



Análise

Amazon Inc.

AMZO34 | AMZN

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Última Atualização

A Amazon divulgou resultados sólidos no segundo trimestre de 2025, com uma receita líquida de US\$167,7 bilhões, o que representa um crescimento de 13% em relação ao mesmo período de 2024. Excluindo o efeito cambial, a alta foi de 12%. O desempenho foi puxado pela expansão consistente nos segmentos de varejo, publicidade e, principalmente, pelos resultados da AWS (Amazon Web Services).

No recorte por regiões, a América do Norte gerou US\$100,1 bilhões em receitas, avanço de 11% na base anual, enquanto o segmento internacional somou US\$36,8 bilhões, alta de 16% (ou 11% ajustado pelo câmbio). A AWS, por sua vez, reportou vendas de US\$30,9 bilhões, um aumento de 17,5% na comparação anual, sustentado pela demanda por serviços em nuvem e aplicações de inteligência artificial.

No entanto, esse crescimento ficou abaixo das expectativas do mercado e foi inferior ao ritmo observado nos principais concorrentes — como Microsoft Azure e Google Cloud. As margens operacionais da AWS também recuaram, atingindo 32,9%, o menor nível desde 2023, o que contribuiu para uma queda nas ações da companhia após a divulgação dos resultados.

O lucro operacional total atingiu US\$19,2 bilhões, superior aos US\$14,7 bilhões registrados no 2T24. O segmento da AWS contribuiu com US\$10,2 bilhões desse montante, seguido por América do Norte (US\$7,5 bilhões) e Internacional (US\$1,5 bilhão). O lucro líquido foi de US\$18,2 bilhões, resultado superior ao lucro de US\$13,5 bilhões reportado um ano antes.

Apesar do bom desempenho operacional, o fluxo de caixa livre caiu consideravelmente, passando de US\$53 bilhões nos 12 meses anteriores para US\$18,2 bilhões. O fluxo de caixa operacional totalizou US\$121,1 bilhões,

crescimento de 12%, indicando que a empresa tem direcionado recursos relevantes para investimentos e expansão.

Para o terceiro trimestre de 2025, a Amazon projeta receitas de forma mais conservadora, entre US\$174 bilhões e US\$179,5 bilhões. O *guidance* para o lucro operacional está entre US\$15,5 bilhões e US\$20,5 bilhões, refletindo confiança na continuidade do crescimento, especialmente nas áreas de nuvem e publicidade.

Entre os destaques estratégicos do trimestre, está o investimento de US\$25 milhões na Rappi, startup colombiana de entregas last-mile. A operação foi realizada por meio de uma nota conversível e demonstra a intenção da Amazon de ampliar sua presença na América Latina, reforçando sua capacidade logística.

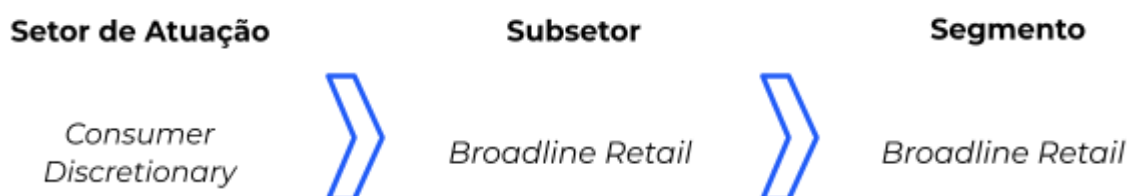
Outro ponto relevante foi o anúncio do encerramento do programa Prime Invitee a partir de 1º de outubro, que permitia compartilhar benefícios de entrega gratuita com não-assinantes. A empresa lançará o Amazon Family, com nova estrutura de preços e benefícios, buscando manter o engajamento dos usuários frente às mudanças.

A AWS também se destacou com avanços no Project Kuiper, serviço de internet via satélite, cuja primeira parceria comercial será com a JetBlue. Além disso, a unidade continua a se beneficiar da crescente adoção de inteligência artificial, impulsionada pela parceria com a Anthropic, desenvolvedora do modelo Claude.

No campo do entretenimento, a Amazon anunciou uma nova série baseada no jogo "Life is Strange", a ser produzida por sua divisão MGM Studios. Essa estratégia visa fortalecer o portfólio de conteúdo do Prime Video, agregando valor ao ecossistema de assinaturas da companhia.

De forma geral, os resultados do trimestre foram positivos, com crescimento acelerado nas receitas, margens operacionais saudáveis e iniciativas estratégicas bem direcionadas. A principal atenção recai sobre a queda do fluxo de caixa livre e o desempenho da AWS aquém das expectativas, que deve ser monitorado em função dos elevados investimentos e da crescente competição no segmento de nuvem. A perspectiva para os próximos trimestres permanece otimista, sustentada pela diversificação de receitas e inovação tecnológica.

Área de Atuação



A **Amazon, Inc.** é uma das maiores e mais influentes empresas globais de tecnologia e varejo. A companhia atua de forma diversificada em uma vasta gama de setores, desde o comércio eletrônico e serviços de nuvem até mídia digital, dispositivos eletrônicos e iniciativas emergentes, sempre com o objetivo de inovar e criar valor para seus clientes e parceiros. Essa abordagem diversificada permite à Amazon explorar novas oportunidades de mercado e atender às crescentes demandas dos consumidores e empresas ao redor do mundo.

O comércio eletrônico permanece o núcleo do modelo de negócios da empresa, sendo a principal fonte de receita. A empresa oferece uma ampla variedade de produtos, que incluem mercadorias próprias para revenda, produtos de terceiros através de seu *marketplace*, dispositivos eletrônicos fabricados internamente e conteúdos de mídia.

A Amazon não só promove suas vendas diretas, mas também facilita o comércio para milhões de vendedores terceiros, que utilizam a

infraestrutura da empresa para alcançar uma base de clientes ao redor do mundo. Programas como o Fulfillment by Amazon (FBA) são essenciais para esses vendedores, oferecendo serviços de armazenamento, embalagem e entrega, melhorando significativamente a experiência do cliente com opções de entrega rápida, incluindo no mesmo dia ou no dia seguinte para membros que assinam o Prime.



*Figura ilustrativa de entrega da empresa.
Fonte: IR Amazon.*

Além do comércio eletrônico, a Amazon Web Services (AWS) desempenha um papel importante no crescimento e na lucratividade da empresa. A AWS oferece uma vasta gama de serviços de computação em nuvem, como armazenamento, processamento, banco de dados, aprendizado de máquina e inteligência artificial.

Esses serviços atendem empresas de todos os tamanhos, de *startups* a grandes corporações globais, permitindo-lhes escalar operações e inovar de maneira rápida e eficiente. Atualmente, a AWS lidera o mercado de nuvem global, com investimentos em novos *chips*, como o Graviton4 e Trainium2, que oferecem melhor desempenho a um custo mais baixo. A AWS também

está à frente em tecnologias emergentes, desenvolvendo iniciativas em inteligência artificial e aprendizado de máquina, o que posiciona a Amazon como um facilitador de inovação em diversos setores.



*Principais aplicações do Amazon Web Services.
Fonte: IR Amazon.*

Entre os maiores clientes da AWS estão empresas como Netflix, Airbnb, Expedia, Slack, General Electric (GE), Samsung, Johnson & Johnson, Twitch, NASA e Adobe. Esses clientes utilizam os serviços da AWS para suportar suas operações globais, processar grandes volumes de dados e garantir a escalabilidade e confiabilidade necessárias para atender milhões de usuários.

A Netflix, por exemplo, usa a AWS para operar sua plataforma de *streaming* de vídeo global, garantindo alta disponibilidade e desempenho durante picos de demanda. Empresas como Airbnb e Expedia confiam na AWS para suportar suas plataformas de reserva, oferecendo infraestrutura flexível e segura que se ajusta rapidamente às flutuações de demanda. A AWS também suporta plataformas de comunicação como o Slack, que usa a nuvem para garantir desempenho e segurança em suas soluções de colaboração.

Organizações como a General Electric e a Johnson & Johnson utilizam a AWS para modernizar suas infraestruturas de TI e inovar em áreas como saúde, aviação e energia. Além disso, a AWS é fundamental para a NASA em suas missões espaciais, ajudando a processar e armazenar grandes volumes de dados científicos. A Adobe, por sua vez, utiliza os serviços de nuvem da AWS para oferecer produtos de *software* como a Creative Cloud, garantindo desempenho e disponibilidade global para seus clientes.

A Amazon também oferece uma ampla gama de serviços de assinatura com mais de 230 milhões de usuários, com o Amazon Prime sendo o mais popular. Este serviço proporciona uma série de benefícios, incluindo frete grátis em dois dias para produtos elegíveis, acesso ao Prime Video para *streaming* de filmes e séries de TV, Prime Music para ouvir músicas, Prime Reading para leitura de eBooks e revistas, e armazenamento ilimitado de fotos com o Amazon Photos.

Além do Amazon Prime, a empresa disponibiliza outras assinaturas de destaque. O Amazon Music Unlimited oferece acesso a um catálogo mais extenso de músicas do que o Prime Music. O Audible é uma plataforma dedicada a audiolivros e podcasts, atendendo à demanda por conteúdo em áudio. O Kindle Unlimited permite acesso ilimitado a uma vasta seleção de eBooks. Para o público infantil, o Amazon Kids+ disponibiliza conteúdo educacional e de entretenimento seguro. Por fim, o Amazon Fresh facilita a compra de produtos frescos e de supermercado com entrega rápida em localidades selecionadas.

Além disso, a Amazon tem expandido sua presença em publicidade digital, aproveitando a base de usuários do Prime Video e plataformas como Twitch para oferecer oportunidades de publicidade direcionada, que são importantes para diversificar as fontes de receita e aumentar o engajamento do usuário.

A empresa também tem uma presença significativa no mercado de dispositivos eletrônicos, com produtos como o Amazon Echo, equipado com a assistente virtual Alexa, e dispositivos de *streaming* como o Fire TV. Esses dispositivos fortalecem o ecossistema da Amazon, promovendo a integração entre a casa inteligente e os serviços digitais da empresa. A empresa também tem investido em inovação nesta área, incorporando novas funcionalidades de inteligência artificial para melhorar a experiência do usuário e ampliar a conectividade de seus dispositivos.

Além desses setores principais, a Amazon está investindo em novas áreas de crescimento que prometem abrir mercados futuros significativos. O Projeto Kuiper, por exemplo, visa fornecer conectividade de internet em áreas remotas por meio de uma rede de satélites em órbita baixa, ampliando o acesso global à internet e criando novas oportunidades de receita.

Outra iniciativa importante é o Amazon Pharmacy, que permite à empresa explorar o mercado de saúde, oferecendo conveniência na compra de medicamentos e produtos de bem-estar, complementando seus serviços de varejo com um foco em saúde e bem-estar.

História da Empresa

Desde a sua fundação na garagem de Jeff Bezos em 1994, a Amazon evoluiu significativamente, transformando-se de um simples vendedor de livros *online* em uma das maiores empresas de tecnologia e varejo do mundo. Originalmente conhecida como Cadabra, a empresa logo se destacou por seu modelo de negócios inovador e foco no cliente.

A Amazon lançou oficialmente seu site em julho de 1995, vendendo apenas livros no início. A empresa se diferenciou ao permitir que os clientes deixassem avaliações e comentários sobre os livros, criando uma comunidade interativa. Desde o começo, a Amazon focou na experiência

do cliente, oferecendo um processo de compra fácil e suporte ao cliente, fatores que ajudaram a construir uma base leal. Em apenas um mês, a Amazon já estava vendendo livros para todos os estados dos EUA e mais de 45 países, gerando receitas de US\$20.000 por semana.

Em 1997, a Amazon fez seu IPO e foi listada na Bolsa Nasdaq sob o símbolo AMZN, marcando o início de sua trajetória pública de sucesso. Desde então, a empresa expandiu suas ofertas para incluir filmes, músicas e produtos de terceiros por meio de seu *marketplace*, lançado em 2003.

Em 2005, a Amazon lançou o Amazon Prime, um serviço de assinatura que oferece entrega rápida e outros benefícios exclusivos, como *streaming* de vídeo e música. Esse serviço se tornou um dos pilares do sucesso da empresa, fidelizando milhões de clientes.

Outro marco significativo foi o lançamento do Amazon Web Services (AWS) em 2006, que rapidamente se tornou uma das divisões com maior margem de lucratividade da empresa, oferecendo serviços de computação em nuvem que agora são usados por empresas de todos os tamanhos globalmente.

A expansão da Amazon continuou com a aquisição da Whole Foods em 2017 por US\$13,7 bilhões, marcando sua entrada no mercado de varejo físico de alimentos. A empresa também inovou com a introdução de lojas Amazon Go, que eliminam o *checkout* convencional, utilizando sensores para uma experiência de compra sem filas.

Em 2021, Jeff Bezos deixou o cargo de CEO, passando o bastão para Andy Jassy, ex-chefe da AWS, para focar em outras iniciativas, incluindo a exploração espacial com sua empresa Blue Origin.

Nos últimos anos, a Amazon continuou a investir pesadamente em novas tecnologias, incluindo inteligência artificial e logística avançada, além de expandir seus serviços de entrega por drones com o Amazon Prime Air.

A empresa também reforçou sua presença no mercado de mídia, com a aquisição da MGM em 2021, aumentando seu catálogo de conteúdo exclusivo disponível no Amazon Prime Video.

Em 2023, a Amazon fez avanços significativos na sua iniciativa de entregas por drones com o Amazon Prime Air, expandindo esses serviços para novos mercados, incluindo a Itália e o Reino Unido. Essa inovação faz parte de um esforço contínuo para reduzir os tempos de entrega e aumentar a conveniência para os clientes.

A empresa também continuou a expandir sua presença no setor de saúde com a integração de serviços de saúde da One Medical ao Amazon Prime, tornando o acesso a cuidados médicos mais acessível para os membros.

Riscos do Negócio

Certos fatores podem ter efeitos adversos significativos nos negócios, nas condições financeiras e nos resultados operacionais da Amazon. Os investidores devem avaliar cuidadosamente esses riscos, cientes de que nem todos podem ser previstos ou identificados.

Os mercados nos quais a Amazon opera são altamente competitivos, com uma ampla gama de concorrentes em diversas áreas, incluindo varejo físico, *e-commerce*, *omnichannel*, serviços na *web* e infraestrutura de TI, dispositivos eletrônicos, conteúdo digital, publicidade e logística.

Em algumas regiões, concorrentes podem obter melhores condições junto a fornecedores, adotar políticas de preços mais agressivas, ou investir mais pesadamente em tecnologia, infraestrutura, atendimento ao cliente e *marketing*. Essa intensa concorrência pode pressionar as margens da

Amazon e exigir investimentos contínuos para manter sua posição competitiva.

Além disso, a estratégia de expansão da Amazon, que envolve o desenvolvimento de novos produtos, serviços e tecnologias, bem como a entrada em novos mercados geográficos, carrega riscos consideráveis. Embora a inovação seja crucial para manter sua vantagem competitiva, nem todas as iniciativas podem gerar a rentabilidade esperada, podendo resultar em falhas que não justificam os investimentos realizados.

As operações internacionais representam uma parte significativa das receitas e dos lucros da Amazon, e a empresa pretende expandir ainda mais sua presença global. Em alguns mercados internacionais, a Amazon tem pouca experiência operacional, o que pode resultar em períodos de adaptação mais longos e custos maiores do que o esperado.

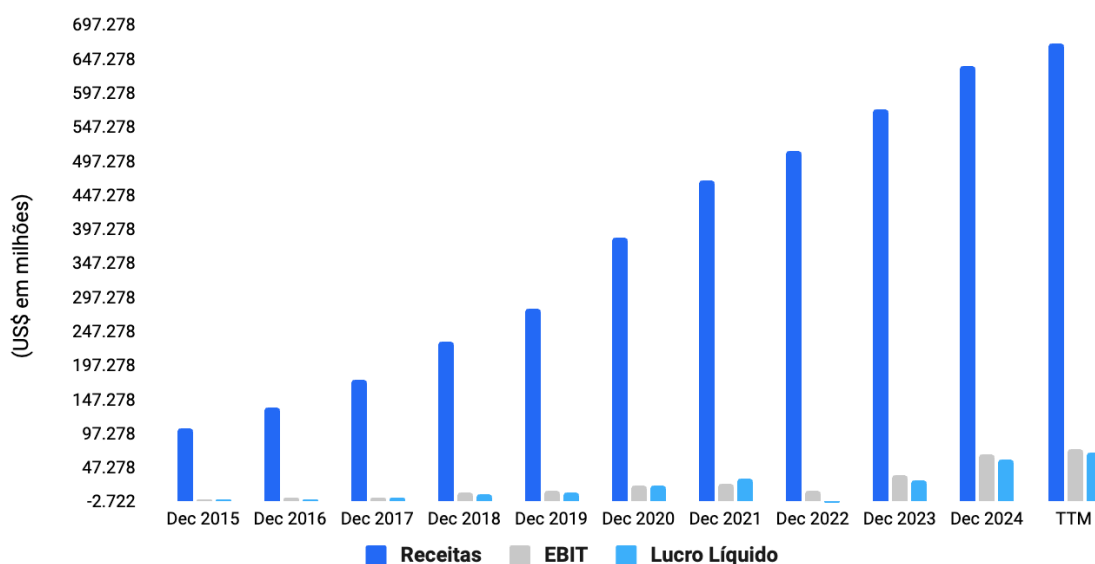
Além disso, a complexidade das leis e regulamentações estrangeiras, incluindo restrições à propriedade, controles cambiais rigorosos e desafios geopolíticos, pode impactar negativamente a capacidade da empresa de repatriar lucros e operar de maneira eficiente.

Outros riscos importantes incluem ameaças de cibersegurança e privacidade de dados, que podem resultar em prejuízos significativos e danos à reputação, e a crescente vigilância regulatória e antitruste, especialmente em mercados como os Estados Unidos e Europa, onde a Amazon pode enfrentar multas ou restrições operacionais.

Além disso, a dependência de uma extensa rede de fornecedores e parceiros logísticos expõe a empresa a interrupções na cadeia de suprimentos, enquanto a necessidade de inovar continuamente e gerenciar riscos ambientais pressiona ainda mais os recursos da empresa.

Resultados Anteriores

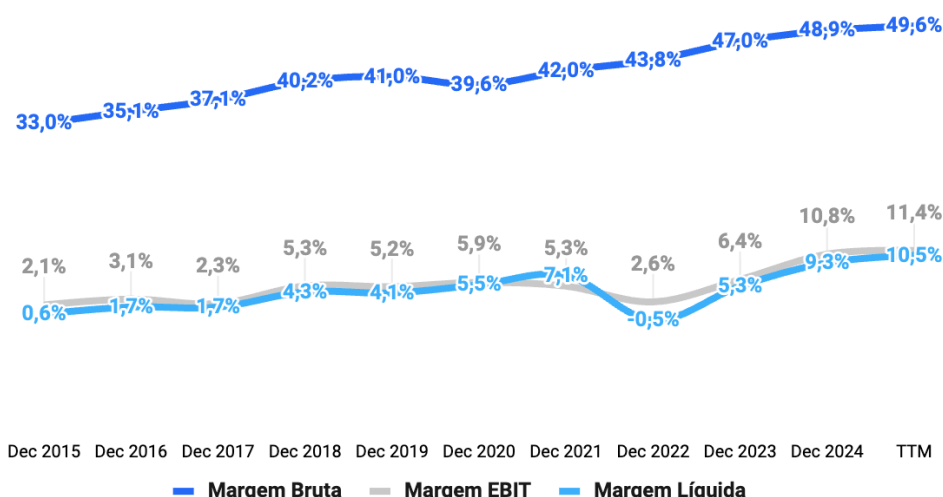
De 2015 a 2024, a Amazon apresentou um crescimento composto anual (CAGR) impressionante de 19,5% em suas receitas. Nesse período, as vendas da empresa aumentaram significativamente, passando de US\$107 bilhões em 2015 para US\$637,9 bilhões em 2024. Esse crescimento robusto reflete a eficácia da estratégia de diversificação e expansão da Amazon, que abrange tanto o e-commerce quanto áreas de alto valor agregado, como os serviços de nuvem da AWS.



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

O crescimento do lucro líquido da Amazon no período também foi robusto, saindo de um prejuízo de US\$241 milhões em 2014 para um lucro substancial de US\$59,2 bilhões em 2024. Em 2021, a empresa alcançou um lucro operacional de US\$36,8 bilhões, refletindo um crescimento composto anual (CAGR) impressionante de 40,8% nos últimos dez anos, conforme indicado no gráfico acima. Esse aumento no lucro operacional superou o crescimento das receitas, destacando os ganhos de eficiência operacional e a expansão das margens de lucro durante o período.

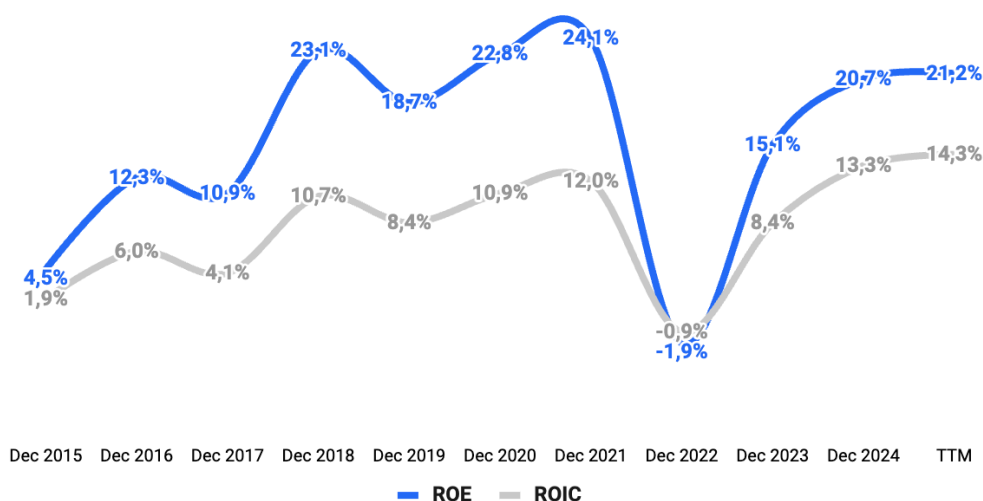
Como ilustrado no gráfico a seguir, a Amazon tem conseguido expandir significativamente suas margens brutas, passando de 33% em 2015 para 49,6% em 2024. Esse aumento substancial reflete a eficácia das estratégias de diversificação da empresa citadas acima, que incluem a expansão de segmentos de maior margem, como os serviços de nuvem da AWS e publicidade digital. Embora grande parte das receitas da Amazon ainda provenham do varejo, um setor caracterizado por intensa competição de preços e margens mais baixas, a empresa tem conseguido melhorar gradativamente suas margens líquidas ao longo dos anos.



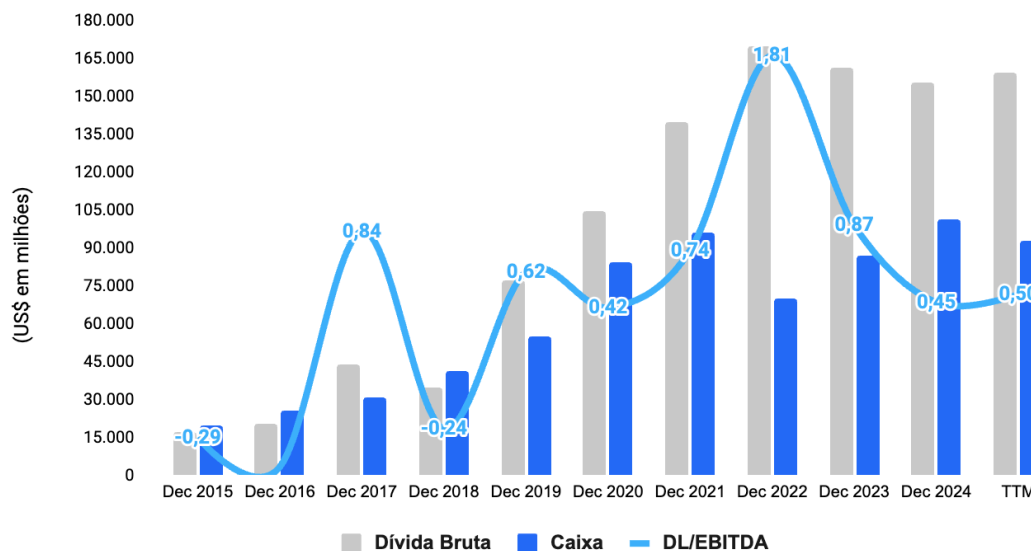
Margens de lucratividade.
 Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Em relação às margens de rentabilidade, a Amazon tem reportado números sólidos, mostrando crescimento gradual ao longo dos exercícios divulgados, conforme indicado na figura a seguir. Mesmo com a intensa concorrência e os desafios do mercado, a empresa tem conseguido melhorar consistentemente sua rentabilidade. Com exceção dos anos em que registrou prejuízos, o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) da Amazon manteve-se acima de 15% nos últimos cinco anos.

As empresas, de maneira geral, possuem estrutura de capital constituída em dois pilares: baseada em seus próprios recursos (seu patrimônio líquido) e de terceiros (empréstimos). O ROIC representa a rentabilidade da companhia não só em relação ao seu patrimônio líquido, como faz o ROE, mas também em relação à dívida captada com terceiros.



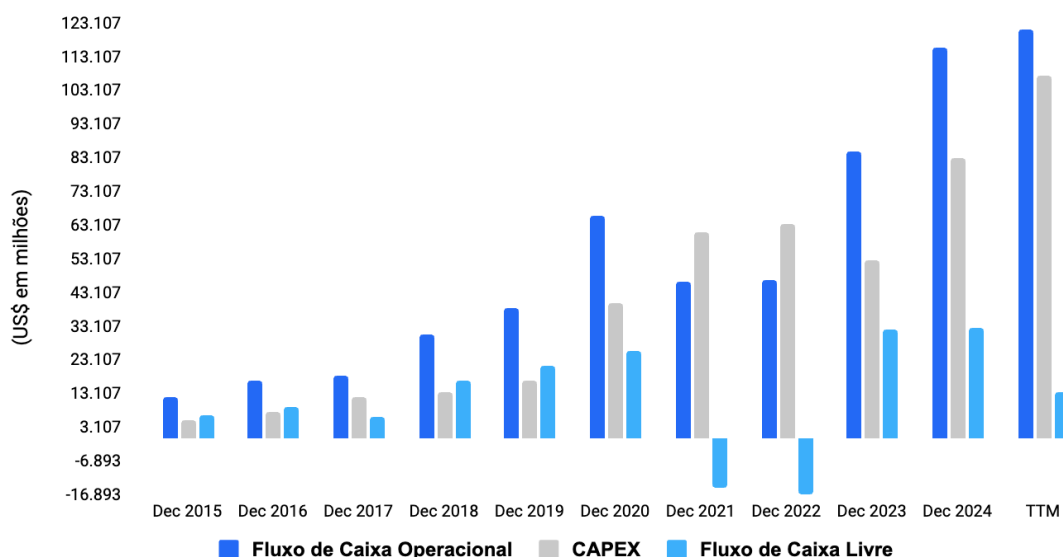
Indicadores de rentabilidade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.



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

Em relação ao ROIC, a Amazon também tem demonstrado uma sólida rentabilidade, mesmo considerando seu tamanho significativo de mercado. Nos últimos cinco anos, o ROIC da empresa manteve-se acima de 11%, com exceção de 2022, quando a empresa registrou um prejuízo.

Além de demonstrar uma sólida rentabilidade sobre o capital investido, a Amazon também apresenta uma saúde financeira bem controlada, com uma relação DL/EBITDA em torno de 0,5 vezes. Ao final de 2024, a empresa registrou uma dívida bruta de US\$155,4 bilhões, com disponibilidade em caixa de US\$101 bilhões.



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

Praticamente 100% das dívidas da companhia são de longo prazo, o que reflete a capacidade da Amazon de gerir seus passivos de maneira eficiente, utilizando esses recursos para expandir suas operações e criar valor para os acionistas ao longo dos anos. A predominância de dívida de longo prazo é estratégica, pois minimiza os custos associados a dívidas de curto prazo, que geralmente são mais onerosas, e oferece maior flexibilidade financeira para a empresa em seus planos de crescimento e investimento.

Apesar de ser uma forte geradora de caixa operacional, a Amazon realizou investimentos significativos em CAPEX em 2021 e 2022. Esse alto nível de investimento resultou em um *déficit* de caixa livre no período, como mostrado na figura acima. Esses investimentos foram direcionados para expansão de infraestrutura, tecnologia e novas capacidades, essenciais para sustentar seu crescimento a longo prazo e fortalecer a posição de mercado.

Em 2023, no entanto, a Amazon conseguiu reverter essa situação de geração de caixa livre negativa, alcançando uma caixa livre de US\$32,2 bilhões, evidenciando a eficiência de suas estratégias de alocação de capital e a capacidade de equilibrar crescimento com a geração de caixa.

Com relação à política de dividendos, a Amazon tem deixado claro que não tem planos de distribuir dividendos aos seus acionistas por enquanto. A empresa mantém uma estratégia de reinvestir a maior parte de seus lucros em suas operações, focando no crescimento e na expansão contínua de suas diversas linhas de negócios. Esse enfoque no reinvestimento reflete a filosofia de longo prazo estabelecida por seu fundador, Jeff Bezos, que prioriza a inovação e a captura de novas oportunidades de mercado como uma maneira de criar valor sustentável.

A Amazon acredita que essa estratégia de focar no reinvestimento e na expansão contínua oferece benefícios maiores de longo prazo para os acionistas, refletindo-se no aumento do valor das ações da empresa. Ao evitar a distribuição de dividendos, a Amazon retém a flexibilidade financeira necessária para fazer investimentos substanciais em infraestrutura, tecnologia e novos mercados, garantindo que continue a ser uma das líderes globais em inovação e crescimento.

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 Amazon, destacam-se:

❖ **Preço sobre Vendas (Sales) - P/S:** esse múltiplo indica o valor de uma empresa em relação à sua receita. Ele é calculado dividindo o preço de mercado das ações da empresa pela sua receita por ação ou, em termos mais amplos, dividindo o valor de mercado total da empresa pela sua receita total.

Esse múltiplo nos ajuda a entender quanto estão pagando pelas vendas da empresa, independentemente de seus lucros, sendo especialmente útil para avaliar empresas que ainda não são lucrativas, como *startups*, negócios em rápido crescimento ou empresas de varejo com baixa lucratividade.

❖ **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 **Amazon** (AMZN), escolhemos duas empresas que possuem características operacionais que podem ser comparadas, mesmo que em partes. Essas empresas são a **Alibaba** (BABA) e a **eBay** (EBAY).

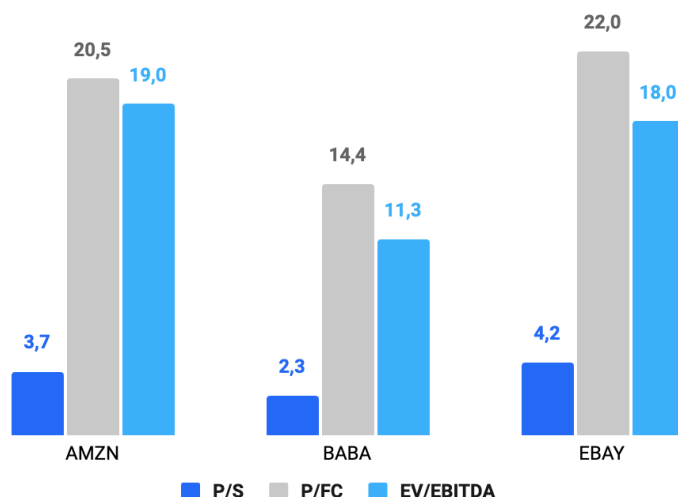
A **Alibaba Group Holding Limited** é uma das maiores empresas de tecnologia e comércio eletrônico do mundo, fundada em 1999 por Jack Ma na China. A empresa começou como uma plataforma de e-commerce que conectava fabricantes chineses a compradores internacionais, mas rapidamente expandiu suas operações para incluir uma variedade de serviços, como *marketplaces online* (Taobao, Tmall), serviços de pagamento digital (Alipay), computação em nuvem (Alibaba Cloud), e logística.

O **eBay Inc.** é uma das maiores plataformas de comércio eletrônico global, fundada em 1995 por Pierre Omidyar nos Estados Unidos. Originalmente concebido como um site de leilões *online*, o eBay permitia que indivíduos vendessem itens diretamente para outros consumidores, democratizando o acesso ao comércio de uma maneira inédita na época.

Ao longo dos anos, o eBay expandiu seus serviços, passando a oferecer opções de venda a preço fixo e se tornando um verdadeiro marketplace, onde pequenos vendedores, grandes empresas e até consumidores podem comprar e vender uma vasta gama de produtos. Desde itens usados e de colecionador até produtos novos em categorias como moda, eletrônicos, veículos, casa e jardim, o eBay se destaca pela diversidade de seu inventário.

Através das métricas de múltiplos, podemos fazer a comparação entre as empresas, com expectativas de crescimento e perfis de risco distintos, como podemos verificar no gráfico acima. A análise mostra diferenças claras na percepção do mercado sobre o potencial de crescimento e os riscos associados a cada uma das empresas.

A Amazon apresenta múltiplos relativamente altos, com um P/S de 3,7 vezes, P/FC de 20,5 vezes e EV/EBITDA de 19 vezes, que refletem expectativas elevadas de crescimento e capacidade de geração de caixa para o futuro, sustentadas por sua importante diversificação de receitas em comércio eletrônico, serviços de nuvem e assinaturas.



Comparação de múltiplos.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Por outro lado, com múltiplos P/S de 2,3 vezes, P/FC de 14,4 vezes e EV/EBITDA de 11,3 vezes, o Alibaba é avaliado de forma relativamente mais conservadora, refletindo preocupações sobre o ambiente regulatório e riscos econômicos na China. Embora reconhecida por sua liderança no mercado asiático, a companhia está sujeita a riscos regulatórios e geopolíticos, que impactam negativamente a confiança do mercado, resultando em uma avaliação mais modesta em comparação com seus pares globais.

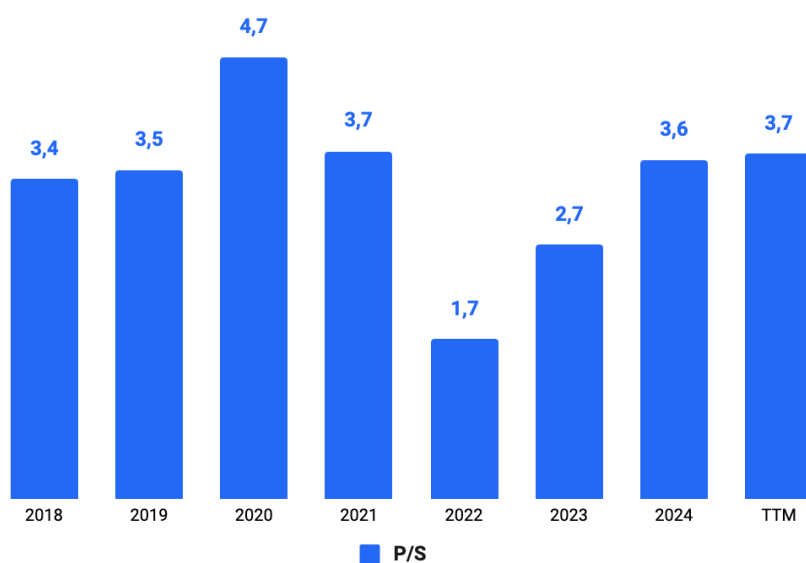
Por fim, com múltiplos de P/S de 4,2 vezes, P/FC de 22 vezes e EV/EBITDA de 18 vezes, o eBay apresenta múltiplos próximos da Amazon, mas com expectativas de crescimento menos agressivas do que a Amazon. Sua avaliação reflete um modelo de negócios focado em comércio eletrônico,

com uma base de clientes fiel, mas sem a mesma diversificação que impulsiona as perspectivas da Amazon.

Múltiplos Históricos

No gráfico da figura a seguir, é possível observar a trajetória dos múltiplos históricos de P/S da Amazon desde 2018. Entre 2018 e 2019, o múltiplo manteve-se estável, em torno de 3,4 a 3,5 vezes, mostrando uma confiança consistente por parte do mercado no potencial de crescimento da Amazon, impulsionada por sua força no e-commerce e na AWS.

Em 2020, o múltiplo P/S atingiu 4,7 vezes, o ponto mais alto no período, principalmente devido ao aumento da demanda por comércio eletrônico e serviços de nuvem durante a pandemia. Em 2021, o múltiplo recuou para 3,7 vezes, refletindo uma normalização à medida que as economias reabriam e o crescimento da empresa se estabilizou.



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

No entanto, em 2022, o múltiplo caiu drasticamente para 1,7 vezes, em resposta às preocupações com a inflação, aumento das taxas de juros e

incertezas econômicas que afetaram negativamente o setor de tecnologia e varejo.

O múltiplo atual dos últimos doze meses (TTM - Trailing Twelve Months), o P/S recuperou-se para 3,7 vezes, indicando um renovado otimismo em relação à resiliência e adaptabilidade da Amazon, mesmo em um cenário econômico mais desafiador.

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 avaliar o valor de mercado da Amazon é necessário projetar as receitas considerando os principais segmentos de negócios da empresa, que são bem diversificados. O *e-commerce*, continua sendo a maior fonte de receitas brutas, mas com um possível crescimento mais moderado em mercados consolidados, como os Estados Unidos. A expansão em novos mercados, juntamente com a otimização da logística, pode sustentar parte desse crescimento, mas a concorrência crescente e a saturação em certas regiões devem ser consideradas.

O Amazon Web Services (AWS), com suas margens significativamente maiores, é o principal impulsionador de crescimento da empresa. A demanda crescente por serviços de computação em nuvem, impulsionada pela transformação digital de diversos setores, deverá manter o AWS em uma trajetória de expansão mais acelerada, com taxas de crescimento superiores ao *e-commerce*. Esse segmento é estratégico para a Amazon,

pois além de aumentar as receitas, melhora substancialmente as margens de eficiência da companhia.

Outros fatores a serem considerados nas projeções incluem o crescimento das receitas de assinaturas, especialmente do Amazon Prime, que proporciona fluxo de caixa recorrente, e o rápido avanço da publicidade digital, que tem se tornado uma parte relevante do negócio.

No entanto, mesmo ao levar em conta esses fatores de crescimento nas receitas, em um cenário otimista, a empresa ainda não apresenta uma margem de segurança adequada. Isso resulta em uma relação risco-retorno pouco favorável para o investidor no momento, tornando o investimento na Amazon relativamente mais arriscado.

Opinião do Analista

Desde sua fundação, a Amazon tem expandido suas receitas por meio da diversificação em vários segmentos, tanto no ambiente *online* quanto no físico. Um dos principais fatores para o sucesso global da empresa é a cultura implantada por Jeff Bezos desde o início, que foca principalmente na experiência do cliente, proporcionando uma experiência encantadora. Para atingir esse objetivo, a Amazon não tem medido esforços em seus investimentos, frequentemente optando por margens de lucro mais apertadas para fomentar o crescimento e a inovação.

Nos últimos dez anos, esses investimentos têm se mostrado eficazes, com receitas e lucros crescendo de forma substancial. No entanto, as margens de lucratividade continuam apertadas, principalmente devido à forte concorrência no setor de varejo *online* e aos altos investimentos necessários para manter a liderança e gerar valor sustentável para os consumidores.

Além do varejo, a Amazon tem visto um crescimento significativo em sua divisão de serviços de nuvem, a AWS (Amazon Web Services), que se tornou uma parte crucial de sua estratégia de receitas, oferecendo alta lucratividade e impulsionando a inovação tecnológica. Outros serviços também têm ganhado relevância, como o Amazon Prime, que vai além das vantagens de entrega rápida e inclui *streaming* de vídeo, música, *e-books*, e jogos, aumentando o engajamento e a fidelização dos clientes. Além disso, a divisão de publicidade da Amazon tem mostrado forte crescimento, tornando-se uma fonte importante de receita com altas margens.

Em termos de fundamentos, a Amazon é uma empresa de qualidade, com vantagens competitivas importantes e uma oferta de serviços diferenciados no mercado, marcada por uma entrega rápida e o uso de tecnologia de ponta, não só nos EUA, mas em diversos lugares do mundo. Ainda assim, a empresa enfrenta desafios significativos para aumentar suas margens de lucro, e o preço atual de suas ações não oferece uma margem de segurança adequada para os investidores.

Diante desses fatores, optamos por não recomendar a compra de ações da Amazon (AMZN) no momento. No entanto, reconhecemos as inúmeras qualidades da empresa e, por isso, continuaremos a monitorá-la de perto em nosso radar de investimentos.

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 08.09.2025

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

