

Resumen Ejecutivo

Visión general del año

Desde un punto de vista comercial, este ha sido un año muy positivo para Sage con un crecimiento del 4%* en ingresos orgánicos, 16%* de crecimiento en beneficio por acción y alta generación de efectivo. Al mismo tiempo, tanto desde una perspectiva estratégica como operativa, se han producido cambios significativos: hemos implantado una nueva estructura de dirección, Sage Healthcare dejó de formar parte de nuestro negocio y hemos demostrado nuestro compromiso para mejorar los beneficios de los accionistas.

Por otro lado, hemos dado pasos específicos para hacer crecer al Grupo: aumentando la gama de productos y servicios que podemos ofrecer a nuestros clientes, centrándonos en los recursos de áreas con más potencial, acelerando el desarrollo de nuestras ofertas online, y colaborando más dentro de Sage para lograr superar los retos a los que se enfrenta nuestra compañía.

Todos estos factores nos han permitido hacer importantes progresos en los cuatro objetivos prioritarios presentados en diciembre del pasado año: mejorar el crecimiento de ingresos orgánicos, gestionar los márgenes a medio plazo, impulsar la Web y volver a involucrarnos en M&A.

A pesar de los cambios acontecidos este año, también hemos seguido centrados en las necesidades de nuestros 6 millones de clientes del sector de las Pymes. Estos clientes valoran el contar con un servicio excelente, productos que cubran las necesidades de su negocio y una marca en la que confiar. En este sentido, la puntuación en la satisfacción de nuestros clientes sigue siendo alta y la tasa de renovación de contratos de suscripción se ha mantenido estable (81%), un dato clave para Sage. En línea con la tendencia de años anteriores, y con más productos y servicios en venta por medio de contratos, los ingresos de suscripción aumentaron por encima de los servicios de software y relacionados con el software, con un crecimiento del 5%* y 3%* respectivamente (2010: crecimiento 3%* y contratación 3%* respectivamente).

El entorno comercial externo fue variado durante el año, aunque ha habido una mejora en comparación con 2010. Dada la difícil situación que están soportando las Pymes actualmente, estrechamente vinculada a la de las economías subyacentes en las que operamos, hemos tenido que buscar nuevas fórmulas para mejorar nuestras ventas. Sin embargo, con nuestra cultura de innovación, una gama establecida de productos y la capacidad de proporcionar verdaderos beneficios empresariales a los clientes por medio de nuestra oferta, pudimos dar la bienvenida a Sage a 261.000 nuevos clientes de pago (2010: 252.000). Estos clientes serán una fuente clave de ingresos por suscripción para la compañía.

*Las cifras subyacentes neutralizan el impacto de los movimientos en moneda extranjera y excluyen la amortización de los activos intangible adquiridos. Los resultados en moneda extranjera del año finalizado el 30 de septiembre de 2010 se han retraducido basándose en el tipo de cambio medio del año finalizado el 30 de septiembre de 2011 de 1.61\$/1£ y 1.15€/1£ para facilitar la comparación de resultados.

Por otro lado, hemos progresado en nuestro objetivo de aumentar los márgenes a medio plazo. A principios de 2011, esperábamos mantener los márgenes a nivel de 2010 como resultado de una inversión adicional en el negocio. Esta inversión aumentó de forma parcial en Sage Healthcare, donde se esperaba que bajaran los márgenes, mientras que el resto de nuestras operaciones continuas tenían planificada una mejora en los márgenes. Ahora que Sage Healthcare se ha convertido en una operación discontinuada, hemos tenido un incremento en el margen de EBITA[†] de nuestras operaciones continuadas al 27,4% durante el año (2010: 26.4%*).

Al mismo tiempo que los márgenes aumentan, hemos invertido en las áreas que presentamos como clave a principios de año, como Sage ERP X3, servicio al cliente, productos online y sistemas internos, aunque hemos retrasado la adopción de nuestra plataforma de pagos del RU en la Europa continental hasta 2012. Dado que en 2012 daremos prioridad a invertir en oportunidades de crecimiento por encima de una mayor expansión de márgenes, no vemos el 27% como un techo para los márgenes a largo plazo.

Nuestro beneficio antes de impuestos aumentó un 8%* en el año hasta los 352.6m£ (2010: £326.6m*), mientras que las ganancias subyacentes por acción en 2011 fueron 20,81p (2010: 17,88p*), crecimiento del 16%*. El crecimiento EPS se benefició de la resolución favorable de algunos asuntos tributarios pendientes que llevaron a una reducción temporal de nuestro tipo tributario efectivo en el año al 23% (2010: 28%).

Estructura de capital y dividendos

Sage sigue siendo un alto generador de efectivo, manteniéndonos rigurosos a la hora de asignar capital a inversiones empresariales y objetivos de adquisición. También buscamos devolver el superávit de capital a los accionistas. A pesar de que el entorno económico es incierto, seguimos teniendo confianza en nuestro negocio y nuestra intención es, por tanto, llevar a un nivel de deuda neto de un mínimo de 1x EBITDA durante los próximos 18 meses por medio de una combinación de más devoluciones de capital a los accionistas y objetivos de adquisiciones.

Además, para reflejar este objetivo, la Junta ha establecido una nueva base para calcular el dividendo, resultante en un aumento del 25% de nuestro dividendo total a 9,75p por acción (2010: 7,80p por acción), dando un dividendo final de 7,07p por acción (2010: 5,22p por acción). Este dividendo total está cubierto por 2.1x por beneficio. Pretendemos reivindicar una política para aumentar más nuestros dividendos en línea con el crecimiento EPS subyacente a lo largo del tiempo.

*Las cifras subyacentes neutralizan el impacto de los movimientos en moneda extranjera y excluyen la amortización de los activos intangible adquiridos. Los resultados en moneda extranjera del año finalizado el 30 de septiembre de 2010 se han retraducido basándose en el tipo de cambio medio del año finalizado el 30 de septiembre de 2011 de 1.61\$/1£ y 1.15€/1£ para facilitar la comparación de resultados.

Desarrollo clave del año

Liderazgo

En la actualidad, el negocio está organizado en 3 regiones: Europa, Norte América y AAMEA (África, Australia, Oriente Medio y Asia), dirigidos por Álvaro Ramírez, Pascal Houillon e Iván Epstein, respectivamente. Esta nueva estructura está diseñada para lograr una mayor colaboración y eficacia, organización de la que ya hemos visto tempranos resultado, como la adopción de una plataforma tecnológica común en todo el Grupo para las soluciones de negocios online para pequeñas empresas.

También hemos revisado el plan de incentivos de liderazgo en todo el Grupo, para que exista una mayor proporción de compensación variable basada en el crecimiento de los ingresos, junto con requisitos de beneficios mínimos.

Innovación y tecnología

Los nuevos desarrollos tecnológicos van a suponer importantes oportunidades para que Sage ayude a las Pymes a aumentar su productividad a través del uso de nuestras soluciones. Por ejemplo, al combinar procesos y contabilidad de tarjetas de crédito, los clientes pueden evitar volver a introducir datos, controlar sus pagos con mayor eficacia y acelerar su propia recepción de efectivo. Como resultado de esto, hemos visto una fuerte demanda de nuestros servicios de pago, con venta cruzada de pagos en nuestra base contable de Norte América que ha crecido más del 40%* en el año, contribuyendo al crecimiento del 16%* de nuestros negocios de pago en todo el Grupo.

Nos centramos en proporcionar beneficios empresariales reales a los clientes por medio del uso de la tecnología. En el mercado de las pequeñas empresas seguimos desarrollando una nueva línea de soluciones empresariales (Saas) con el importante lanzamiento de Sage One en el RU. Lanzado en enero de 2011, actualmente Sage One da apoyo a más de 1.000 clientes de pago, de los que una gran mayoría son nuevos clientes. Además, estamos desarrollando una plataforma tecnológica para todo el Grupo basada en Sage One, para nuevos lanzamientos de soluciones contables y otros pequeños negocios online. Nuestra prioridad es lanzar un producto contable completo online para pequeñas empresas en Norte América, el mercado con mayor adopción de contabilidad online.

En el mid-market, continúa el desarrollo de las versiones en nube de nuestros productos principales y esperamos varios lanzamientos en los próximos 12 meses. También hemos lanzado más de 20 servicios conectados este año, aumentando el alcance de nuestros productos en las instalaciones a la nube. Esperamos que los servicios conectados contribuyan a aumentar el crecimiento en un futuro.

*Las cifras subyacentes neutralizan el impacto de los movimientos en moneda extranjera y excluyen la amortización de los activos intangible adquiridos. Los resultados en moneda extranjera del año finalizado el 30 de septiembre de 2010 se han retraducido basándose en el tipo de cambio medio del año finalizado el 30 de septiembre de 2011 de 1.61\$/1£ y 1.15€/1£ para facilitar la comparación de resultados.

Cada vez más, proporcionamos actualizaciones automáticamente a nuestros clientes por medio de la Web., realizando las instalaciones de los productos de manera “online”, lo que nos permite promocionar aún más los servicios conectados de nuestros productos.

Además, hemos instalado nuestra tecnología Sage Advisor en todos nuestros productos clave en Norte América. Esto nos permite recibir feedback directo del uso de nuestras soluciones por parte de nuestros clientes, lo que nos supone el poder centrar nuestro apoyo, práctica y desarrollo futuro en las áreas en las que sabemos que podemos darle a nuestros clientes la mejor experiencia de cliente y valor posible.

Adquisiciones

Al no haber realizado adquisiciones significativas desde 2006, una de mis prioridades ha sido volver a comprometernos con oportunidades de adquisición como parte de nuestra estrategia. Dichas oportunidades están tanto en los mercados existentes y geográficamente nuevos, como en las oportunidades de vender nuevos productos y servicios a nuestra gran base de clientes incluyendo soluciones basadas en Web. Aplicamos una disciplina rigurosa a la evaluación de estas oportunidades, con modelos de valoración vinculados al valor de los accionistas. Mientras que evaluábamos un número de oportunidades al año, no completamos ninguna transacción importante.

Tras el cierre del año, en octubre de 2001, adquirimos Alchemex, una compañía con sede en Suráfrica que crea herramientas de inteligencia empresarial para Pymes. Vemos la inteligencia empresarial como un área de crecimiento clave para Sage, y estamos añadiendo la tecnología Alchemex a nuestros productos empezando por Suráfrica, Australia y Norte América.

Marca

Nuestra marca es una fuente de ventajas competitivas para nosotros. Por eso, este verano anunciamos el reposicionamiento de nuestros productos contable y ERP de EE.UU., lo que supondrá una transición a la marca Sage, dejando de usar marcas de producto individuales. Esto nos permitirá a nosotros y a nuestros socios centrar los esfuerzos de marketing en una única marca, maximizando el impacto de nuestros gastos en marketing. A cambio, nos permitirá capitalizar nuestras oportunidades de venta cruzada.

Sage ERP X3

Sage ERP X3, nuestra oferta para el mid-market, sigue funcionando bien con un crecimiento de más del 13%* en el año. De tener sus orígenes en el mercado francés, el 38% de los ingresos de Sage ERP X3 ahora vienen de fuera de Francia. En distintos países, el producto está todavía en etapas tempranas por lo que el potencial para Sage es importante en este segmento de mercado.

*Las cifras subyacentes neutralizan el impacto de los movimientos en moneda extranjera y excluyen la amortización de los activos intangible adquiridos. Los resultados en moneda extranjera del año finalizado el 30 de septiembre de 2010 se han retraducido basándose en el tipo de cambio medio del año finalizado el 30 de septiembre de 2011 de 1.61\$/1£ y 1.15€/1£ para facilitar la comparación de resultados.

Entorno del mercado

En febrero de 2011 presentamos el informe “The Sage Business Index 2011 - International Business Insights”, basado en el estudio realizado entre más de 6.000 pequeñas empresas en un gran abanico de sectores industriales de todo el mundo. Ampliamos este estudio a 10.000 empresas y editamos el segundo Sage Business Index en septiembre de 2011. A través de estos estudios, podemos pulsar la opinión del sector sobre la confianza empresarial y la economía, cada país como lugar para realizar negocios, el papel del gobierno, los retos empresariales y el papel de la tecnología.

Los resultados revelan que, mientras parece que vuelve la confianza, esto no es un fenómeno universal y, aunque las empresas de cada país se enfrentan a ciertos problemas particulares a su localización, también hay retos comunes como la legislación y los fondos. El espíritu emprendedor permanece vivo y el informe señala que el gestor clave para adoptar nuevas tecnologías es mejorar la eficacia empresarial. El informe de septiembre de 2011 mostró un declive en la confianza general sobre la perspectiva económica pero, al preguntar sobre las posibilidades para su propia empresa, las respuestas eran optimistas aunque cautas.

Resumen y perspectiva

Cuando asumí el puesto como CEO para Sage en octubre de 2010, heredé una empresa con unos cimientos inmensamente fuertes: liderar las posiciones de mercado, empleados comprometidos, cultura de innovación y una fuerte generación de efectivo. Sin embargo, también hemos llegado a un punto en nuestra evolución en el que teníamos que reposicionar el mercado hacia un mayor crecimiento, centrando nuestros recursos en áreas con el mayor potencial, además de potenciar nuestra base de clientes, acelerando el desarrollo de nuestras ofertas online y colaborando más dentro de Sage para cumplir con los retos comunes a los que se enfrentan nuestras empresas. Lograr todos estos objetivos llevará más de un año, pero me siento muy satisfecho con los pasos dados hasta el momento.

Si miramos al futuro, hay ciertas preocupaciones macroeconómicas claras que pueden tener impacto en las Pymes, especialmente en la Eurozona, y nuestros clientes nos cuentan en nuestro Sage Business Index que ven que las perspectivas siguen siendo inciertas. Sin embargo, los puntos fuertes de nuestro negocio nos colocan en buena posición para gestionar las subidas y bajadas del ciclo económico. Dada la actual incertidumbre económica, seguimos gestionando el negocio con prudencia a la vez que buscamos las oportunidades importantes a largo plazo que tenemos en nuestros mercados.

Guy Berruyer
Chief Executive Officer