



Análise

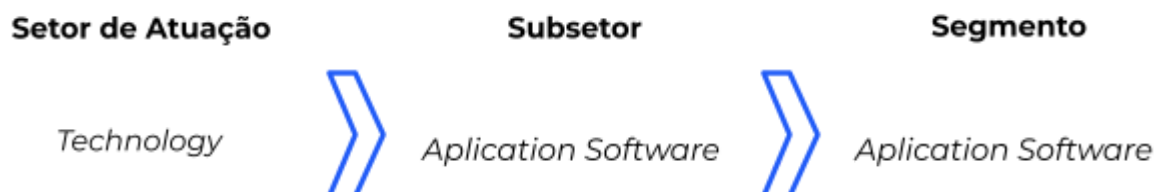
Adobe

ADBE34 | ADBE

Produzido por SIMPLA CLUB

Thiago Affonso Armentano

Área de Atuação



A **Adobe Inc.** consolidou-se como a espinha dorsal da economia criativa global. Através de seu modelo *Software-as-a-Service* (SaaS), a companhia foca em receitas recorrentes e em um ecossistema tecnológico integrado.

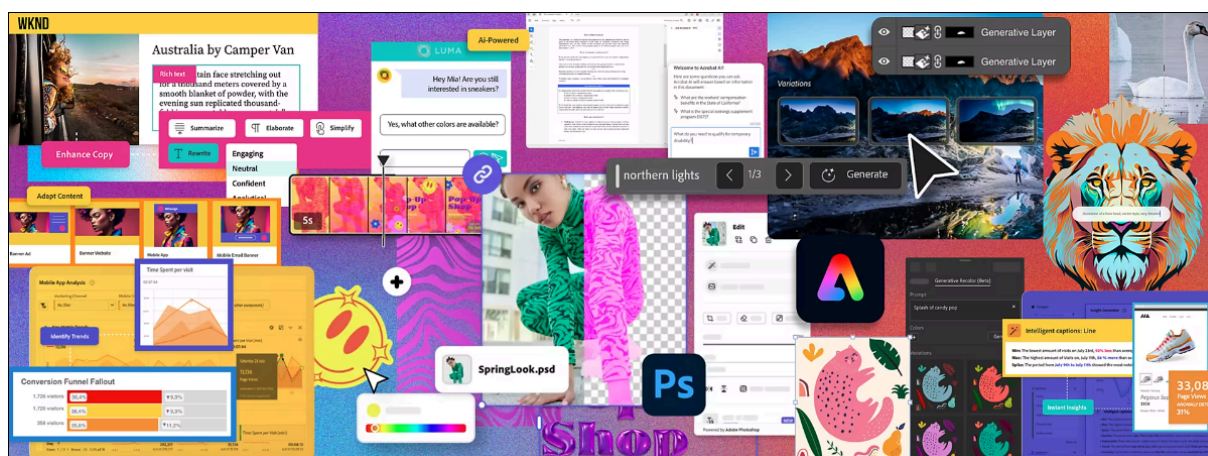
A companhia estrutura sua geração de valor em torno do ciclo de vida do conteúdo digital (*Content Lifecycle*), integrando a criação, a gestão documental e a experiência do cliente em um ecossistema único que eleva significativamente os custos de troca (*switching costs*) e o valor de tempo de vida do cliente (*Lifetime Value*). A espinha dorsal dessa operação é o segmento de *Digital Media*, sustentado por um *Annualized Recurring Revenue* (ARR) robusto e subdividido entre a **Creative Cloud** e a **Document Cloud**.

Na frente criativa, a Adobe detém ferramentas que definem o padrão industrial, como o **Photoshop**, voltado para a edição e tratamento avançado de imagens; o **Illustrator**, essencial para o desenvolvimento de gráficos vetoriais e *design*; e o **Premiere Pro**, solução líder na produção e pós-produção profissional de vídeos. Esse portfólio atende desde profissionais liberais e agências de publicidade até grandes corporações, garantindo uma atualização contínua de recursos através do modelo de assinatura.

No campo da produtividade e colaboração, a **Adobe Document Cloud** moderniza a gestão de ativos através do **Acrobat** e do **Acrobat Sign**, permitindo que empresas e indivíduos criem, editem, compartilhem e

assinem documentos eletrônicos com validade jurídica e integração multiplataforma.

Atualmente, o Acrobat evoluiu de um visualizador de arquivos para uma plataforma de inteligência documental assistida por inteligência artificial, capaz de resumir e analisar contratos complexos, otimizando fluxos de trabalho corporativos. Paralelamente, no segmento de *Digital Experience*, a companhia oferece a **Adobe Experience Cloud**, uma suíte integrada de soluções que auxiliam as organizações a gerenciar e personalizar a jornada do cliente em escala global.



Identidade visual dos programas Adobe.
Fonte: IR Adobe.

Ao combinar análise de dados em tempo real com execução de *marketing*, a Adobe permite que as marcas aumentem sua taxa de conversão e engajamento. Um componente crítico desta frente é o **Adobe GenStudio**, que une a capacidade criativa à automação de *marketing* para acelerar a produção de campanhas em larga escala, reduzindo drasticamente o *time-to-market* das empresas.

A fronteira tecnológica da Adobe é definida pela integração nativa da IA generativa através do **Adobe Firefly**. Diferente de soluções concorrentes, o Firefly foi treinado sobre um conjunto de dados eticamente rastreável, oferecendo segurança jurídica (*indemnity*) para clientes corporativos

utilizarem IA na criação de imagens, efeitos de texto e vetores sem riscos de direitos autorais. Essa inovação é monetizada por meio de um sistema de créditos generativos, criando uma camada de receita incremental sobre o valor das assinaturas.

Para expandir seu mercado total endereçável (TAM), a empresa disponibiliza o **Adobe Express**, uma plataforma voltada para criadores casuais e pequenas empresas, permitindo a criação ágil de conteúdos sociais e gráficos sem a necessidade de conhecimento técnico profundo. Em suma, a área de atuação da Adobe atualmente abrange desde o controle do pixel individual no desenvolvimento criativo até a gestão e métrica final de conversão de vendas, consolidando-a como uma plataforma de inteligência criativa resiliente e de alta alavancagem operacional.

História da Empresa

A Adobe teve início em 1982, com Charles Geschke e John Warnock, dois ex-funcionários que trabalhavam no centro de pesquisa da antiga empresa Xerox.

Em 1984, ao lançar a linguagem de programação Adobe PostScript, a empresa deu início à revolução na editoração eletrônica, ao oferecer uma nova abordagem disruptiva para a impressão de textos e imagens em papel.

Em 1986, a Adobe fez a Oferta Pública Inicial das suas ações na Bolsa de Valores Americana NASDAQ.

No início da década de 1990, foi lançado o Adobe Photoshop, programa para edição de imagens mais famoso do mundo, utilizado por mais de 90% dos profissionais de criação atualmente. Em 1991, foi lançado o Adobe Premiere Pro, *software* profissional de edição de vídeo e áudio.

Em 1993, foi lançado o famoso Portable Document Format - PDF - utilizado para troca mais segura e confiável de documentos eletrônicos. Foram lançados o Adobe Reader e o Adobe Acrobat.

Em 2007, a empresa lançou o Adobe Photoshop Lightroom, ferramenta para fotógrafos profissionais, apresentando um grande volume de fotografias digitais que possibilita a diminuição do tempo à frente do computador.

Anos depois, em 2012, a empresa revoluciona e lança o Adobe Creative Cloud, um novo pacote de serviço de assinatura que permite a utilização de seus programas e serviços através de mensalidades.

Em 2018, a empresa adquiriu a Magento Commerce por US\$1,6 bilhão, fortalecendo sua presença no comércio eletrônico. No mesmo ano, adquiriu a Marketo por US\$4,7 bilhões, ampliando suas capacidades em marketing digital.

Em 2019, a Adobe incorporou a Allegorithmic, desenvolvedora do Substance, uma ferramenta líder em texturização 3D, por aproximadamente US\$160 milhões, reforçando sua posição no mercado de design 3D.

Em 2020, a empresa anunciou a aquisição da Workfront por US\$1,5 bilhão, visando aprimorar a colaboração e o gerenciamento de projetos em suas soluções de *marketing*.

Em 2021, a Adobe adquiriu a Frame.io, uma plataforma de colaboração em vídeo baseada na nuvem, por US\$1,2 bilhão, visando otimizar fluxos de trabalho para profissionais de vídeo.

Em 2022, a Adobe anunciou a intenção de adquirir a Figma, uma plataforma de design colaborativo, por US\$20 bilhões. No entanto, em dezembro de 2023, devido a desafios regulatórios, ambas as empresas

decidiram cancelar a fusão, e a Adobe pagou uma taxa de rescisão de US\$1 bilhão conforme o acordo de fusão.

Em 2024, a Adobe enfrentou um processo movido pela Comissão Federal de Comércio dos EUA e pelo Departamento de Justiça dos EUA, que alegaram práticas enganosas em seu modelo de assinatura, incluindo taxas de cancelamento ocultas e dificuldades impostas aos clientes que desejavam encerrar seus contratos. Em resposta, a empresa atualizou seus termos de serviço para esclarecer que não utilizaria os dados dos clientes para treinar seus modelos de inteligência artificial.

Em 2025, a empresa focou na monetização agressiva do Adobe Firefly por meio de créditos generativos e lançou globalmente o Adobe GenStudio, automatizando a produção de conteúdo em escala para o mercado enterprise.

Atualmente, a companhia consolidou sua liderança tecnológica ao integrar modelos de vídeo generativo nativos no Premiere Pro, unificando todo o ciclo de vida do conteúdo digital sob sua inteligência artificial proprietária.

Riscos do Negócio

A Adobe mantém um desempenho financeiro sólido e possui vantagens competitivas relevantes. No entanto, seu modelo de negócios está sujeito a diversos fatores de risco que podem impactar suas condições financeiras e operacionais. A indústria de tecnologia, na qual a empresa atua, é altamente competitiva e dinâmica, caracterizada por mudanças constantes nos padrões de consumo, ciclos de vida curtos para determinados produtos, evolução dos modelos de distribuição e o surgimento de tecnologias disruptivas, principalmente ligadas a Inteligências Artificiais.

Além disso, há uma crescente oferta de alternativas, incluindo soluções concorrentes a custos reduzidos ou disponibilizadas gratuitamente, o que

exige da Adobe um posicionamento estratégico contínuo para manter sua base de clientes e sua participação de mercado.

Para se manter competitiva, a Adobe precisa investir continuamente em pesquisa e desenvolvimento, buscando aprimorar suas soluções e acompanhar as mudanças nas preferências dos consumidores. A inovação tecnológica, seja por meio do desenvolvimento interno ou da aquisição de novas ferramentas e empresas, é essencial para a sustentabilidade do negócio. No entanto, esses investimentos não garantem sucesso imediato e podem não ser suficientes para manter a empresa na vanguarda do setor. Caso determinadas iniciativas não alcancem a aceitação esperada, há o risco de oscilações nas receitas e impacto sobre os resultados operacionais.

A empresa também enfrenta desafios relacionados ao comportamento dos consumidores e à sensibilidade ao preço. O mercado exige que a Adobe agregue valor às suas soluções para justificar seus preços em comparação com alternativas gratuitas ou mais acessíveis. Esse fator torna essencial que a empresa continue diferenciando seus produtos por meio de funcionalidades inovadoras, experiência do usuário aprimorada e integração com novas tecnologias, como inteligência artificial e automação.

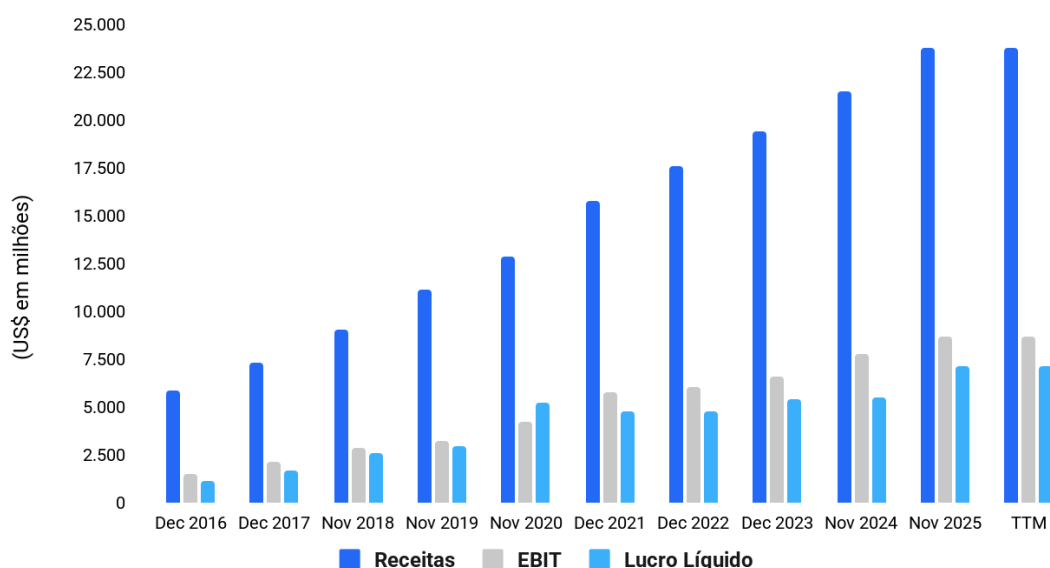
Além dos desafios tecnológicos e competitivos, as operações internacionais da Adobe estão expostas a riscos regulatórios e macroeconômicos. A atuação em diversos mercados implica na necessidade de conformidade com legislações estrangeiras, o que pode resultar em custos adicionais e restrições para a empresa.

Adicionalmente, certas jurisdições impõem restrições e controles cambiais rigorosos, o que pode dificultar a repatriação de receitas. Mudanças na política externa ou instabilidades macroeconômicas globais podem impactar negativamente a demanda por seus produtos, além de sujeitar a empresa a custos adicionais e novos desafios regulatórios.

Apesar de seu posicionamento consolidado no setor, a Adobe opera em um ambiente que exige adaptação contínua. Para mitigar os riscos inerentes ao seu modelo de negócios, a empresa mantém uma estratégia de inovação constante e busca expandir suas soluções por meio da incorporação de novas tecnologias, incluindo inteligência artificial, além da melhoria na experiência do usuário. No entanto, o sucesso dessas iniciativas depende de uma série de fatores externos e internos que podem influenciar o desempenho financeiro e operacional da companhia.

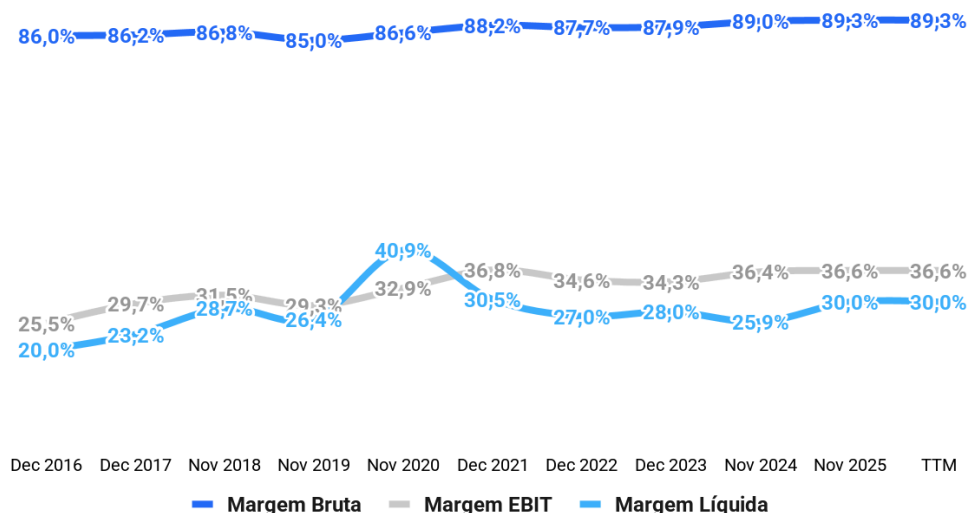
Resultados Anteriores

A mudança do modelo de negócios da Adobe para o modelo de assinaturas (Software as a Service - SaaS) foi o principal catalisador do crescimento exponencial da companhia na última década. Ao transitar da venda de licenças perpétuas para um modelo de receita recorrente, a empresa não apenas estabilizou seu fluxo de caixa, mas também facilitou a entrega contínua de novos recursos e serviços de inteligência artificial aos seus clientes.



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

Entre 2016 e 2025, a Adobe entregou um crescimento composto (CAGR) das receitas na ordem de 16,8% ao ano. Em termos nominais, isso significa que as vendas da empresa saltaram de US\$5,8 bilhões para US\$23,7 bilhões no período, conforme ilustrado no gráfico abaixo.



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

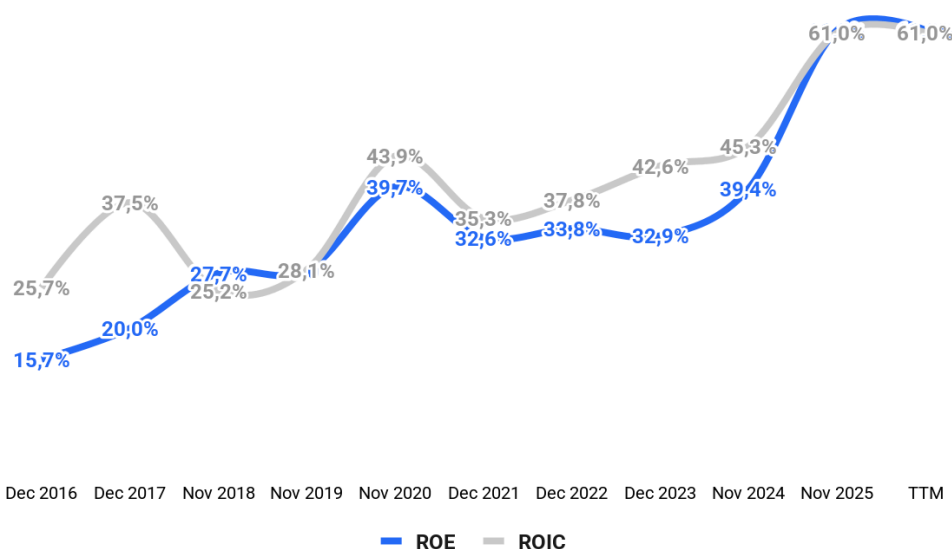
O lucro líquido da companhia demonstrou ganhos de eficiência ainda mais expressivos que o faturamento, registrando um crescimento robusto. Partindo de US\$1,1 bilhão em 2016, o lucro líquido atingiu a marca de US\$7,1 bilhões em 2025. Paralelamente, a Adobe encerrou o exercício de 2025 com um lucro operacional (EBIT) de US\$8,7 bilhões, consolidando sua posição de alta rentabilidade no setor de tecnologia.

Ao longo dos últimos dez anos, a Adobe conseguiu manter suas margens brutas em patamares excepcionais, fechando 2025 em 89,3%. Esse nível de margem é característico de empresas de *software* de alta qualidade, onde o custo de replicação do produto é marginal.

As margens EBIT e líquida também apresentaram evolução, fechando 2025 com 36,6% e 30,0%, respectivamente. Essa expansão reflete a "alavancagem operacional", já que a maior parte das despesas é fixa (desenvolvimento e

infraestrutura), cada aumento incremental nas vendas resulta em um crescimento proporcionalmente maior no lucro final.

As empresas, de maneira geral, possuem sua estrutura de capital baseada em dois pilares: recursos próprios (patrimônio líquido) e de terceiros (empréstimos). Para medir a eficiência dessa composição, utilizamos o ROE e o ROIC.

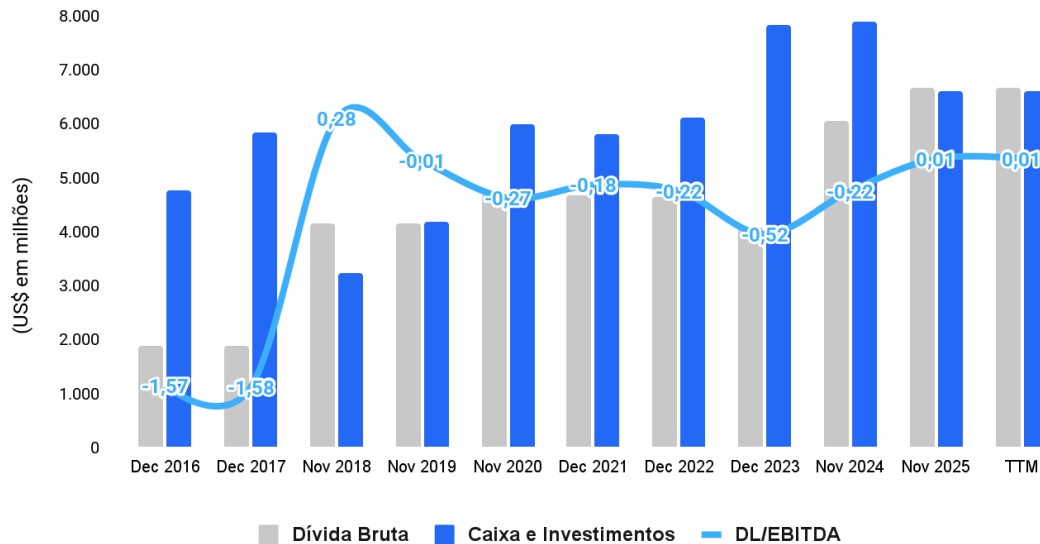


Indicadores de rentabilidade.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

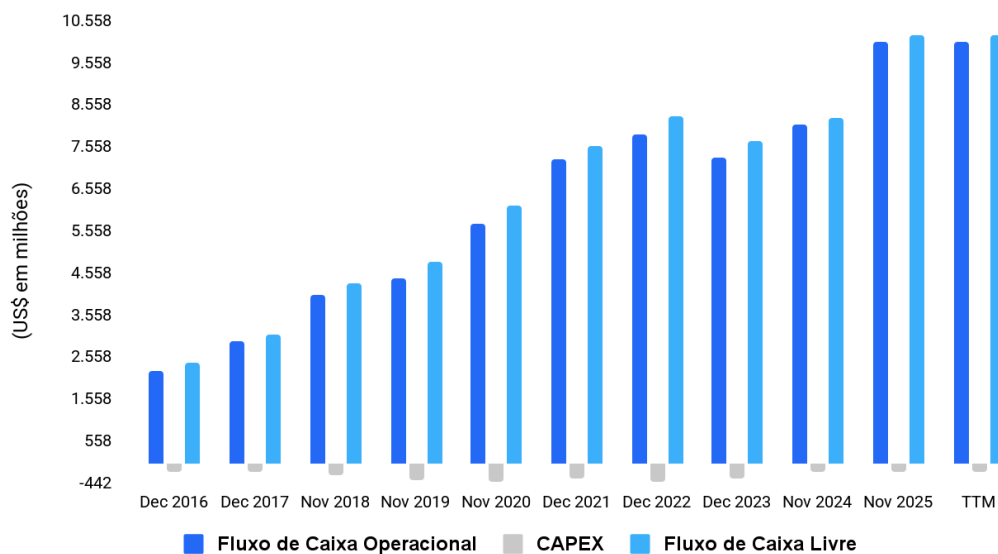
O ROE da Adobe atingiu impressionantes 61,3% em 2025. É importante destacar que esse indicador é impulsionado pelo agressivo programa de recompra de ações da companhia, que reduz o patrimônio líquido contábil e eleva a rentabilidade por ação. Já o ROIC (Retorno sobre o Capital Investido), que mede a rentabilidade total sobre o capital empregado (próprio + dívida), fechou 2025 em 61,0%, evidenciando uma capacidade única de gerar valor sobre os investimentos realizados.

A Adobe apresenta uma saúde financeira exemplar, no exercício de 2025, a companhia fechou com US\$6,5 bilhões em disponibilidades e US\$6,6 bilhões em dívida bruta. A relação Dívida Líquida/EBITDA de 0,01x revela

um nível de endividamento conservador, mas é importante salientar que houve um movimento de alta da dívida no período..



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

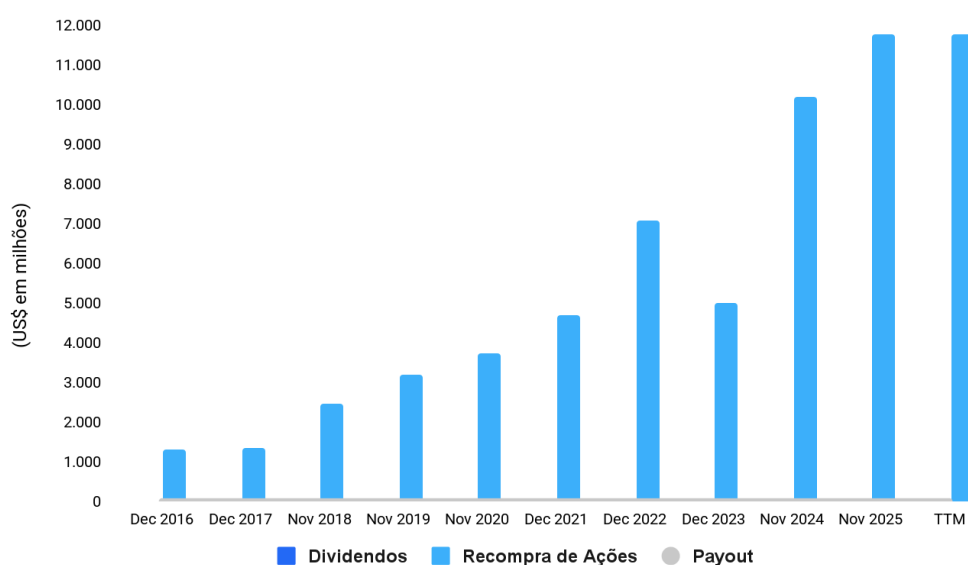


Geração de caixa.
Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

Embora o lucro contábil seja importante, é fundamental olhar para a geração de caixa, que reflete os recursos que entram de fato na empresa após os investimentos necessários. O CAPEX (*Capital Expenditure*)

representa o que a empresa investe em estrutura para continuar crescendo.

Por possuir um modelo *asset light* (poucos ativos físicos), a Adobe exige pouco investimento em capital intensivo. Em 2025, o CAPEX foi de apenas US\$179 milhões. Ao subtrairmos esse investimento do Fluxo de Caixa Operacional (US\$10,0 bilhões), chegamos à Geração de Caixa Livre (FCF) de US\$10,2 bilhões.



Recompra de ações.

Fonte: Seeking Alpha / Elaboração Simpla Club.

A geração de caixa livre é o combustível para dividendos, recompras e aquisições. Atualmente, a Adobe prioriza a recompra de ações em vez da distribuição de dividendos. Em 2025, a companhia adquiriu a cifra recorde de US\$11,7 bilhões em suas próprias ações.

Essa estratégia é uma forma eficiente de retornar capital aos acionistas, pois aumenta a participação de cada investidor no lucro total da empresa sem gerar a tributação imediata característica dos dividendos, além de sinalizar a confiança da gestão no valor intrínseco do negócio.

Opinião do Analista

A Adobe mudou radicalmente sua forma de vender seus produtos com o avanço da internet e o surgimento de novas tecnologias, como os serviços em nuvem. A partir dessa transformação, a empresa registrou um expressivo crescimento nas vendas ao adotar o modelo de assinaturas recorrentes, permitindo um fluxo de receita previsível e um aumento no *lifetime value* dos clientes. Essa estratégia também aprimorou a experiência do usuário, garantindo acesso contínuo a atualizações e novas funcionalidades.

Entre os principais critérios de um bom negócio está o crescimento das vendas, e, nesse aspecto, a Adobe tem demonstrado resultados sólidos. Ao longo da última década, a empresa entregou um crescimento expressivo em suas receitas, impulsionado pela adoção do modelo de *software as a service* (SaaS). Além disso, os lucros cresceram ainda mais rapidamente, evidenciando um ganho de eficiência operacional, com margens robustas e um modelo de negócios escalável.

Entretanto, um risco crescente para a Adobe está no avanço das Inteligências Artificiais Generativas. Tecnologias emergentes têm impulsionado a criação de imagens, vídeos e textos de maneira automatizada, reduzindo a necessidade de algumas ferramentas oferecidas pela empresa.

A concorrência de soluções baseadas em IA, muitas delas acessíveis gratuitamente ou a custos reduzidos, pode impactar a demanda por produtos tradicionais da Adobe no longo prazo. Empresas como OpenAI, Alphabet e *startups* especializadas em IA estão desenvolvendo ferramentas que desafiam a necessidade de *softwares* tradicionais de *design*, edição e ilustração. Dessa forma, para se manter competitiva, a Adobe precisa continuar inovando e integrando inteligência artificial aos seus produtos,

garantindo que suas soluções agreguem valor diferenciado e se tornem indispensáveis para profissionais e empresas.

Apesar desse desafio, a empresa mantém um posicionamento sólido no setor, com uma base de usuários leal e um ecossistema consolidado de produtos e serviços, principalmente para profissionais da área. Seu modelo de negócios continua demonstrando resiliência, e as recentes iniciativas de incorporação de IA às suas soluções reforçam seu compromisso com a inovação. Portanto, considerando os diferenciais competitivos, a solidez dos fundamentos e o potencial de crescimento no longo prazo, a recomendação para as ações da Adobe (ADBE) permanece positiva.

Equipe



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 30.01.2026

Nossa equipe de analistas está atenta a todas as movimentações relevantes, mantendo os rankings e seus respectivos fundamentos atualizados todas as semanas. Em caso de grandes mudanças, os relatórios também podem ser atualizados. Já em caso do ativo receber recomendação de venda, nossa sugestão se refere, única e exclusivamente, à retirada do ativo da carteira do investidor, uma vez que não incentivamos a prática de venda à descoberto.

Disclaimer

Todas as análises aqui apresentadas foram elaboradas pelo analista de valores mobiliários autônomo Thiago Affonso Armentano - CNPI EM-8454, com objetivo de orientar e auxiliar o investidor em suas decisões de investimento; portanto, o material não se constitui em oferta de compra e venda de nenhum título ou valor imobiliário contido. O investidor será responsável, de forma exclusiva, pelas suas decisões de investimento e estratégias financeiras. O relatório contém informações que atendem a diversos perfis de investimento, sendo o investidor responsável por verificar e atentar para as informações próprias ao seu perfil de investimento, uma vez que as informações constantes deste material não são adequadas para todos os investidores. Os analistas responsáveis pela elaboração deste relatório declaram, nos termos da Resolução CVM nº 20/2021, que as recomendações do relatório de análise refletem única e exclusivamente as suas opiniões pessoais e foram elaboradas de forma independente, inclusive em relação à pessoa jurídica à qual estão vinculados. Além disso, Os analistas de valores mobiliários envolvidos na elaboração do relatório (e/ou seus cônjuges ou companheiros) são, ou podem ser, titulares de valores mobiliários objeto do relatório, direta ou indiretamente, em nome próprio ou de terceiros. Na emissão deste relatório, a Simpla Invest, controladora do Simpla Club, poderá estar agindo em conflito de interesses em relação ao emissor, podendo (i) ter interesses financeiros e/ou comerciais relevantes e/ou (ii) estar envolvida na aquisição, alienação ou intermediação dos valores mobiliários objeto deste relatório. A elaboração desse material se deu de maneira independente, e o conteúdo nele divulgado não pode ser copiado, reproduzido ou distribuído, no todo ou em parte, a terceiros, sem autorização prévia.

