafolio diversificado (500+ marcas, 30+ de >1.000M) F5. 64 años consecutivos de incremento de dividendo F6. Capacidad de pricing power demostrada F7. FCF robusto (6.900 M USD H1 2026) F8. Zero Sugar creciendo +16% en volumen	D1. Dependencia de bebidas carbonatadas (core) D2. Exposición a divisas (~84% volumen fuera EE.UU.) D3. Impairment BODYARMOR (~960 M USD en 2025) D4. Limitada integración vertical (dependencia embotelladores) D5. Provisión insuficiente para litigio IRS (~493 M vs 14.000 M) D6. Reducción ambición metas ESG (riesgo reputacional) D7. Crecimiento orgánico concentrado en precio vs volumen históricamente D8. Capacidad Fairlife limitada (en allocation hasta 2026) D9. Vulnerabilidad ciberseguridad (ransomware Fairlife jul 2026)
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
O1. Mercado zero sugar (70.800 M USD, CAGR 9,7%) O2. Mercados emergentes (India, África, Asia Central) O3. Bebidas proteicas (Fairlife, nueva planta +30% capacidad) O4. Digitalización y first-party data (25M registros WC2026) O5. Sodas prebióticas/funcionales (Simply Pop) O6. Expansión en canal away-from-home post-pandemia O7. Venta CCBA → mayor perfil asset-light O8. Favorable entorno de divisas en 2026	A1. Litigio IRS (exposición hasta 20.000 M USD) A2. GLP-1 (Ozempic/Wegovy): -7% consumo en usuarios A3. Impuestos al azúcar (60+ jurisdicciones) A4. Aranceles aluminio (25-50%) y trade war A5. Regulación de plásticos y estrés hídrico A6. Competencia en nicho (Olipop, Prime, Celsius) A7. Movimiento MAHA: HFCS en punto de mira político A8. Retaliación comercial contra marcas estadounidenses

Estrategias Cruzadas

Estrategias FO (Fortalezas × Oportunidades): Ofensivas

F4+O1: Utilizar el portafolio diversificado para acelerar la penetración en el mercado de zero sugar a nivel global, extendiendo las variantes Zero Sugar a todas las marcas del portafolio de CSD. F2+O2: Aprovechar la red de distribución en mercados emergentes para capturar el crecimiento de la clase media en India, África y Asia Central, con formatos de precio accesible (sachet, pequeño formato). F7+O3: Reinvertir el FCF robusto en expandir la capacidad de Fairlife (planta Webster) y lanzar nuevas líneas de productos proteicos que capitalicen la tendencia GLP-1-compatible.

Estrategias FA (Fortalezas × Amenazas): Defensivas

F6+A3: El pricing power permite absorber parcialmente el impacto de impuestos al azúcar sin destruir margen, combinándolo con la migración del mix hacia zero sugar. F3+A4: El modelo asset-light reduce la exposición directa a los aranceles sobre aluminio, que son absorbidos principalmente por los embotelladores; Coca-Cola puede negociar la distribución del impacto a lo largo de la cadena de valor. F1+A7: La fortaleza de marca permite resistir campañas anti-HFCS mediante lanzamientos de versiones con azúcar de caña y variantes reformuladas.

Estrategias DO (Debilidades × Oportunidades): De Reorientación

D1+O1+O5: La dependencia de CSD se mitiga si la compañía acelera la diversificación hacia bebidas funcionales, prebióticas y proteicas, aprovechando las oportunidades de crecimiento en estas categorías. D3+O6: El fracaso de BODYARMOR puede reorientarse mediante la integración con la campaña deportiva (World Cup, Juegos Olímpicos) y la colaboración con el sistema embotellador en el canal away-from-home. D8+O3: La nueva planta de Fairlife resolverá la limitación de capacidad, convirtiendo una debilidad operativa en una oportunidad de crecimiento acelerado.

Estrategias DA (Debilidades × Amenazas): De Supervivencia

D5+A1: La provisión insuficiente para el litigio IRS podría obligar a una revisión significativa del balance si la sentencia es desfavorable. Coca-Cola debe preparar un plan de contingencia que incluya emisión de deuda,

reducción de buybacks o ajuste de dividendos, aunque la compañía indica que tiene capacidad de deuda adicional (apalancamiento 1,4x EBITDA vs. un rango objetivo más alto). D6+A5: La reducción de ambición ESG combinada con la presión regulatoria sobre plásticos puede generar una espiral reputacional negativa; se necesita una comunicación proactiva y cumplimiento verificable de los objetivos revisados.

Fuentes consultadas:

- *Elaboración propia basada en datos de Coca-Cola Q2 2026 Earnings, 10-K FY2025,*
- *y fuentes citadas en secciones anteriores.*

7. Análisis Financiero y Valoración

7.1 Evolución de Ingresos (5 años)

Evolución de ingresos netos 2021-2026

Ejercicio	Ingresos netos (M USD)	Crecimiento YoY	Ingresos orgánicos (crec.)
FY2021	38.655	17,1%	+9% (est.)
FY2022	43.004	11,2%	+16%
FY2023	45.754	6,4%	+12%
FY2024	47.061	2,9%	+10%
FY2025	47.940	1,9%	+5%
TTM (jul-2026)	49.280 (est.)	~5,1%	~6-8% (est.)

Fuente: Yahoo Finance, 10-K filings, Earnings Releases. TTM = trailing 12 meses estimado. El crecimiento orgánico excluye divisas, adquisiciones y desinversiones.

La divergencia entre el crecimiento orgánico y el crecimiento reportado se explica fundamentalmente por el impacto negativo de las divisas (especialmente en FY2023-2025, con fortaleza del dólar) y por el efecto de las desinversiones (Nigeria en 2025, CCBA pendiente en 2026). En FY2025, los ingresos reportados crecieron solo un 1,9% frente a un crecimiento orgánico del 5%, una diferencia de ~3pp atribuible a divisas y M&A.;

En Q2 FY2026, los ingresos alcanzaron 13.380 M USD (+7% reportado, +6% orgánico). El crecimiento reportado superó al orgánico por el viento de cola de divisas. En Q1 FY2026, los ingresos fueron 12.470 M USD (+12% reportado, +10% orgánico), un trimestre especialmente fuerte por el efecto calendario (6 días adicionales) y la recuperación de volumen.

7.2 Evolución de Márgenes

Evolución de márgenes 2022-Q2 2026

Ejercicio	Margen Bruto	Margen Operativo (GAAP)	Margen Neto
FY2022	58,1%	28,0%	22,2%
FY2023	59,5%	28,6%	23,4%
FY2024	61,1%	29,8%	22,6%
FY2025	61,6%	31,1%	27,3%
Q2 2026 (GAAP)	~60%	34,9%	33,1%
Q2 2026 (comp.)	60,5%	35,6%	—

Fuente: Yahoo Finance Income Statement, Earnings Press Release (BusinessWire, 28/07/2026). Los datos anuales (FY2022-FY2025) corresponden al income statement GAAP. Los datos de Q2 2026 se presentan tanto en base GAAP como comparable (non-GAAP) para transparencia. El margen operativo comparable Q2 2026 fue 35,6% vs. 34,7% en Q2 2025 (+90 pb).

La expansión de márgenes ha sido consistente durante el periodo analizado. El margen bruto mejoró ~350 pb entre FY2022 y FY2025, impulsado por la estrategia de pricing (trasladar costes al consumidor) y por la mejora del mix de productos (más Zero Sugar, más Fairlife, menos marcas de bajo margen eliminadas en la reestructuración de 2020). En Q2 2026, el margen bruto comparable expandió 120 pb YoY y el margen operativo 90 pb, reflejando apalancamiento operativo y viento de cola de divisas.

7.3 Retornos sobre Capital, FCF y Deuda

Métricas de retorno, flujo de caja y apalancamiento

Métrica	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	Más reciente
ROE	~40%	~38%	~37%	~41%	43,4% (TTM)
ROIC	~16%	~15%	~14%	~15%	15,5-19,6% (TTM)*
FCF (M USD)	9.534	9.824	4.781	5.309	6.900 (H1 2026)
CAPEX (M USD)	1.484	1.852	2.064	2.112	—
Deuda total (M USD)	~40.300	~42.064	~44.522	~45.492	—
Deuda/Equity	N/A**	0,51	1,63	1,28	1,22 (Q2 2026)
Deuda neta/EBITDA	—	—	—	—	1,4x (Q2 2026)
SBC (M USD)	356	~350 (est.)	~380 (est.)	—	—

(*) Dos fuentes reportan ROIC diferentes (15,5% y 19,6%) dependiendo de la metodología de cálculo del capital invertido.

(**) El equity fue negativo en Q4 2022, distorsionando el ratio. FCF FY2024 distorsionado por depósito fiscal de 6.000 M USD al IRS; excluyendo dicho depósito, FCF ajustado FY2024 sería ~10.800 M USD. SBC datos parciales; verificar en 10-K/Proxy.

El ROE elevado (~40-43%) refleja tanto la rentabilidad operativa como el alto apalancamiento financiero (deuda/equity de 1,22x). Es importante distinguir: un ROE alto impulsado por deuda no es equivalente a un ROE alto impulsado por márgenes. En el caso de Coca-Cola, ambos factores contribuyen. El ROIC (15-20%) es una métrica más limpia de la eficiencia del negocio, y se sitúa en niveles atractivos para una empresa madura de consumo.

El FCF del primer semestre de 2026 (6.900 M USD) sugiere un FCF anualizado que podría superar los 12.000 M USD, alineado con la guía actualizada de la compañía, que en el Q2 2026 elevó su expectativa de FCF a ~12.400 M USD (desde ~12.200 M USD en la guía inicial de febrero 2026). El FCF margin del Q2 2026 fue del 38,1%, una mejora significativa frente al 26,7% del Q2 2025, reflejando la normalización tras el depósito al IRS de 2024.

La deuda total de 45.492 M USD (FY2025) es elevada en términos absolutos, pero el ratio deuda neta/EBITDA de 1,4x proporciona un amplio margen de seguridad. La compañía tiene una autorización de recompra de acciones restante de ~5.200 M USD y ha mantenido 64 años consecutivos de incremento del dividendo (Dividend King), con una rentabilidad por dividendo de ~2,5% y un dividendo anualizado de 2,12 USD por acción.

7.4 Valoración Relativa y Escenarios

Múltiplos de valoración a 28 de julio de 2026

Múltiplo	Actual (jul 2026)	Media 5 años (est.)	Sector (est.)
PER (TTM)	25,5x	~24-26x	~22x
PER Forward	24,6x	~23x	~20x
EV/EBITDA	22,7x	~21-23x	~18x
EV/FCF	30,2x	~28-32x	~22x
P/S	~7,5x	~6-7x	~3x
PEG	3,14	—	~2x
Dividend Yield	~2,4%	~3,0%	~2,5%

Fuente: StockAnalysis.com, Yahoo Finance. El precio de referencia es ~88-89 USD (máximo intradía del 28/07/2026; el cierre definitivo podría situarse en torno a ~86-87 USD, lo que reduciría ligeramente todos los múltiplos). Medias históricas son estimaciones del autor y deben verificarse con datos de Bloomberg/Factset.

Tras la publicación de los resultados de Q2 2026, el precio intradía de KO alcanzó máximos históricos en torno a 88-89 USD (el cierre de la sesión podría diferir). Los múltiplos se sitúan en la parte alta del rango histórico, lo que refleja: (1) la prima de calidad/defensividad de Coca-Cola en un entorno de incertidumbre macroeconómica, (2) la reaceleración de volumen (primer crecimiento significativo en años), y (3) el momentum de beneficios (beats consecutivos). Los múltiplos y escenarios de upside/downside podrían variar según el precio de cierre definitivo.

Escenarios de Valoración

Escenarios de valoración – Precio objetivo FY2027E

Escenario	BPA 2027E	PER aplicado	Precio objetivo	Upside/Downside
Bull	3,80 USD	27x	~103 USD	+16%
Base	3,55 USD	25x	~89 USD	0%
Bear	3,20 USD	21x	~67 USD	-25%

Bull (probabilidad estimada: 25%): Crecimiento orgánico sostenido del 6-7%, expansión de margen continuada, resolución favorable del litigio IRS (devolución de 6.000 M USD), Fairlife acelera tras nueva planta, World Cup/Olímpicos impulsan brand awareness. BPA 2027E de 3,80 USD × 27x PER = ~103 USD.

Base (probabilidad estimada: 50%): Crecimiento orgánico del 4-5% (en línea con el algoritmo de largo plazo de 4-6%), márgenes estables, litigio IRS se resuelve con un acuerdo parcial (<5.000 M USD), Fairlife aporta crecimiento incremental pero sin sorpresas. BPA 2027E de 3,55 USD × 25x PER = ~89 USD.

Bear (probabilidad estimada: 25%): Desaceleración de volumen post-World Cup, sentencia IRS desfavorable (~14.000 M USD adicionales, impactando deuda y potencialmente dividendos), impuestos al azúcar se extienden a jurisdicciones clave, GLP-1 acelera la caída de CSD azucarados, recesión económica reduce consumo discrecional. BPA 2027E de 3,20 USD × 21x PER = ~67 USD.

Asimetría: Al precio actual de ~89 USD, el escenario bull ofrece un upside del +16% mientras que el escenario bear implica un downside del -25%. La asimetría es moderadamente negativa, lo que sugiere que el mercado ya ha incorporado buena parte de las buenas noticias. Sin embargo, el dividendo de ~2,4% proporciona un colchón de retorno parcial.

Aviso de Limitación de Información

Los escenarios de valoración son estimaciones del autor basadas en datos públicos y supuestos explícitos. No constituyen recomendaciones de inversión. Los PER aplicados y los BPA estimados para FY2027 son proyecciones que pueden diferir significativamente de los resultados reales. El impacto exacto del litigio IRS depende de la sentencia del 11th Circuit, cuyo calendario es incierto. Se recomienda consultar fuentes profesionales de análisis (Bloomberg, Factset, informes de brokers) para validar las estimaciones.

- Fuentes consultadas:
- Yahoo Finance, Income Statement / Cash Flow / Balance Sheet (KO).
 - StockAnalysis.com, Statistics & Valuation (KO).
 - FinanceCharts.com, ROIC y D/E históricos (KO).
 - GuruFocus, Debt-to-Equity (KO).
 - Coca-Cola FY2025 Earnings Release (febrero 2026).
 - Coca-Cola Q1 y Q2 2026 Earnings Releases.
 - MacroTrends, Free Cash Flow y Financial Statements (KO).

8. Mapa de Riesgos Jerarquizados

Mapa de riesgos jerarquizados – Coca-Cola (KO), julio 2026

Riesgo	Categoría	Prob.	Impacto	Horizonte	Mitigación
Sentencia adversa IRS (~14.000 M USD adicionales)	Regulatorio /Legal	MEDIA	MUY ALTO	12-24 meses	Apelación activa; jueces receptivos; balance con capacidad de deuda
Extensión impuestos al azúcar (EE.UU. federal)	Regulatorio	BAJA-MEDIA	ALTO	24-48 meses	Migración a Zero Sugar; lobbying vía ABA
GLP-1 reduce consumo CSD azucarado >10%	Tecnológico /Social	MEDIA	MEDIO-ALTO	36-60 meses	Portafolio Zero Sugar; Fairlife/proteínas; reformulación
Aranceles aluminio escalan a >50%	Macro-económico	MEDIA	MEDIO	6-18 meses	Peso de lata, sourcing local, switch a PET (trade-off ESG)
Retaliación contra marcas US en mercados clave	Geo-político	BAJA-MEDIA	MEDIO-ALTO	12-36 meses	Identidad local fuerte (embotelladores locales); portafolio multi-marca
Estrés hídrico en India y África	Medio-ambiental	MEDIA-ALTA	MEDIO	12-60 meses	Inversiones en water stewardship; objetivos 2035
Regulación de plásticos (EU, otros)	Regulatorio	ALTA	MEDIO	24-48 meses	Incremento rPET; nuevos formatos; inversión infraestructura reciclaje
Desaceleración post-World Cup en H2 2026	Competitivo	MEDIA-ALTA	BAJO-MEDIO	3-6 meses	Pipeline de activaciones (Olímpicos 2028); RGM; innovación
Fracaso integración Fairlife/Simply Pop	Competitivo	BAJA	MEDIO	12-36 meses	Capacidad productiva nueva; separación organizativa
Recesión global reduce consumo discrecional	Macro-económico	BAJA-MEDIA	MEDIO	12-24 meses	Categoría 'affordable luxury'; formatos accesibles
Ciberataque / ransomware en cadena productiva	Operativo /Tecnológico	MEDIA	MEDIO-ALTO	Permanente	Incidente Fairlife jul-2026 como precedente; reforzar ciberseguridad OT

Señales Tempranas y Desencadenantes

Litigio IRS: Señal: publicación de la sentencia del 11th Circuit (esperada en los próximos 6-12 meses). Desencadenante: sentencia confirmando la posición del IRS obligaría a una revisión inmediata del balance (incremento de provisiones, potencial impacto en el dividendo). Señal positiva: la receptividad de los jueces en las audiencias de junio 2026 sugiere un resultado favorable para Coca-Cola.

GLP-1: Señal: evolución de las prescripciones de GLP-1 (actualmente creciendo >50% anual), datos de consumo de CSD entre usuarios de GLP-1. Desencadenante: si la penetración de GLP-1 supera el 10% de la población adulta en mercados clave, el efecto agregado sobre el volumen de CSD azucarados podría ser material (estimación: -3% a -5% de volumen total CSD).

Aranceles: Señal: anuncios de política comercial del gobierno de EE.UU., renegociación USMCA. Desencadenante: extensión de aranceles al 50% sobre aluminio de todas las fuentes (actualmente solo aplicable a ciertos orígenes). Señal positiva: acuerdo comercial UE-EE.UU. al 15% (julio 2025) podría ser un precedente para moderación arancelaria.

Volumen post-World Cup: Señal: datos de volumen Q3 2026 (a publicar en octubre 2026). Management anticipó que los envíos de concentrado quedarán ligeramente por debajo del volumen de cajas unitarias en

el conjunto del año, y que Q4 2026 tendrá 6 días menos por efecto calendario. Un Q3 con crecimiento de volumen <2% indicaría que parte del impulso de Q2 fue pull-forward temporal.

Fuentes consultadas:

- *Coca-Cola Q2 2026 Earnings Call, 28 de julio de 2026.*
- *Bloomberg Tax, análisis litigio IRS, junio 2026.*
- *Food Navigator USA, 'Coca-Cola rides zero-sugar, protein boom amid GLP-1 shift', octubre 2025.*
- *Coca-Cola 10-K FY2025, Risk Factors.*
- *Elaboración propia.*

9. Conclusión Final

Coca-Cola entra en la segunda mitad de 2026 con un momentum operativo que no registraba desde antes de la pandemia. Los resultados del Q2 FY2026 publicados hoy (28 de julio de 2026) confirman una reaceleración del crecimiento de volumen (+5% global, el mejor trimestre en 17 años excluyendo la recuperación post-COVID) combinada con expansión de márgenes y generación de caja robusta (6.900 M USD de FCF en el primer semestre). La elevación del guidance para FY2026 (crecimiento orgánico ~5%, BPA comparable +9-10%) refuerza la visibilidad a corto plazo.

Evaluación Competitiva

La posición competitiva de Coca-Cola es la más fuerte en años. La divergencia con PepsiCo en volumen norteamericano (Coca-Cola +3% vs. PepsiCo -2,5% en Q1 2026) sugiere una transferencia de cuota de mercado. El éxito de Coca-Cola Zero Sugar (+16% volumen en Q2 2026) demuestra capacidad de adaptación a las tendencias de salud sin sacrificar el core business. La activación de la FIFA World Cup 2026 ha sido una demostración de la escala de marketing que ningún competidor puede replicar.

Sin embargo, la competencia persiste en flancos específicos: BODYARMOR no ha logrado desafiar a Gatorade (impairment de ~960 M USD en 2025), las sodas prebióticas de nicho (Olipop, Poppi) crecen más rápido que Simply Pop, y el segmento de bebidas energéticas sigue dominado por Red Bull y Monster. La tesis de «total beverage company» requiere ejecución continua en categorías adyacentes.

Perspectivas Futuras

A corto plazo (6-12 meses), los catalizadores incluyen: (1) puesta en marcha de la planta de Fairlife en Webster, NY, que aumentará la capacidad un 30% y eliminará la restricción de allocation; (2) cierre de la venta de CCBA, que mejorará el perfil asset-light y los márgenes reportados; (3) resolución (potencialmente favorable) del litigio IRS. Los riesgos de corto plazo son la desaceleración post-World Cup en Q3-Q4 2026 y el efecto calendario negativo de 6 días en Q4.

A medio plazo (2-5 años), las principales oportunidades son: el mercado de zero sugar (CAGR ~10%), la expansión en mercados emergentes (India, África, Asia Central), las bebidas proteicas (Fairlife, Core Power) y la monetización de los datos de primera parte captados vía campañas digitales. Los riesgos estructurales incluyen los fármacos GLP-1 (impacto creciente pero aún cuantificable como moderado), la regulación del azúcar y los plásticos, y la volatilidad geopolítica.

Riesgos Principales

El riesgo individual más significativo es el litigio con el IRS, con una exposición potencial de hasta 20.000 M USD. Si bien las señales recientes (receptividad judicial en las audiencias del 25 de junio de 2026) son favorables para Coca-Cola, una sentencia adversa tendría un impacto material en el balance (deuda/equity, FCF, potencialmente dividendo). La provisión de solo ~493 M USD (según filing de junio 2025) frente a 14.000 M USD de exposición adicional refleja la confianza de la compañía, pero también un riesgo de cola significativo para los inversores.

El segundo riesgo estructural es la tendencia secular contra el azúcar, amplificada por los fármacos GLP-1 y el movimiento MAHA. Coca-Cola está mitigando este riesgo de forma efectiva (Zero Sugar +16%, Fairlife en expansión), pero una aceleración de la adopción de GLP-1 o una regulación federal anti-HFCS en EE.UU. podría comprometer la tesis.

Valoración y Consideraciones para el Inversor

A ~86-89 USD por acción (rango entre posible cierre y máximo intradía post-resultados Q2 2026), Coca-Cola cotiza a ~25-26x beneficios (PER TTM), en la parte alta de su rango histórico. La valoración refleja la prima de calidad que el mercado asigna a empresas defensivas con crecimiento previsible,

dividendo creciente y FCF robusto. Sin embargo, un PEG de 3,14 indica que el precio ya descuenta un crecimiento significativo.

Para un inversor de largo plazo orientado a ingresos y preservación de capital, Coca-Cola ofrece un perfil atractivo: beta de 0,36, dividendo de 2,4% con 64 años de incrementos consecutivos, y un negocio con moat defensible. Para un inversor de crecimiento, la revalorización potencial está limitada por la madurez del negocio core y la valoración exigente. El escenario base implica un retorno total anualizado (dividendo + apreciación) del 5-8%, inferior al del mercado general en un ciclo expansivo pero con menor volatilidad.

Nota del Autor

Este análisis no constituye asesoramiento financiero ni recomendación de compra, venta o mantenimiento de acciones de Coca-Cola (KO) o cualquier otro instrumento financiero. El autor no mantiene posición financiera alguna en KO a la fecha de publicación. Las proyecciones y escenarios presentados son estimaciones basadas en datos públicos disponibles y pueden diferir significativamente de los resultados reales. Se recomienda al lector consultar con un asesor financiero cualificado antes de tomar decisiones de inversión.

Avisos Legales

Cumplimiento normativo: Este documento se elabora conforme al marco del Reglamento (UE) n.º 596/2014 sobre abuso de mercado (MAR) y el Reglamento Delegado (UE) 2016/958 de la Comisión. Se ha elaborado con la diligencia debida para garantizar la objetividad, pero no se garantiza la exactitud, integridad o vigencia de toda la información contenida.

Independencia editorial: Entérate Finec es un proyecto de análisis independiente sin relaciones comerciales, de patrocinio o de cualquier otro tipo con The Coca-Cola Company, PepsiCo, ni con ninguna de las empresas mencionadas en este informe.

Conflicto de intereses: El autor declara no mantener posiciones largas, cortas ni derivadas sobre acciones de KO, PEP, KDP, MNST, CELH ni cualquier otro instrumento relacionado con las empresas analizadas, a la fecha de publicación de este informe.

Limitaciones: Las estimaciones financieras, proyecciones y escenarios contenidos en este informe son opiniones fundamentadas del autor basadas en datos públicos disponibles a 28 de julio de 2026. No constituyen promesas ni garantías de rendimiento futuro.

Fuentes y Bibliografía

- [1] The Coca-Cola Company, Q2 FY2026 Earnings Release, 28 de julio de 2026.
- [2] The Coca-Cola Company, Q1 FY2026 Earnings Release, 28 de abril de 2026.
- [3] The Coca-Cola Company, FY2025 Annual Report y 10-K, 10 de febrero de 2026.
- [4] The Coca-Cola Company, 10-Q Q1 2026, 30 de abril de 2026.
- [5] CNBC, 'Coca-Cola (KO) Q2 2026 Earnings', 28 de julio de 2026.
- [6] CNBC, 'Coca-Cola (KO) Q1 2026 Earnings', 28 de abril de 2026.
- [7] SEC EDGAR, Form 8-K: CEO Succession Plan, 10 de diciembre de 2025.
- [8] Yahoo Finance, Income Statement / Cash Flow / Balance Sheet KO, consultado julio 2026.
- [9] StockAnalysis.com, Statistics & Valuation KO, consultado julio 2026.
- [10] FinanceCharts.com, ROIC y Debt/Equity histórico KO, consultado julio 2026.
- [11] GuruFocus, Debt-to-Equity KO, consultado julio 2026.
- [12] MacroTrends, Free Cash Flow y Financial Statements KO, consultado julio 2026.
- [13] CompaniesMarketCap.com, Market Cap y Revenue KO, consultado julio 2026.
- [14] Bloomberg Tax, 'Coca-Cola, IRS Face Off in Tax Appeal', 19 de junio de 2026.
- [15] Bloomberg Tax, 'Coca-Cola Meets Sympathetic Judges', 25 de junio de 2026.
- [16] Al Jazeera, 'Why Coca-Cola and the US taxman are at war', 22 de junio de 2026.
- [17] Fox Business, 'Coca-Cola takes fight to federal appeals court', 22 de junio de 2026.
- [18] Food Dive, 'What 6 food and beverage companies are saying about tariffs', marzo 2025.
- [19] Atlanta Journal-Constitution, 'How tariffs could affect your can of Coke', abril 2025.
- [20] Packaging Digest, 'Trump Steel Tariffs Drive Price Hikes', agosto 2025.
- [21] Tax Foundation, 'Soda Tax & Sugar Tax Analysis', abril 2025.
- [22] JAMA Health Forum, SSB tax study, enero 2024.
- [23] Food Navigator USA, 'Coca-Cola rides zero-sugar, protein boom amid GLP-1 shift', oct. 2025.
- [24] The Coca-Cola Company, 'Evolves Voluntary Environmental Goals', diciembre 2024.
- [25] Packaging Europe, 'Coca-Cola revises sustainability goals', diciembre 2024.
- [26] Coca-Cola HBC, Mission 2025 Progress Report, abril 2026.
- [27] DeepResearchGlobal, 'Coca-Cola Company Analysis & Outlook Report 2026', abril 2026.
- [28] Accio Market Analysis, Coca-Cola vs Pepsi Market Share, julio 2026.
- [29] Investopedia / Yahoo Finance, comparativas PEP vs KO, abril 2025.
- [30] TechTimes, 'Coca-Cola Beats Q2 Estimates With Record Volume', 28 de julio de 2026.
- [31] Food Navigator, 'Coca-Cola raises 2026 guidance after Q2', 28 de julio de 2026.

- [32] Quartz, 'Coca-Cola Q2 2026 earnings beat, full-year forecast raised', julio 2026.
- [33] Beverage Daily, 'Coca-Cola Maps Bold Growth Strategy for 2026', febrero 2026.
- [34] BusinessWire, Coca-Cola Q2 2026 Earnings Press Release, 28 de julio de 2026.
- [35] BusinessWire, Coca-Cola anuncia incidente de ransomware en Fairlife, 16 de julio de 2026.
- [36] BusinessWire, Coca-Cola anuncia reanudación de operaciones Fairlife, 27 de julio de 2026.
- [37] TheStreet, 'Coca-Cola IRS tax dispute', 22 de junio de 2026.

© 2026 Entérate Finec. Todos los derechos reservados. Este documento es de uso exclusivamente informativo y educativo. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización expresa.

Fecha de publicación: 28 de julio de 2026. Fecha de corte de datos: 28 de julio de 2026.