



Ríos revueltos, pescadores y cazadores: ¿por qué se compran unos a otros?



Enrique Dans. Profesor del Instituto de Empresa -
El sector tecnológico vive en continuo movimiento, y no sólo por la rapidez vertiginosa con la que se producen cambios en la oferta de productos, sino también por la lucha desahogada que estas empresas mantienen por ganar y conservar cuotas de mercado.

La tecnología es un sector sumamente entretenido. ¿Se imaginan algún otro sector en el que, de la noche a la mañana, uno de los competidores importantes anuncie que compra a otro, también importante... todo para que tres días después se anuncie que el primero va a ser a su vez comprado por otro mayor? La oferta de compra de J. D. Edwards por parte de PeopleSoft, seguida dos días después por la OPA hostil de Oracle sobre la propia PeopleSoft es una de esas jugadas que crean afición, como para que los estrategas del mundo unidos se dediquen a las cábalas y las observaciones de todo tipo... Mientras tanto, a río revuelto, ganancia de pescadores: SAP contraataca dirigiéndose expresamente a los clientes con implantaciones de J. D. Edwards y PeopleSoft y afirma que, dado el lío que se ha montado, harían bien en pasarse a sus productos, para lo cual les lanza una agresiva oferta. En fin, que uno ya no sabe si lee la prensa especializada o la prensa del corazón.

Aparentemente, si hacemos caso a los analistas, se trata de una carrera desenfundada en pos de una mayor cuota de mercado. Estos productos, aunque en un futuro serán ubicuos y de implantación casi obligatoria en empresas de todos los tamaños, son todavía patrimonio de empresas grandes, de corporaciones. Tanto PeopleSoft, como J. D. Edwards u Oracle son cazadoras de elefantes. La lucha actual, por tanto, sería una pugna por ver quien caza más elefantes, sobre todo ahora que cada vez quedan menos elefantes que cazar. Pero en la práctica, y por mucho que se empeñen esos observadores de la industria tan obsesionados con los gráficos, las matrices 2x2 y las cuotas de mercado, no es así. Se trata, más bien, de una carrera en pos de otra cuota, una cuota poco medida hasta ahora: la cuota de cliente.

Las líneas de productos de las empresas citadas tienen, por supuesto, numerosas interdependencias entre sí. No basta con venderle a una empresa una base de datos, porque sobre ella podría poner aplicaciones de otra compañía, e incluso combinar módulos de diferentes competidores... todo depende de cuánto se quiera uno gastar en integración, de si opta por una de las dos famosas teorías: el "all-in-one" (que un fabricante me lo dé todo) o el "best of breed" (el "mejor de la camada", la mejor solución, la más puntera de cada fabricante). No está claro cuál de estas dos estrategias es mejor. Lo que en una nos gastamos en integración, consultores y desarrollo de interfaces, en otra dicen que lo perdemos en funcionalidad. De ahí que, dado que los elefantes ya no abundan, cada vez que avistemos uno queramos quedarnos con todo, desde la trompa hasta el rabo. Además, como hasta el rabo todo es toro (perdón... elefante), si cazamos al elefante en condiciones, es más posible que permanezca con nosotros en el futuro, implante nuestras sucesivas versiones y no sufra tentaciones de ponerse en el punto de mira de otro cazador que pase por allí.

Mientras tanto, ¿quién caza todo lo que pasa por allí y es más pequeño que los elefantes? Algunos de nuestros cazadores ya citados lo intentan con desigual fortuna, y la lucha promete ser interesante. Pero se escuchan rumores que afirman que hay un cazador especialista en simplificar las cosas que acaba de desembarcar en África, y que nos vamos a enterar... Que las últimas veces que este cazador se ha metido en un territorio, no ha dejado a ningún otro escopetero sano y ha disparado a todos los animales de la selva. Hablamos, por supuesto, de Microsoft. Si alguien es capaz de "vulgarizar" las aplicaciones de gestión y ponerlas al alcance de la pequeña y mediana empresa, ese debe ser Bill Gates y sus muchachos.

La 'pelea' se desarrolla en un sector en el que las cuotas de mercado son cruciales

La apuesta por el control de las aplicaciones corporativas comenzó hace tiempo,

con la compra de Great Plains, en el mercado norteamericano, y de Navision en el europeo, lo que ya representó, un avance de las intenciones de posicionamiento de la empresa. Ahora, redondea la jugada apostando por las aplicaciones de CRM mediante la colaboración con el líder del mercado, Siebel. A estas alturas no podemos saber todavía si esta colaboración será una simple "cacería", una aventura por la selva en la que mientras uno sigue disparando a los elefantes, el otro dispara a conejos y gacelas, o representará algo más. Si hacemos caso a experiencias anteriores, cuando Microsoft estuvo interesada en aprender de B2B, se fue de cacería con CommerceOne, de la que aprendió todo lo que necesitó para incorporar soluciones simples de acceso a e-marketplaces en Microsoft BCentral. Pero después de la cacería dijo "adiós, ha sido un placer, he aprendido mucho", y se fue por su cuenta. En el caso de Siebel no sabemos si será así, o si llegará un momento en que se planteen, lisa y llanamente, comprar la compañía, algo que daría un vuelco radical al panorama competitivo de este sector.

El escenario es interesante. Por un lado, algunos analistas financieros castigan a las empresas tecnológicas por una serie de pecados que dicen que cometieron en el pasado (todo esto mientras otros analistas financieros son fuertemente castigados por haber recomendado empresas tecnológicas que sabían que eran un desastre sólo para ganar dinero en las transacciones originadas... como para fiarse de los analistas financieros...) Por otro lado, algunas de esas empresas tecnológicas, con líneas de productos exitosas aún en medio de la crisis, se capitalizan lo suficiente como para plantearse operaciones de adquisición. Y, para cerrar el triángulo, la pelea se desarrolla en un mercado en el que las cuotas son cruciales, porque se trata de cazar elefantes y cada vez hay menos elefantes que cazar. ¿Resultado? En este sector no hay nada cierto, nada sagrado, todo se puede mover. Al amanecer, en África, la gacela sabe que necesita ser más rápida que el más rápido de los leones si quiere sobrevivir. Mientras, al amanecer, el león sabe que tiene que ser más rápido que la más rápida de las gacelas si quiere sobrevivir. ¿Moraleja? No importa si eres león o gacela, ni siquiera si estás en África o en algún otro sitio... en cuanto veas que empieza a amanecer... ¡¡CORRE!!