

La nueva Oracle despliega velas para alcanzar a SAP

MÁRIMAR JIMÉNEZ Madrid

Tras 18 meses de duros enfrentamientos entre Oracle y Peoplesoft, el lunes se confirmaba que nacía la nueva Oracle, tras pagar la compañía de Larry Ellison 26,5 dólares por cada acción de su rival, un 75% más que su primera oferta. La operación, que le ha permitido situarse en el segundo lugar del ranking de software de gestión empresarial, se ha valorado en 7.740 millones de euros. Existe un nuevo escenario, pero cómo afectará a la competencia en España.

El mercado español, como en general el europeo, está dominado claramente por la alemana SAP, que no sólo ha controlado en el pasado, sino que su dominio crece, como apunta Enrique Dans, profesor del Instituto de Empresa, en el segmento de mayor crecimiento, el de las pymes. Para este experto, la empresa resultante es indudablemente más sólida en cuanto a su cesta de productos, y compete de forma más convincente con otros jugadores, como Meta4, en el segmento de las aplicaciones. Y es que Peoplesoft tiene una buena solución de recursos humanos y ha conseguido contratos importantes en España desde que introdujo la nómina en castellano.

Para Pierre Paradis, consejero delegado de Meta4, es evidente que en países donde Peoplesoft es fuerte (EE UU y el mundo anglosajón) se res-

COMPRA El mercado español de aplicaciones empresariales está liderado por SAP. ¿Acabará Oracle con ese dominio y podrá luchar con Microsoft y los proveedores locales?

insiste en que mantendrán los productos de Peoplesoft durante diez años.

Ana Baranda, socio de Accenture, afirma que la propia Oracle sabe que en España no van a cambiar mucho las cosas, porque es un mercado muy maduro donde SAP es líder y Microsoft ocupa el segundo lugar. "En nuestro país las empresas grandes son 1.000 y muchas ya tienen soluciones implantadas. Si quieren crecer ahí será a costa de desplazar a SAP y no es fácil".

Para Baranda, la situación en las pymes no pinta mejor. Primero porque SAP ha irrumpido en ese mercado, con su SAP Business One. Y, segundo, porque está Microsoft, con sus plataformas Navision y Axapta; y una serie de proveedores locales e internacionales como SP/GrupoSage, Logic Control y CCS (de Jazztel) compitiendo. "Además, Oracle y Peoplesoft juntas tampoco ofrecen un producto específico para las empresas más pequeñas", añade el socio de Accenture, quien afirma que no sería extraño que Oracle, a tenor de las declaraciones más recientes, tomara la decisión de comprar otra empresa de software para pymes.

Baranda coincide con Javier García, director general de operaciones de Atos Origin en España, en que va a haber incertidumbre en el mercado. "Peoplesoft ha tenido una progresión ascendente en España en 2004, especialmente en el sector financiero, pero puede verse frenada por las dudas", opinan. "La base de clientes de Peoplesoft va a pedir a Oracle que le expliquen cuál va a ser la estrategia en detalle de los productos y el mercado va a necesitar tiempo para coger confianza", subraya García.

Baranda puntualiza que los compradores de soluciones de Peoplesoft "seguramente no se sentirán muy cómodos, porque el objetivo confesado por Oracle de mantener las soluciones de Peoplesoft diez años, implica que la apuesta de futuro es realmente Oracle, aunque está por ver".



600 CLIENTES EN ESPAÑA

Peoplesoft aporta a Oracle unos 400 clientes en España. En los últimos cinco meses ha firmado contratos que suponen gestionar los recursos humanos de 70.000 empleados. Oracle, por su parte, tiene 200 clientes de aplicaciones empresariales.

petará la regla de mercado y la base instalada. "Pero los mercados latinos [España, Italia, Francia, Portugal y Latinoamérica] son otra historia". La razón, asegura, es que las cuotas de mercado de Peoplesoft son en esos lugares o modestas o inexistentes y las de Oracle medias. "Aquí está claro que la tecnología Oracle se va a imponer rápidamente y habrá que ver qué pasa con las aplicaciones de Peoplesoft". Desde Oracle se

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

LA COMPRA de Peoplesoft, que lleva dentro JD Edwards, permite a Oracle adquirir una cartera de aplicaciones corporativas interesante, sobre todo en el área de recursos humanos, para impulsar su estrategia hacia el mundo de las soluciones de gestión empresarial.

ORACLE adquiere la base de clientes de Peoplesoft y de JD Edwards. Además puede entrar en el mercado de la pequeña y mediana empresa, un movimiento que había acometido con poco éxito.

LA COMBINACIÓN de una base de datos iider con las aplicaciones de Oracle, Peoplesoft y J.D. Edwards se entiende como una fortaleza, sumada a la fuerza frente a los integradores.

LOS NÚMEROS de la nueva Oracle son realmente impresionantes, pero después hay que integrar tecnologías, equipos humanos, clientes, estrategias... Y no es una tarea ni sencilla ni rápida.

EL SOLAPAMIENTO DE algunos productos es un problema. En CRM tanto Oracle como Peoplesoft tenían buenas estrategias. Ahora tendrán que ver cómo queda el mapa.

LA FORTALEZA DE SAP en la gran cuenta pone las cosas difíciles a la nueva Oracle. Por su parte, en las pymes tendrá que hacer frente a un número importante de proveedores locales, como Logic Control o Meta4, sin olvidar al gigante Microsoft.

Las dos consultoras creen que la situación de incertidumbre será aprovechada por la competencia, "que puede salir fortalecida en el corto plazo", añaden. No obstante, piensan que a medio plazo la nueva Oracle, con la potencia que obtendrá su marca, podrá hacer más daño a sus rivales: "Dependerá de que se marquen una buena estrategia de producto, porque aquí la calidad de la solución es muy importante".

Dans destaca, sin embargo, que la enorme fuerza de Oracle, al apalancar su dominio en la base de datos, le permitirá acercarse ahora a sus clientes y ofrecerles, una vez que las líneas de productos hayan sido racionalizadas, una cartera de soluciones más variada, con opciones muy interesantes de venta cruzada. Y añade una reflexión clave en este mercado: "La compra de People-

soft nos deja una compañía con unas relaciones interesantísimas con muchos integradores. Éstos juegan un papel fundamental en la prescripción y, además, se verán positivamente beneficiados por las demandas de servicios de sus clientes interesados en la portabilidad de las aplicaciones".

La socia de Accenture asegura que habrá que estar atentos a la reacción de SAP. "Estoy segura de que tomará alguna decisión estratégica porque venden muchas aplicaciones sobre las bases de datos de Oracle. Aunque es difícil poder dejar de hacerlo, tendrán que ver cómo mantener con Oracle una posición de ganador-ganador". Algo similar le ocurrió a la propia Accenture con IBM, cuando ésta compró PricewaterhouseCoopers. "Nuestra relación con IBM ha cambiado?".