Software Clientes que quiserem permanecer no sistema de licenças não terão mais acesso a atualizações

Adobe migra para o modelo de assinatura

Bruna Cortez
De São Paulo

REGIS FILHO/VALOR

Fabio Sambugaro, gerente-geral da Adobe no Brasil: com o custo diluído proporcionado pelo pagamento mensal, expectativa é reduzir grau de pirataria

A Adobe, companhia americana responsável por programas como o Photoshop e o Illustrator, deu, ontem, mais um passo para completar a transição do formato tradicional de venda de software, baseado na compra de licenças pelo usuário, para o modelo de assinatura, sob o qual o pagamento é mensal. Depois de adotar esse formato nas vendas para usuários residenciais, a Adobe passará a fazer o mesmo para empresas.

Para estimular a transição, somente os clientes que aderirem ao formato de assinatura terão acesso às versões atualizadas dos programas. Hoje, quem tem uma licença de uso, pode comprar uma versão de atualização do produto, pagando menos do que se comprasse a versão integral do software. A partir de agora, isso não será mais possível. Para quem tem uma assinatura, no entanto, a atualização será gratuita.

A Adobe vai continuar a vender licenças no formato convencional para clientes que optarem por esse modelo. A versão vendida será sempre a 6.0 — a mais recente, mas sem possibilidade de atualização.

O movimento mostra a disposição da Adobe em concentrar seus esforços na chamada venda de software como serviço. Pelo sistema, os softwares são acessados via internet e não precisam, necessariamente, estar instalados no computador do usuário. Mesmo quando é instalado, o programa só pode ser usado se houver uma assinatura válida. Caso contrário, é bloqueado. "Era necessário tomar uma decisão sobre o foco da empresa. Seria difícil continuar lançando versões atualizadas para ambos os formatos", disse ao **Valor** Fabio Sambugaro, gerente-geral da Adobe no Brasil. O anúncio oficial foi feito em um evento da companhia em Los Angeles.

A cobrança de assinaturas pelo uso de softwares é uma tendência natural do setor e vem sendo seguida por outras grandes companhias de tecnologia da informação (TI). A Microsoft e a Autodesk, fabricante de softwares usados por engenheiros, são algumas das empresas que compõem essa lista.

No caso da Adobe, a migração teve início no começo de 2012. Na época, a companhia previa que 50% dos clientes mudariam para o novo formato de cobrança no prazo de até dois anos. Para Sambugaro, o lançamento do modelo de assinaturas para clientes empresariais pode ajudar a Adobe a cumprir essa meta mais rapidamente.

Atualmente, a Adobe tem 500 mil usuários do Creative Cloud, como foi batizada a oferta de softwares via internet da companhia. Desse total, aproximadamente 40% são novos clientes da empresa, ou seja, nunca tinham comprado uma licença para uso de alguns de seus softwares.

"Com o modelo de assinaturas, temos a possibilidade de atrair clientes que antes usavam o programa de maneira ilegal", disse Sambugaro. A razão é o preço menor. Uma assinatura anual do serviço sai por US$ 49,99 mensais e inclui produtos conhecidos como os próprios Photoshop e Illustrator. Pelo modelo de licença, cada programa desses custava milhares de dólares. Segundo o executivo, de cada 10 softwares da Adobe usados no Brasil atualmente, 7,5 são pirateados.

A ampliação da base de usuários é um dos elementos fundamentais para a saúde financeira da Adobe nos próximos anos. No curto prazo, o faturamento com assinaturas tende a ser menor que o gerado de uma única vez pela venda de licenças. A maneira de compensar essa diminuição é aumentar a base de usuários. "No médio prazo, o fluxo de receitas recorrentes vai nos dar mais solidez", disse Sambugaro.

No primeiro trimestre fiscal, encerrado em 1º de março, o lucro líquido da Adobe caiu 65% em relação ao mesmo período do exercício anterior, para US$ 65,1 milhões. A receita global teve queda de 3,6%, para US$ 1,01 bilhão.

Ontem, nos Estados Unidos, a companhia divulgou um comunicado reafirmando a meta de obter uma receita entre US$ 975 milhões e US$ 1 bilhão no segundo trimestre. "Estamos no caminho certo para atingir nossas metas", disse em nota Mark Garrett, vice-presidente e principal executivo de finanças da Adobe.

Autorizado o uso exclusivo para fins educacionais.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 7 maio 2013, Empresas, p. B3.