

Nortel, nuevo año ¿y vida nueva?

“Hay buenas razones para ser optimista”, explica en una conversación telefónica uno de los responsables de la compañía, Phil Edholm.

Muchas son las voces que ponen el final de Nortel próximo, pero la fabricante de equipos de telecomunicaciones resiste a todos y cada uno de los rumores y defiende su continuidad y su importancia en el futuro. Como en la historia de David y Goliat, [Nortel](#) arremete contra los elementos e intenta demostrar que los agoreros están equivocados. Y, aunque las previsiones de los medios estadounidenses a lo largo de los últimos meses de 2008 eran altamente negativas, la firma tampoco es tan pequeña como David en su lucha contra el gigante.

Nortel no sólo ha conseguido, como explican en su web corporativa, la confianza de “cientos de millones de personas, empresas listadas en Fortune 500 e instituciones gubernamentales”, sino que además cuenta con una trayectoria de más de cien años en el mundo de las telecomunicaciones. La empresa se fundó en Canadá en 1895, en los albores de las comunicaciones telefónicas, y ha sido pionera en la introducción de numerosas herramientas de modernización en los servicios de telecomunicaciones, tal y como recoge su [historia corporativa](#).

Pero esta experiencia centenaria podría no ser suficiente para afrontar un futuro cada vez más complicado. La compañía tuvo que hacer frente el pasado mes de noviembre a la publicación de unos [resultados nada favorables: la pérdida neta para el Q3 alcanzó los 3.410 millones de dólares](#) (2.643 millones de euros), lo que convertía al tercer trimestre de 2008 en el de peores resultados de los últimos 7 años a pesar de un plan de contención de gastos iniciado en septiembre. “Esto no es el final del juego”, hacía balance al día siguiente uno de los dirigentes de la compañía, Bo Gowan, en su blog corporativo.

La firma lanzó entonces, a golpe de noviembre, un plan de reajuste de costes que implicaba la reducción de la plantilla en más de un millar de trabajadores y la reorganización de la cúpula directiva de la compañía. “Decidimos unificar negocio”, explicaba en una conversación telefónica uno de los máximos responsables de la compañía, **Phil Edholm**. La compañía, tal y como apunta el **nuevo CTO y CSO de la firma**, están remodelando los procedimientos de negocio, lo que tiene un eco en la propia estrategia o filosofía corporativa. Tras los cambios de noviembre, la firma emerge como una empresa orientada a ofrecer algo más que meras herramientas para comunicarse. La nueva empresa “conduce las comunicaciones en sus aplicaciones y usos, dando la infraestructura de soporte necesaria y entregando valores diferenciados a sus competidores”.

A pesar de esta reacción rápida ante la crisis, las voces críticas, como se apuntaba en la apertura de este análisis, no tardaron en saltar a la palestra. “**La bancarrota es una posibilidad nada desdeñable** a la vuelta de la esquina”, [explicaba un analista](#) de mercados a una agencia de noticias al poco tiempo de hacer públicos los resultados del Q3, voz a la que se unía no mucho más tarde la prensa económica estadounidense.

La compañía estaría así estudiando el [proceso legal para prepararse](#) para una situación de bancarrota y blindarse ante los acreedores, según *The Wall Street Journal*. Y no sólo eso: la firma

incluso habría estado en la mira del estado canadiense. Canadá habría valorado una intervención pública, según las filtraciones de este mismo periódico.

A pesar de todo el optimismo que transmite la empresa desde un primer momento y de la confianza en el futuro, los medios de comunicación siguen sin dar tregua a la compañía. En los últimos días de diciembre, en la recta final hacia el cierre del año, la prensa canadiense volvió a lanzar pronósticos altamente negativos para los próximos años. La prensa anglófona se ha centrado durante los últimos días del año saliente en los beneficios que sacaría una de sus inmediatas competidoras, Juniper, en la situación de mercado más negativa para la compañía.

“Creemos que los recientes análisis sobre que Nortel está contemplando la bancarrota están probablemente forzando a su canal empresarial a buscar nuevas alternativas”, apuntaba la analista de mercados Oppenheimer, como publicaba [Network World](#). Las estimaciones recogidas por este medio hablan incluso de un recorte del 6% en el negocio de Nortel, que revertiría en un crecimiento del 16% en las cuentas de Juniper.

“Nortel es un partner viable para largo plazo”, defendían ante los primeros rumores otoñales fuentes de la compañía. “Es indiscutible que si la economía mundial decrece, eso afecta a cualquier gran empresa”, apuntaba poco después el máximo responsable en España de la firma, Fernando Valdivieso. “Estamos bien”, añadía en [un encuentro informal](#) con medios de comunicación.

Comunicaciones unificadas

Tal y como confiaba Phil Edholm a Silicon News desde la sede de la compañía en Canadá, Nortel está muy bien preparada para el futuro ya que, como reiteró Edholm, 2009 será el año de las comunicaciones unificadas, ya que este sistema de comunicación decrece costes y mejora los procesos.

Durante el presente año, se producirá el gran boom de las comunicaciones unificadas, una “explosión”, la próxima revolución en el campo de las telecomunicaciones, reitera. Teniendo en cuenta que la canadiense ya cuenta con una trayectoria importante en este segmento, **su posición de salida en la lucha por este mercado es muy buena**. De hecho, y por poner un ejemplo cercano geográficamente, Nortel es la fabricante que BT ha escogido para desarrollar su servicio BT icomms, como presentaba la delegación española de la operadora británica [el pasado noviembre](#). Un servicio al que uno de los máximos responsables de BT no dudó en calificar como “bomba” y que además no tiene competencia en el mercado español.

En este segmento, Nortel juega por tanto con ventaja, gracias a esta importante trayectoria. La red es el futuro para las comunicaciones, destacaba Edholm, que habla más que de una manera de comunicarse de una estrategia para mejorar el negocio. De hecho, como confía, la canadiense **ya trabaja con firmas como Microsoft, IBM o ICA para integrar las comunicaciones con otras aplicaciones**, lo que amplía la efectividad de los procesos y enriquece el aprovechamiento que las compañías hacen de los mismos. “Los empresarios están mirando las comunicaciones unificadas no como una herramienta de comunicación, no como otra VoIP, sino preguntándose a si mismos cómo puede hacer mi negocio mejor”.

Las nuevas comunicaciones unificadas, asegura Edholm, responden a las necesidades que las

compañías tienen en el momento presente de conectar “con la persona correcta en el momento oportuno”.

Esta nueva manera de afrontar la comunicación conseguirá, por tanto, mejores resultados, “será menos sobre hacer a la gente más productiva y más sobre hacer el negocio más exitoso en conjunto”.

Además, **el contexto económico global ayudará al desarrollo de este tipo de herramientas**, ya que durante el presente año el retorno de la inversión será muy importante, como afirma Edholm, por lo que antes de hacer cualquier adquisición “los consumidores se preguntarán cómo decrecer costes, incrementar ingresos y cumplir los requisitos regulatorios”.

Las cifras que maneja el responsable de la compañía canadiense posicionan a la firma en un buen lugar para ofrecer una respuesta a esta demanda: las soluciones de Nortel reducen entre el 50 y el 60% el coste asociado al consumo de la red, al tiempo que se posicionan en un buen lugar como oferta verde y consiguen la bendición de los analistas de mercado. Edholm recuerda cómo Nortel ha sido una de las fabricantes de soluciones de comunicación unificada mejor posicionada en el último cuadrante mágico de Gartner junto con Microsoft, aunque la compañía de Redmond está demasiado centrada en sí misma, a su entender, “mientras Nortel trabaja con un número diferente de partners y tecnologías”.

¿Un cierre muy optimista?, preguntaba Silicon News a Edholm tras escuchar las previsiones de futuro que el directivo tiene para la compañía. **“Hay buenas razones para ser optimista”, confirmaba.** Los resultados del Q4, que saldrán a la luz sobre el mes de marzo, le darán o quitarán la razón al sueño de futuro de Phil Edholm, que habla de una “excelente posición para ser competitiva”. Por lo de ahora, y mientras todos se empeñan en desahuciarlos, la firma resiste. “Si puedes enseñar la recuperación de la inversión de los productos, la gente los comprará”.