

La fuerza emergente de Nokia

Hace sólo seis años, India no figuraba entre los 10 mercados más importantes de Nokia. Hoy es el segundo. China ocupa el primer puesto desde hace tres años. Rusia entró en la lista hace cuatro años y hoy es el sexto. Brasil, tras un año ausente de los 10 países más importantes para la multinacional finlandesa, regresó en 2006. Así lo indican los informes anuales del mayor fabricante de móviles del mundo, que muestran la creciente importancia que tienen para Nokia las economías emergentes. Al fin y al cabo, estos cuatro países forman el llamado grupo BRIC, paradigma global de los países emergentes.

La importancia de estos mercados para Nokia se aprecia con sólo dar un vistazo a sus resultados del primer trimestre. Entre enero y marzo, en Norteamérica vendió un 45% menos de teléfonos móviles que en el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, el crecimiento en las otras zonas geográficas -sobre todo en Asia y Latinoamérica- compensó sobradamente aquella caída.

Esta evolución ha acabado por traducirse en una diversificación creciente de la procedencia de los ingresos de Nokia. Sus 10 principales mercados aportaban el 60% del total hace cinco años. El ejercicio pasado, sólo la mitad de los 51.058 millones de euros que facturó provenían de estos países.

La diversificación geográfica ha sido uno de los pilares para que la facturación de la compañía finlandesa suba ejercicio tras ejercicio. Tanto es así que hace dos años los ingresos de Nokia (41.121 millones de euros) superaron por 1.500 millones el presupuesto de Finlandia. En 2007 crecieron el 24%, un ritmo que incluso se ha incrementado en el último trimestre (28%) pese al frenazo económico que ha provocado la crisis financiera mundial.

Gracias a su fuerza en mercados emergentes, la antigua papelera, reconvertida en tecnológica en los ochenta, ha logrado acaparar casi el 40% del mercado mundial de teléfonos móviles, según la consultora tecnológica Gartner.

También España ha puesto su granito de arena en esta evolución. Los ingresos de Nokia procedentes de España superan los de Brasil, Indonesia e, incluso, Italia, un país más rico con 15 millones de habitantes más. Claro, que la penetración entre la población del teléfono móvil en España es de un 115%, con unos 50 millones de líneas.

Disponível em: <<http://www.elpais.com>> Acesso em: 30/4/2008.