

La concentración del *software* corporativo se acelera

Pinar Ozcan

e-business Center PwC&IESE

31/01/08



Después de varios intentos fallidos, Oracle se ha hecho finalmente con BEA Systems, que se añade a la lista de adquisiciones que la compañía de Larry Ellison ha hecho en los últimos años y en la que figuran Siebel, PeopleSoft (que había adquirido previamente a otro importante proveedor, J.D. Edwards) e Hyperion, junto con otras compañías de menor tamaño.

Esta estrategia responde básicamente a la necesidad de satisfacer las demandas de los clientes corporativos de Oracle, que además de sus aplicaciones de bases de datos le demandan cada vez más soluciones que integren todos los productos de software necesarios para su negocio. Esta integración facilita a los clientes sus tareas de gestión de datos y les permite mejorar la eficacia de los procesos sin el engorro de tener que lidiar con distintos interlocutores.

Con la reciente adquisición de BEA y su catálogo de soluciones *middleware* (el software que permite que los sistemas heterogéneos puedan compartir información) Oracle refuerza su papel como proveedor global, amplía su cartera de clientes y se coloca más cerca de IBM, que controla el 32% del sector del *middleware* y lidera el mercado del software corporativo. En gran parte precisamente porque el gigante azul dispone del catálogo de productos corporativos más completo e integrado del mercado.

Sun, de aliado a rival

Mientras Oracle daba a conocer la compra de BEA, su más fiel aliado, Sun Microsystems, anunciaba la adquisición de MySQL por el equivalente en dólares de 680 millones de euros. Con esta operación, la compañía que creó Java entraba en el mercado de las bases de datos y pasaba a ser un rival directo de Oracle, líder de este segmento de las TIC.

MySQL es una compañía pionera del software de código abierto y un referente de LAMP (concepto que engloba a los productos líderes del software libre: Linux, Apache, MySQL y PHP). Sin embargo, el éxito de esta compañía de origen sueco no bastó para disipar las dudas sobre la viabilidad de una compañía basada en un único producto en un contexto que demanda soluciones corporativas completas. MySQL había anunciado sus intenciones de salir a bolsa pero nunca las materializó y cada vez parecía más difícil rechazar las sucesivas ofertas de compra, incluso de la propia Oracle, hasta que finalmente ha aceptado la de Sun Microsystems.

La experiencia demuestra que una adquisición no suele ser una solución mágica que resuelve todos los problemas de crecimiento de una compañía. Los procesos de integración suelen ser lentos y difíciles y al final sólo un treinta por ciento de los mismos consiguen crear valor para el comprador. Sun, por ejemplo, necesita encontrar la manera de aprovechar la enorme popularidad de MySQL, que se basa en software de código abierto y se distribuye gratuitamente, para beneficiar las ventas de sus productos

más lucrativos. Y por su parte Oracle deberá superar el problema del solapamiento del catálogo. Dado que tiene ya su propio *middleware* y que ahora le añade el de Bea, necesitará una estrategia capaz de resolver esta dualidad sin intranquilizar a los clientes preocupados por la continuidad del producto que ellos emplean.

La dificultad de mantener la independencia

Las adquisiciones de Bea y de MySQL se producen en un contexto de creciente ralentización del mercado, que dificulta a las empresas el crecimiento orgánico y grandes proveedores como Oracle y Sun no son una excepción. La primera empresa ha comprado para acelerar el crecimiento de su cuota de mercado, mientras que la segunda quiere abrirse camino en un nuevo campo, con un coste menor del que arrostraría si lo intentase con sus propias fuerzas.

Paralelamente, los proveedores más pequeños se enfrentan no sólo a una situación económica menos optimista, sino también a la dificultad de ofrecer catálogos amplios de soluciones, lo que dificulta su supervivencia y favorece a las corporaciones capaces de crecer mediante la compra de terceras compañías.

La confluencia de estos factores reequilibrará el mercado del *software* corporativo. Los clientes tenderán a trabajar con proveedores de *software* corporativo cada vez más grandes, los productos se estandarizarán progresivamente y el mercado del *software* se concentrará aún más.