



TICKER	\$CRM
SECTOR	TECNOLÓGICO
INDUSTRIA	SOFTWARE
IPO	2004
MARKET CAP	218.19 B
ENTERPRISE VALUE	215.42 B
SHARES OUTSTANDING	911 M
FLOAT %	880.29 M (96%)
PÁGINA	www.salesforce.com
SEDE	San Francisco, California

Salesforce desarrolla soluciones de computación en la nube empresarial.

La compañía ofrece:

- **Sales Cloud** para almacenar datos, monitorear clientes potenciales y progreso, pronosticar oportunidades y obtener información a través de análisis e inteligencia de relaciones, así como entregar cotizaciones, contratos y facturas.
- **Service Cloud**, que permite a las empresas brindar soporte y servicio al cliente personalizado, así como una solución de servicio de campo que permite a las empresas conectar agentes, despachadores y empleados móviles a través de una plataforma centralizada, que ayuda a programar y despachar el trabajo, y rastrear y administrar trabajos en tiempo real.
- **Marketing Cloud** para planificar, personalizar y optimizar las interacciones de marketing de los clientes uno a uno.
- **Commerce Cloud**, que permite a las empresas mejorar el compromiso, la conversión, los ingresos y la lealtad de sus clientes.
- **Customer 360**, la plataforma que ofrece herramientas de plataforma como servicio para crear, asegurar, integrar y administrar las aplicaciones comerciales.

- **MuleSoft Anypoint Platform** permite a los clientes conectar cualquier sistema, aplicación, datos o dispositivo.
- **Quip**, plataforma de colaboración, que combina documentos, hojas de cálculo, aplicaciones y chat con datos CRM en vivo.
- **Tableau y Einstein Analytics**, proporciona tecnología analítica a los clientes.

Además, la compañía ofrece diversas soluciones para servicios financieros, salud y ciencias de la vida, manufactura, bienes de consumo, gobierno y filantropía.

La empresa también ofrece servicios profesionales y educativos, incluidos cursos en línea y con instructor; y programas de apoyo y adopción. Presta sus servicios a través de la venta directa; y firmas consultoras, integradores de sistemas y otros socios.

La compañía fue fundada en 1999 y tiene su sede en San Francisco, California.

Salesforce es una de las llamadas empresas de software como servicio, que ofrece varias herramientas que ayudan a las empresas a vender a más clientes o mantenerse en contacto útil con los existentes.

La mayoría de estas herramientas, que toman la forma de software que compila datos de clientes para un equipo de ventas o administra y rastrea pedidos y entregas de comercio electrónico, se enfocan en ventas y marketing, servicio al cliente, etc.

Las adquisiciones pasadas de Salesforce se han centrado en ayudar a las empresas a comunicarse de forma más eficaz con otras empresas: la empresa de análisis de datos **Tableau**, la empresa de integración de software **MuleSoft**, el especialista en tecnología de comercio electrónico **Demandware** y un montón de otras empresas de las que probablemente nunca haya oído hablar, a menos que son directamente relevantes para su trabajo.

Ofrece una vista de 360 grados de sus clientes y perspectivas sobre su propio negocio. Permite gestionar el negocio desde varios sistemas. Los datos de los clientes normalmente están almacenados en distintas ubicaciones. Emails, hojas de cálculo, varias bases de datos o soluciones puntuales. El uso de múltiples sistemas es una barrera para comprender los datos y obtener una visión completa de sus clientes. Con los datos almacenados en Salesforce, dispone de un solo origen de confianza y un solo punto de vinculación.

Salesforce es la pionera y tiene la capitalización de mercado de SaaS más alta. Es el mayor proveedor mundial de soluciones CRM (Customer Relationship Management) (gestión de relaciones y conexiones con los clientes) basadas en la nube. Controla el 19% del mercado, más que la cuota de mercado combinada de sus mayores rivales.

Salesforce también combina sus servicios CRM con una amplia gama de servicios en la nube de ventas, marketing y comercio. Sus soluciones ayudan a las empresas a

optimizar sus flujos de trabajo, automatizar los procesos comerciales y tomar decisiones basadas en análisis, todo lo cual reduce los costos, ahorra tiempo y reduce la necesidad de empleados humanos.













Segmentos

- Sales (25%)
- Service (27%)
- Platform and Other (32%)
- Marketing and Commerce (16%)

Posicionamiento

- América (69%)
- Europa (21%)
- Asia (10%)

Productos

 Sales Sell faster and smarter with the world's #1 sales platform. LEARN MORE >	 Service Manage customer support across every channel with the #1 service platform. LEARN MORE >	 Marketing Deliver personalized messages on any channel with the #1 marketing platform. LEARN MORE >	 Integration Connect any app, data, or device - in the cloud or on-premises. LEARN MORE >	 Analytics Go beyond business intelligence software with augmented analytics for every industry and business user. LEARN MORE >	 Industries Forge a path to success in your industry with the world's #1 CRM. LEARN MORE >
 Commerce Unify the shopper experience with the #1 commerce platform. LEARN MORE >	 Engagement Delight customers with engaging web and mobile apps. LEARN MORE >	 Platform Empower everyone to build apps on the #1 enterprise cloud platform. LEARN MORE >	 Communities Build beautiful, CRM-powered experiences, fast. LEARN MORE >	 Enablement Make learning fun with the world's leading learning experience platform. LEARN MORE >	 Collaboration Deeply integrate real-time chat and Salesforce data into documents, spreadsheets, and slides. LEARN MORE >

Historia y Evolución

En febrero del **1999**, el viaje de Salesforce comienza con una visión clara de ser "una empresa de Internet de clase mundial para la automatización de la fuerza de ventas".

2001. Salesforce anuncia su expansión en el mercado mundial con oficinas centrales en Dublín y Tokio. Anunció que superaba los 3.000 clientes, lo que la convertía en la empresa de CRM de más rápido crecimiento. En noviembre, Benioff es nombrado director ejecutivo y presidente.

2004. El 23 de junio, Salesforce completa con éxito su oferta pública inicial en la Bolsa de Valores de Nueva York, recaudando \$ 110 millones a \$ 11 por acción. La empresa, ya tenía 767 empleados. Contaba con 12 oficinas en todo el mundo y la base de clientes aumentó a 13.900. Unos 8.000 desarrolladores y 150 proveedores de software independientes utilizaban Salesforce para crear aplicaciones.

2005. En septiembre, Salesforce presenta su servicio AppExchange, que ofrece a los desarrolladores externos un lugar para trabajar en sus propias aplicaciones y abrirlas a los clientes de Salesforce.

2006. Adquisición de la startup de tecnología inalámbrica Sendia y la aplicación móvil original de Salesforce, AppExchange Mobile. El ecosistema de AppExchange se convirtió en un mercado vibrante con 575 aplicaciones de 250 proveedores de software independientes.

2009. Salesforce lanza Service Cloud, que ofrece al mercado funciones de automatización de soporte y servicio al cliente.

2010. Salesforce acepta adquirir Heroku, una plataforma de aplicaciones como servicio, para brindar soporte a la próxima generación de desarrolladores de aplicaciones.

2011. Salesforce lanza Chatter como un servicio de colaboración social para la empresa; más de 80.000 clientes adoptan Chatter durante el primer año. Salesforce amplía sus capacidades de empresa social para incluir marketing con la adquisición de la empresa de monitoreo de redes sociales, Radian6.

2013. Salesforce completa su adquisición más grande hasta la fecha con ExactTarget, lo que le permite potenciar el poder de Marketing Cloud. Se lanza la plataforma Salesforce1, que permite a los clientes administrar su negocio desde su teléfono.

2014. Salesforce lanza Trailhead, lo que permite a cualquier persona, independientemente del nivel educativo, desarrollar las habilidades necesarias para los trabajos de alta tecnología.

2015. Salesforce ingresa a Fortune 500.

2017. Salesforce lanza Einstein, la primera tecnología integral de inteligencia artificial (IA) para CRM, que hace que la IA sea accesible para todas las empresas y usuarios comerciales.

2018. La compañía presenta Salesforce Customer 360, un nuevo servicio de plataforma que administra sin problemas los datos de los clientes en las nubes a través de una interfaz de usuario basada en clics.

2019. Salesforce adquiere Tableau, uniendo el CRM número uno del mundo y la plataforma de análisis número uno para impulsar las transformaciones digitales de los clientes.

2020. Gartner clasifica a Salesforce como el número 1 en CRM por octavo año consecutivo, ganando más participación de mercado que los siguientes nueve competidores combinados.

Salesforce firma un acuerdo definitivo para adquirir Vlocity y la adquisición se cierra el 1 de junio.

Lanza Work.com, soluciones completamente nuevas para enfrentar los nuevos desafíos en el lugar de trabajo. Work.com incluye nuevas soluciones, que van desde el rastreo de contactos y la gestión de respuestas de emergencia hasta la evaluación del bienestar de los empleados y la gestión de turnos, para acelerar la respuesta del sector público y privado a la pandemia de COVID-19.

Salesforce se agrega al Dow Jones, a partir del 31 de agosto de 2020.

Propietarios

- Insider Ownership: 4%
- Institutional Ownership: 81%

Investor Name	Value of Shares Held (MM)	% Of Shares Outstanding Held	# Shares Held	Change in # of Shares Held	% Change in # of Shares Held	This Holding as % of Firm's Portfolio	Holdings Date	Investor Type
Fidelity Management & Research Company LLC	16.823,5 US\$	8,24 %	75.601.215	(5.684.516)	(6,99 %)	1,03 %	31/12/20	Investment Advisor
The Vanguard Group, Inc.	15.712,2 US\$	7,69 %	70.607.149	(378.902)	(0,53 %)	0,33 %	31/12/20	Investment Advisor/Hedge Fund
T. Rowe Price Associates, Inc.	11.301,6 US\$	4,91 %	44.969.056	(301.676)	(0,67 %)	0,97 %	30/9/20	Investment Advisor
BlackRock Institutional Trust Company, N.A.	9742,4 US\$	4,77 %	43.779.954	1.366.798	3,22 %	0,33 %	31/12/20	Investment Advisor
State Street Global Advisors (US)	10.472,8 US\$	4,55 %	41.671.306	5.236.449	14,37 %	0,67 %	30/9/20	Investment Advisor/Hedge Fund
Benioff (Marc Russell)	6747,1 US\$	3,17 %	29.048.701	(330.000)	(1,12 %)	100,00 %	30/10/20	Individual Investor
Geode Capital Management, L.L.C.	2914,2 US\$	1,43 %	13.095.762	318.948	2,50 %	0,42 %	31/12/20	Investment Advisor/Hedge Fund
Jennison Associates LLC	3278,9 US\$	1,43 %	13.046.828	(2.080.134)	(13,75 %)	2,25 %	30/9/20	Investment Advisor/Hedge Fund
Nuveen LLC	3217,4 US\$	1,40 %	12.801.980	(648.616)	(4,82 %)	0,77 %	30/9/20	Pension Fund
Fisher Investments	2779,9 US\$	1,37 %	12.492.164	599.727	5,04 %	2,03 %	31/12/20	Investment Advisor/Hedge Fund
Wellington Management Company, LLP	2322,5 US\$	1,14 %	10.436.620	345.878	3,43 %	0,37 %	31/12/20	Investment Advisor/Hedge Fund
Janus Henderson Investors	2599,7 US\$	1,13 %	10.344.339	(718.809)	(6,50 %)	1,09 %	30/9/20	Investment Advisor/Hedge Fund

Institutional Ownership	
Funds	47%
Banks	2%
Insurance Co.	0%

Management Ownership	
Percentage Held	4%
Outstanding Shares	915 Mil

Fund Ownership Summary	
Date	No of Funds
Mar-19	2664
Jun-19	2748
Sep-19	2799
Dec-19	2969
Mar-20	3127
Jun-20	3297
Sep-20	3517
Dec-20	3535

IBD Mutual Fund Index Ownership		
Fund	Fund Assets	%
American Century Foc...	3.62%	
Fidelity Contrafund	3.53%	
Janus Henderson Forty S	3.2%	
MFS Growth A	1.6%	
JPMorgan Large Cap ...	0.89%	
Franklin Growth A	0.59%	
WELLS FARGO GRO...	0.2%	

Gran aumento de fondos en los últimos trimestres. Y destacar que vemos grandes fondos como Fidelity, JPMorgan, Wells Fargo, Janus Henderson, etc.

CEO - Marc Benioff

Benioff fundó Salesforce en 1999 y ahora es una empresa de Fortune 500 con 50.000 empleados, guiada por cuatro valores fundamentales: confianza, éxito del cliente, innovación e igualdad. La empresa ha sido reconocida como la empresa más innovadora por Forbes, un mejor lugar para trabajar por Fortune y la décima empresa más admirada del mundo por Fortune.

Benioff fue nombrado "Innovador de la década" por Forbes y es reconocido como uno de los 25 líderes más importantes del mundo por Fortune y uno de los 10 directores ejecutivos con mejor desempeño por Harvard Business Review.

Antes de lanzar Salesforce, Benioff pasó 13 años en Oracle Corporation, donde fue el vicepresidente más joven en la historia de la empresa. Cuando tenía 14 años, vendió su

primer software, "How to Juggle", por 75 dólares. Fundó su primera empresa, Liberty Software, que creó videojuegos, a los 15 años.

ANÁLISIS

INGRESOS (LTM)	\$198.9 B
P/S	9.3x
P/B	4.8x
Ratio de liquidez	1.2x
Deuda/Patrimonio	15%
Deuda/EBITDA	1.17x
Ventas Q/Q	20%
EPS Q/Q	200%
Rotación de Activos	0.35x
Margen Bruto	74%
Margen Operativo	0.3%
Crecimiento de Ingresos estimados 2021	22%

Resultados 4Q

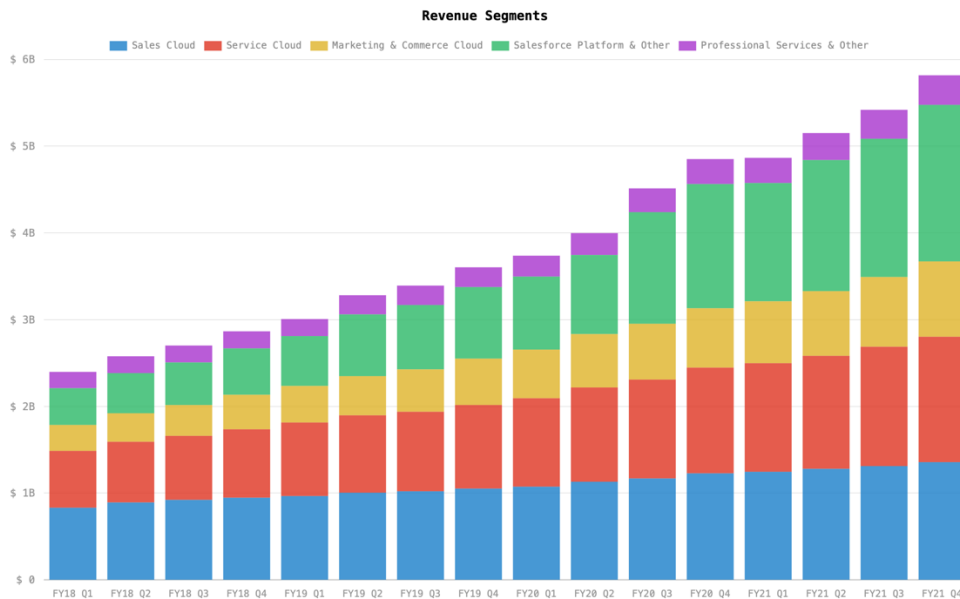
- Ingresos del cuarto trimestre de \$ 5,82 mil millones, un aumento del 20% año tras año.
- Ingresos del año fiscal 21 de \$ 21,25 mil millones, un aumento del 24% año tras año.
- Margen operativo del año fiscal 21 de 2,1%
- Aumento del guidance de ingresos del primer trimestre del año fiscal 22 a aproximadamente \$ 5.875 mil millones a \$ 5.885 mil millones, un aumento de aproximadamente un 21% año tras año
- El efectivo generado por las operaciones para el cuarto trimestre fue de \$ 2.170 millones, un aumento del 33% año tras año. Y el efectivo generado por las operaciones para el año fiscal 2021 fue de \$ 4.8 mil millones, un aumento del 11% año tras año.
- El efectivo total, los equivalentes de efectivo y los valores negociables terminaron el 4 trimestre en \$ 11,97 mil millones.

Salesforce con una capitalización de mercado de \$ 200 mil millones, las acciones cotizan a menos de ocho veces las ventas del próximo año. Viendo las otras SaaS, estamos ante una valoración bastante atractiva.

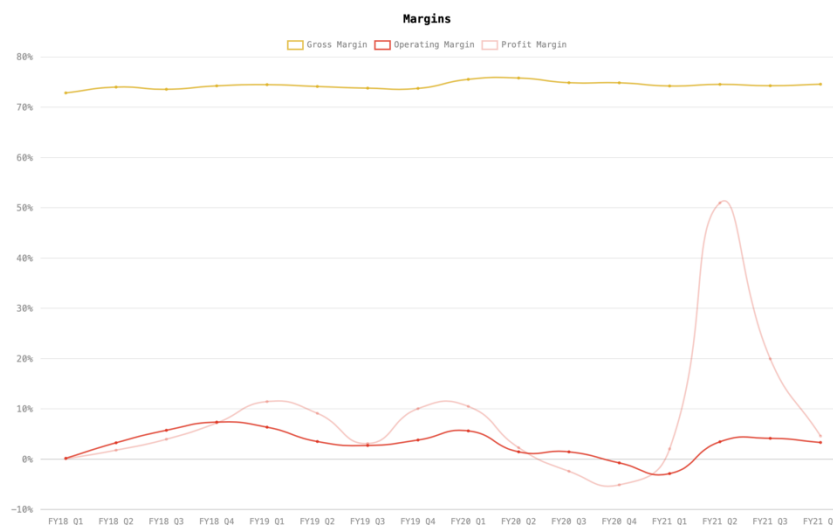
La expansión de su negocio junto a las inversiones, podrían hacer que sus ganancias no aumenten tanto como lo esperado. Sin embargo, ese crecimiento irregular de las ganancias también indica que Salesforce está expandiendo continuamente su ecosistema, lo que debería ampliar su liderazgo en el mercado de CRM y generar un nuevo crecimiento de sus nubes de ventas, marketing, comercio electrónico y análisis a largo plazo.

En su presentación del día del inversionista en diciembre, Salesforce declaró que sus ingresos anuales se duplicarían con creces a más de \$50 mil millones para el año fiscal 2026. Espera que su mercado direccionable total crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 11% entre el año fiscal 2021 y 2025 en un mercado de \$ 175 mil millones con una demanda en auge de sus herramientas de ventas, marketing, comercio, análisis y CRM basadas en la nube.

La empresa cuenta con ingresos crecientes, a una tasa anualizada promedio del 25%, manteniendo unos niveles de márgenes estables y solidos por encima del 70%.



Los ingresos en el Q4 totalizaron \$5.817B, siendo “Salesforce Platform & Others” el segmento con mayor peso dentro de la composición.

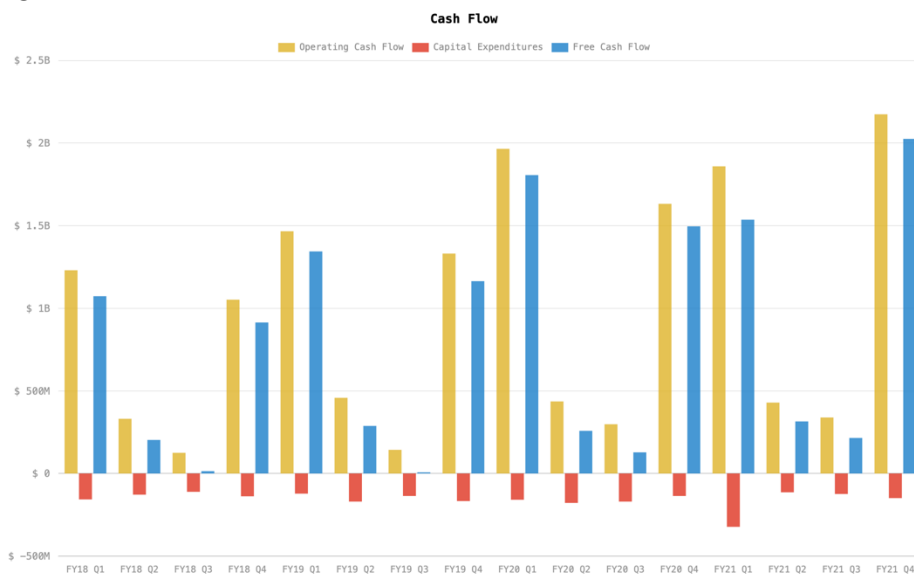


Destacar, que a pesar de tener margen bruto en niveles constantes, la empresa se vio muy afectada en la mitad del año pasado, bajando su efectividad y rentabilidad. Un

factor que acompaña a esto, es su des aceleramiento en los niveles de ingresos, vemos como en el Q4, tuvieron un crecimiento del 19% contra un 34% en el año anterior.

Con respecto al balance, cuenta con un aumento constante de caja y equivalentes, totalizando los mismos en \$9.49B. Siendo los activos corrientes de \$21.899B y los activos totales de \$66.301B. Con respecto a los pasivos, los pasivos corrientes son de \$17.728B con una deuda neta de \$2.676B, totalizando los pasivos una suma de \$24.808B. Teniendo así una deuda del 15% con respecto al patrimonio y niveles de 1.43 de Deuda/EBITDA.

Por último, el flujo de caja. El ingreso de la caja operativa es de \$4.801B con lo que puede satisfacer sus niveles de deuda. Teniendo una salida de caja por inversiones de \$3.971B y una entrada por financiación de \$1.194B. Siendo así el flujo de efectivo libre, de \$2.025B



Conclusión

Salesforce no es una acción de crecimiento, sin embargo, los inversores en busca de valor pueden ver interés en la empresa. Creo que la empresa ofrece un equilibrio sólido entre crecimiento y valor, y su modelo de negocio resistente la convierte en un juego seguro a largo plazo en el creciente mercado de servicios en la nube.

El software CRM puede ser utilizado por cualquier empresa orientada al consumidor para registrar información del cliente, ingresar y supervisar problemas de servicio al cliente, administrar campañas de marketing e incluso sugerir ventas adicionales a clientes existentes. Y no es solo para las industrias minorista y de servicios. Estamos siendo testigos de una adopción generalizada entre las empresas financieras, sanitarias y de fabricación.

La participación global de ventas de CRM de Salesforce fue de un 18,3% para fines de 2019. Eso es más del doble de su siguiente competidor más cercano, y casi igual a los números 2, 3, y 4 en participación de mercado, combinados.

Además de ser el proveedor de software CRM basado en la nube, Salesforce también anunció recientemente su adquisición más grande en la historia de la compañía: un acuerdo de efectivo y acciones por \$ 27.7 mil millones para comprar Slack Technologies. La idea con esta transacción es utilizar Slack para realizar ventas cruzadas de sus soluciones CRM de la misma manera que Microsoft usa Teams para realizar ventas cruzadas de sus productos.

Mientras que la mayoría de las acciones de software como servicio vienen con un múltiplo de precio a ventas de 20 o más, los inversores pueden comprar en la fuerza de ventas por unas ventas muy razonables de 8 veces el año futuro. Eso no está mal para una empresa que puede seguir duplicando sus ventas cada cuatro años.

Con un margen bruto de casi el 75%, Salesforce es una acción SaaS "imprescindible" que probablemente seguirá mostrando su dominio en los próximos años. El objetivo que tiene, es convertirse en una de las empresas de software más grandes del mundo