Software AG inicia un ambicioso plan de expansión con una nueva imagen corporativa

miércoles, 21 de febrero de 2007

Madrid, 21 de febrero de 2007 – Software AG ha lanzado el plan de expansión más ambicioso de sus 37 años de historia. La compañía prevé doblar su facturación hasta alcanzar los 1.000 millones de euros en 5 años como resultado de un mayor ritmo de crecimiento en su resultado de explotación y el beneficio. Como primer paso para impulsar dicho crecimiento, Software AG presenta hoy su nueva imagen de corporativa. Este es un cambio crucial de un marketing tecnológico convencional a un crecimiento basado en una imagen corporativa sólida. Además, Software AG ha anunciado su intención de llevar a cabo nuevas adquisiciones en 2007.

Doblar la facturación

Software AG prevé aumentar su facturación hasta 1.000 millones de euros en 2011 desde un crecimiento del 10% en 2007 hasta alcanzar un crecimiento anual acumulado del 17% durante el periodo 2008-2011. El aumento de las ventas per cápita, el rápido crecimiento en el negocio de las licencias con un alto margen, y una continua eficiencia en los costes generarán unos crecimientos más dinámicos en el resultado de explotación y el beneficio neto. Basado en la actual política de dividendos, esta estrategia se traducirá en un aumento de la retribución a los accionistas de más del 100%.

Nueva marca para iniciar el crecimiento

La nueva marca corporativa Software AG, presentada hoy, es el primer paso visible del plan de expansión de la compañía. La actualización más significativa de la marca en los 37 años de historia de Software AG incluye la actualización de logotipos, la página web, el estilo de comunicación y el lenguaje. La nueva marca pondrá un énfasis aún mayor en que las necesidades del cliente son la prioridad principal. Software AG quiere enviar un mensaje a sus clientes de que la innovación y la agilidad en una empresa son los dos ejes fundamentales de la información tecnológica de hoy en día.

“Hemos elegido minuciosamente el momento oportuno para presentar nuestra nueva marca”, ha señalado Karl-Heinz Streibich, CEO de Software AG. “En este sentido, nuestra forma de ver la expansión es clara, el crecimiento requiere cambio e innovación en los procesos, en la capacidad de ser flexible, en los productos y servicios y en la forma de comunicarse con los clientes y stakeholders. Hoy hemos empezado ese nuevo camino.”

El público general podrá descubrir la nueva identidad corporativa y conocer el plan de expansión en CeBIT 2007, que se celebra en Hanover en marzo de 2007. Software AG es el impulsor y patrocinador de SOA World en CeBIT, que incluirá un forum sobre este ámbito, además de una exhibición de proveedores líderes de productos y servicios SOA. Los visitantes conocerán las últimas experiencias en integración de los sistemas TI existentes en una infraestructura SOA, que protege las inversiones ya realizadas, y cómo las Arquitecturas Orientadas a Servicios basadas en entornos TI puede ser gestionadas y administradas de forma eficiente.

Plan de fusiones y adquisiciones

Software AG seguirá una estrategia activa de fusiones y adquisiciones en el periodo 2007/2008. Hay varias compras previstas para este año, bien mediante la expansión de la presencia directa de la compañía en un mercado, el reforzamiento de su liderazgo tecnológico o la ampliación de su cuota de mercado. Software AG tiene acceso a recursos por valor de 700 millones de euros, por lo que podría efectuar una compra muy superior a los 100 millones de euros. Software AG será un motor para la consolidación de fragmentado mercado de la integración TI.

Visión tecnológica

Software AG ha experimentado un crecimiento espectacular de su cuota en el mercado de la Arquitecturas Orientadas a Servicios. Este mercado está actualmente experimentado un fuerte crecimiento de más de dos dígitos al año, y los expertos del sector auguran que en 2011, el 80% de las aplicaciones estarán diseñadas teniendo en cuenta SOA. El plan de expansión también contempla el refuerzo de la red de partners de Software AG. Los clientes demandan hoy en día una cooperación más estrecha entre los distribuidores de software, como parte del esfuerzo de acercar la realidad empresarial a la tecnología.

Sobre Software AG

Software AG empresa mundial de soluciones y servicios de infraestructura de TI de misión crítica basados en estándares abiertos. Situada a la vanguardia de las Arquitecturas Orientadas a Servicios (SOA), Software AG crea potentes aplicaciones empresariales, especialmente en entornos de TI heterogéneos. Más de 3.000 clientes de todo el mundo han descubierto el potencial de sus TI y han incrementado el valor de sus sistemas heredados gracias a los productos

Adabas, Natural, crossvision y Tamino de Software AG. Con ayuda de la tecnología de Software AG, las organizaciones pueden crear aplicaciones y procesos de negocio más flexibles, extender el valor y la vida de sus principales sistemas, gestionar los datos de toda la empresa con más eficacia, así como controlar y gobernar sus Arquitecturas Orientadas a Servicios.

Software AG cuenta con más de 37 años de experiencia internacional en TI y más de 2.700 empleados que atienden a clientes distribuidos por 70 países. La sede central de la empresa se encuentra en Alemania y cotiza en la bolsa de Frankfurt (TecDAX). Facturó 483 millones de euros en 2006.

Software AG también ofrece soluciones verticales en sectores clave de la economía como Administración Pública; Banca, Finanzas y Seguros; Telecomunicaciones y Media; Salud; e Industria y Energía.

Las soluciones y productos de Software AG controlan los procesos tecnológicos de miles de Instituciones públicas y compañías punteras en todo el mundo, como el Instituto Nacional de la Seguridad Social, Ministerio de Defensa, Telefónica, Ministerio de Justicia, Banco de España, Iberia, Ministerio de Economía y Hacienda, Lufthansa, Siemens, Citibank, DaimlerChrysler, Sony, BP, Correos, BBVA, Vodafone, Unión Fenosa, CESCE, Televisión Española, Mapfre y un largo etcétera.