

La compañía apuesta todo a una alianza con Microsoft

Nokia, ¿resurgimiento o canto de cisne?

Nokia quiere volver a ser la que era. Y ya desplegó sus armas. Con sus nuevos modelos de *smartphones*, la compañía finlandesa se lanzó de lleno a la arena para recuperar el trono arrebatado por Apple y Samsung.

Luján Scarpinelli

A pesar de todo, Nokia sigue siendo el primer fabricante mundial de teléfonos. Aunque debe adaptarse a las exigencias del público, ávido de tecnología, pero exigente. La firma comenzó a preparar su jugada hace poco menos de un año, cuando anunció un acuerdo con Microsoft, un aliado de peso. El resultado del pacto se dio a conocer a fines de octubre en Londres con el lanzamiento de dos teléfonos inteligentes dotados del sistema operativo más innovador del gigante del software, el Windows Phone 7.

En los días previos al acuerdo, el CEO de Nokia, Stephen Elop, comparó a la empresa con una plataforma petrolera en llamas que debía enfrentar las aguas o, de lo contrario, resignarse a desaparecer en el fuego. Hoy, el camino elegido está a la vista: no entregarse a manos de los equipos de Apple y los que funcionan con Android, la plataforma de Google.

La presentación de los dos móviles promesa llamados "Lumia" llega en un momento crucial, ya que el mercado había restado confianza a Nokia, con el precio de su acción reduciéndose significativamente desde los primeros meses de este año. La apuesta es grande, ya que la empresa reemplaza su plataforma actual,

Symbian, considerada el sistema operativo móvil más popular del mundo.

Luego de afrontar una baja de 38% en las ventas del tercer trimestre de este año en comparación con el mismo periodo del año anterior, se espera un repunte para el último cuarto. Pero habrá que esperar hasta la Navidad para revelar la incógnita sobre el éxito de los móviles entre los consumidores, al menos, los del continente europeo, donde se pusieron a la venta desde noviembre. En cambio, la prueba en los mercados estadounidense y chino será recién en 2012, con nuevos productos.

Los analistas apuntan a que la renovación de Nokia en el campo de los *smartphones* deberá pasar esta prueba de fuego para volver al éxito de antaño. O resignarse.

El análisis

Juan Ignacio Ruth, de FDI Gerenciadora de Patrimonios, aporta una visión cronológica para plantear el desafío de la compañía. "En 2007 se inició una revolución en el mercado de celulares con la aparición del iPhone y las mejoras consecuentes que realizaron los competidores sobre sus productos. Desde fines de ese año, las ventas de Nokia muestran un deterioro debido a que no pudo hacer



pie debidamente en el mercado de los *smartphones*". La consecuencia de la pérdida de liderazgo en innovación –apunta Ruth– hizo que su participación en el mercado mundial de celulares cayera de 32% en el tercer trimestre del 2010 a 27% en el tercer trimestre del 2011.

Antes de la aparición formal de los Lumia, JP Morgan Cazenove tituló un informe sobre la compañía que sintetiza la relevancia del lanzamiento para el mercado. "El teléfono con Windows es la llave, el resto es ruido", escribió como encabezado de una evaluación que anticipa una suba en las estimaciones actuales, siempre que se logre

un posicionamiento en el mercado.

"Aunque el negocio de volumen de los móviles parece estar estabilizándose, creemos que sería apresurado decir que Nokia es, de repente, una gran inversión", advierte el banco. Aunque valora la incursión al sostener que los beneficios de las empresas del sector se han trasladado actualmente a los smartphones.

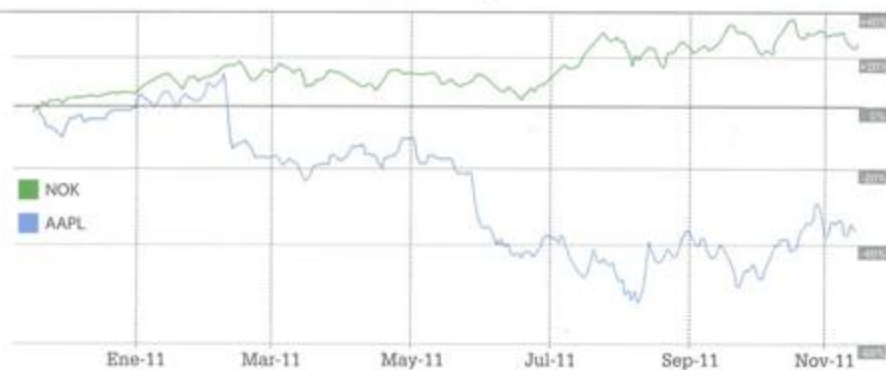
Este tipo de aparatos representa actualmente un 43% de las ventas de Nokia, dentro del área de negocios más importante de la empresa, aclara el experto de FDI.

JP Morgan Cazenove señala que si los resultados de cierre del periodo desde enero-septiembre indican que ya se tocó un piso para los volúmenes de ventas de teléfonos inteligentes, lo que viene depende exclusivamente de la aceptación de los nuevos aparatos por parte de los consumidores. De ser así, continúa, Nokia tiene una gran chance de volver. "Sin embargo, sin haber podido evaluar qué ofrecerán, cómo se diferenciarán y cuán exitosos serán en el mercado, creemos que es muy pronto para ser optimistas en el regreso de Nokia".

El futuro

Ya reveladas las características técnicas, todavía todo está por verse. "Un factor que puede ser decisivo en la adopción y marcar un enorme beneficio ante la competencia —destaca Leonardo Bazzi, Responsable de Research de Puente Hermanos— son los acuerdos con operadoras de telefonía, que pueden bajar los precios y hacerlos más competitivos frente a los otros móviles disponibles en el mercado".

Según Bazzi, Nokia debe valerse de un capital muy fuerte que aún posee: el valor de marca. Y abre una incógnita sobre una de las características más valoradas por los usuarios, la usabilidad, un gran atributo que



dio Steve Jobs a los dispositivos de su creación. ¿Estarán los Lumia, con Windows, a la altura de los iPhone en cuanto a diseño, sencillez y facilidades del sistema operativo?

Del mismo modo, Ruth plantea dudas sobre el porvenir en una situación de retroceso que espera revertir con los Lumia, rivales del iPhone y el Samsung Galaxy. "Con este modelo intenta recuperar terreno frente al fracaso que tuvieron sus anteriores smartphones, debido a que utilizaban un software que tenía más de diez años de antigüedad y menores capacidades que los de los competidores, el iOS de Apple o el Android de Google".

Y respecto del plan de ingresar esos modelos el año próximo en los Estados Unidos argumenta que es difícil anticipar el éxito que pueda llegar a tener en esta tarea, "dado que durante los últimos diez años este mercado le ha sido esquivo. Al menos desde este punto de vista, pareciera una apuesta arriesgada para un inversor".

El consejo del especialista de Puente, cuyo análisis también encendió alertas en ese sentido, es no volcar la inversión a los papeles de Nokia, sino al sector que ha experimentado un significativo crecimiento en el último quinquenio. "Tras el anuncio en Londres, la acción se mantuvo muy volátil porque los inversores tienen la incertidumbre de cómo van a resultar los móviles entre los consumidores. En las primeras semanas desde el anuncio, incluso, hubo una leve caída", precisa Bazzi.

"Por ejemplo, incluyendo en una cartera a los tres, Nokia, Apple y Samsung, se queda cubierto frente

a la volatilidad actual, teniendo en cuenta un momento complicado en la situación internacional, con novedades constantes: hay referéndum en Grecia, luego no, después hay una renuncia, etcétera, y todo esto afecta a las acciones en general", dice recordando el denominado "riesgo BP" en alusión a la catástrofe que afectó a British Petroleum y derrumbó sus acciones un 40% en menos de seis meses. "Es muy riesgoso apostar a una sola empresa, por eventos que una empresa no puede manejar", teoriza, desde un enfoque más amplio.

En cuanto a la posición financiera, FDI señala que es "muy sólida", aun cuando el resultado operativo fuera negativo en 119 millones de euros en los primeros nueve meses del año debido a "la disminución de las ventas de celulares de alta gama que poseen márgenes superiores a los celulares de gamas más bajas cuyas ventas aumentaron". Además, indica que el promedio de las ventas se achicó a causa de la alta competencia, pero los costos fijos de la empresa no pudieron ajustarse en la misma medida. "La compañía necesita aumentar los volúmenes para poder obtener las economías de escala necesarias para ser rentable. Igualmente, se encuentra aplicando planes de reducción de costos", dice Ruth.

Las distintas visiones lo dicen todo. Los analistas prevén un giro en el futuro de la empresa que, como cada uno destaca, está muy condicionado por lo que sucederá en este mes y el año próximo, cuando Nokia lleve sus promesas a los mercados más grandes y rigurosos. **IG**