

Oracle, dispuesta a batallar por el 100% de Peoplesoft

OPA Larry Ellison quiere hacerse con el control del consejo de la empresa opada en la junta de primavera

SANTIAGO MILLÁN /
MARIMAR JIMÉNEZ Madrid

Después de un año y medio, la resolución del caso Peoplesoft se acerca. Oracle ha logrado el respaldo del 61% de los accionistas de esta última. "Cuando el oso te abraza, uno no puede hacer nada", dice Enrique Dans, director de tecnología del Instituto de Empresa. Ahora el obstáculo es eliminar las barreras antiopa o píldoras envenenadas aprobadas por el consejo de Peoplesoft cuando mandaba Craig Conway.

Oracle ha pedido a la firma opada que retire las trabas. Incluso ha pedido al Tribunal de Delaware que retire la *poison pill*. Aunque, corre el riesgo de alargar en exceso el proceso. Además, algunos expertos ven complicado que el juez intervenga si las barreras han sido aprobadas correctamente, como así sucede.

Peoplesoft tiene varias opciones. La principal, que su consejo emita más acciones para diluir la participación de Oracle y obligar a esta última a desembolsar más dinero si de verdad quiere hacerse con el control. Según Dans, "la dirección de Peoplesoft por perpetuarse ha utilizado malas artes. Ha rechazado la oferta de Larry Ellison de 24 dólares por acción sin proteger al accionista". También cree que la oferta maximizaba el valor de Peoplesoft, "lo cual queda patente al ser aceptada por la mayoría".

La eliminación de la píldora envenenada depende de su consejo. Un órgano que cuenta con siete integrantes: el fundador David Duffield; George Battle, presidente de Ask Jeeves; Aneel Bhushri, socio del fondo Greylock; Frank Fanzillo, ex ejecutivo de Credit Suisse; Steven Goldby, consejero delegado de Symyx; Michel Maples, ex consejero de JD Edwards; y Cyril Yansuoni, ex presidente de Read-Rite. Battle, presidente del comité de transacciones, dejó claro que la oferta de 24 dólares no es adecuada. Es probable que si llegase a 26 dólares cambiara de opinión, pero Oracle no está muy dispuesta. Además, diversos expertos han señalado que si la firma de Ellison eleva la oferta significaría que no cree en su precio.

Mientras, una guerra psicológica ha comenzado. Algunos de los grandes participantes institucionales, poco acostumbrados a pronunciarse, se han posicionado. Duffield, propietario de un 8,3%, se ha opuesto a la opa, al igual que Private Capital, segundo accionista institucional con un 9,3%. Ninguno se ha rendido, aunque, según el último comunicado de Peoplesoft emitido ayer jueves da la impresión de que venderían a 26



A la izquierda, Craig Conway, ex consejero delegado de Peoplesoft, y Larry Ellison, presidente de Oracle. BLOOMBERG

FUTURO Una compra difícil de digerir

● **Tras cerrarse la adquisición**, algo que ningún experto consultado duda, la pregunta clave es qué ha comprado Oracle: "Una compañía que a la vez ha comprado otra, JD Edwards. Es decir, un conglomerado de productos y estrategias difíciles de digerir", subraya Enrique Dans, del Instituto de Empresa, quien cree que Oracle perderá gran cantidad de recursos y tiempo en alinear a la gente para que funcione en la misma dirección.

● **La opinión de Javier Fernández**, de Profit, es que Oracle deberá mantener los productos de ambas compañías al menos durante cinco o seis años, "porque sino a Oracle le habrá salido cara la compra, pues perderían los clientes de Peoplesoft".

● **Otra fuente del sector** muestra reservas a la compra: "Sufrirán vaivenes hasta que aclaren por qué tecnología apuestan, y Oracle tendrá que hacer una inversión notable en integrar las dos plataformas y dejará de invertir en I+D, algo que aprovechará la competencia".

dólares. "Duffield parece más preocupado de ganar esos dos dólares que de otra cosa", dicen fuentes del sector.

Pero Oracle ha encontrado amigos. La poderosa The Capital Group, máximo accionista institucional de Peoplesoft con un 10,2%, se ha alineado con Ellison. La duda es saber qué postura adoptarán

desbloquee la situación. Y no les interesaría una subida de la oferta porque sería como pagarse a sí mismos.

La batalla de consejos parece haber caído de lado de Oracle. Un órgano que preside Ellison y en el que se sientan otros tres directivos del grupo además del presidente de International Creative, Jeffrey Berg; el presidente de Cadence Design, Raymond Bingham; el ex congresista, Jack Kemp; el poderoso hombre del capital riesgo en EE UU, Donald Luca, y tres profesores de la Universidad de Stanford. Algunos medios de comunicación de EE UU ven la victoria de Oracle como un triunfo del lobby de esta universidad. Y sería el segundo en poco

tiempo, tras la salida a Bolsa de Google, un proyecto impulsado por Stanford.

Según han comentado algunos analistas, Oracle tendría la oportunidad de hacerse con el control del consejo de Peoplesoft en la próxima junta de accionistas de la primavera. En ella, deberán renovar cuatro integrantes: Battle, Fanzilli y

Yansuoni, además de elegir a un sustituto de Conway. Oracle ha nominado ya a sus cuatro candidatos: un profesor de UCLA, otro de la Kellogg University, un hombre del capital riesgo en EE UU y el ex vicepresidente de KeyCorp.

El problema puede ser cómo quedarán ambas tras el proceso. "Están dando un espectáculo lamentable porque se están enfrentando sin tener en cuenta al cliente" dicen fuentes del sector.

Para Javier Fernández Verdejo, socio director de Profit, "ya no hay marcha atrás. Se han despejado dudas sobre si la intención de Ellison era debilitar a un competidor. En esta semana ha quedado claro que Oracle quiere comprar Peoplesoft". Y apunta que en las barreras antiopa existen cláusulas que afectan a los clientes, "que no pueden ser eliminadas y que comprometen a Oracle a pagar entre 2 y 5 veces el precio que hayan pagado por los productos de Peoplesoft si tras la compra pararan el servicio".

Competir con Microsoft y SAP será una tarea ardua

¿Cómo quedará el mercado de las aplicaciones de gestión empresarial (ERP) tras la adquisición? La respuesta de Enrique Dans, director de tecnología del Instituto de Empresa, es contundente: "A Oracle le pasa como a Bayer, se las conoce sólo por un producto. A una por la aspirina, a la otra por su base de datos". Según Dans, Oracle no ha logrado un reconocimiento en el área de las aplicaciones, y "la compra de Peoplesoft y JD Edwards incrementará el valor de Oracle en ese negocio".

Pese a ello, la compañía de Ellison no lo vaya a tener fácil, porque el mercado de ERP ya no vive los tiempos de vino y rosas de años atrás. En 2003 decreció en Europa un 7% en euros. "Es un mercado donde ya es difícil crecer", dice Ana Baranda, socio de Accenture. "Y aunque se produzca la adquisición no parece que vayan a cambiar mucho las cosas, al menos en España y a corto plazo", añade. SAP sigue siendo la número uno con un 42% de cuota de mercado, según IDC, y curiosamente -y a diferencia de lo que ocurre en Europa donde quienes le siguen son

COMPETENCIA

● **Luchar con SAP no será fácil**, dicen los expertos. La alemana se está situando "brillantemente" en pymes, y con sus herramientas Netweaver apuesta por ser la plataforma tecnológica principal no sólo de los clientes de su ERP sino de empresas que no usan sus aplicaciones estándares.

Oracle (7%) y Peoplesoft (3%) - en el mercado español quien va detrás es Microsoft, con sus plataformas para mercados intermedios Navision y Axapta. Oracle y Peoplesoft tienen en España una cuota del 10% y 3%.

Baranda afirma que hay dos áreas de crecimiento: las soluciones verticales para los sectores público y financiero, y las nuevas funcionalidades que amplían las del ERP, como los CRM. "En esos nichos habrá cierta batalla, porque Peoplesoft ha sido muy agresiva este año con su solución de recursos humanos (tras introducir la nómina en español) y en CRM, y ha logrado algún contrato importante en áreas donde SAP quiere crecer". También la compra de Peoplesoft allanará la entrada de Oracle en el mercado medio, donde SAP crece de forma importante.