



## La estrategia de Motorola sin celulares

*La compañía de Illinois, con 85 años de historia, nos cuenta a qué se dedica hoy, después de que vendió su negocio de telefonía celular a Google por 12,500 mdd.*

**Por Hiroshi Takahashi**

Para los millones de habitantes que conocen Motorola y que ahora escuchan por todos lados que es una empresa de Google, Girish Rishi, vicepresidente *senior* de Soluciones Empresariales de Motorola Solutions, trata de minimizar la confusión y, con paciencia, explica que la legendaria empresa conformada por un ejército de ingenieros de Schaumburg, Illinois, está más viva que nunca.

“Somos una empresa de 85 años de edad, hemos estado en México desde hace poco más de 50. A lo largo de toda nuestra historia hemos comenzado negocios, establecido negocios y vendido negocios. Ésa es la evolución normal de una compañía”, señala Rishi en entrevista exclusiva con **Forbes México**.

Hace casi tres años, en enero de 2011, esta firma decidió vender su división de consumo, Motorola Mobility, la parte de la compañía que hacía celulares, dispositivos móviles y otros aparatos, fue adquirida por Google.

La confusión surgió porque, por todos lados, encontramos publicidad que menciona a Motorola como una empresa de Google; sin embargo, esta campaña, en realidad, es parte de una estrategia global de medios que incluyó la contratación de Guy Kawasaki como asesor de la firma (Kawasaki, el ex evangelista de Apple).

Como sea, saber que Google está detrás de los nuevos teléfonos de Motorola, hace pensar que sus antiguos dueños fracasaron en desarrollar a plenitud la idea que surgió de sus laboratorios en la década de 1970. Específicamente, en abril de 1973, cuando Martin Cooper comenzó a probar el primer celular en Nueva York.

Pero ese negocio, y Martin Cooper, al interior de Motorola, sólo son parte de su historia. Girish Rishi explica que la legendaria empresa de Schaumburg, Illinois, hoy se llama Motorola Solutions y ésta, ahora, tiene dos pilares: gobierno y empresas. “Es muy simple: les vendemos equipo de comunicación a agencias de gobierno, a la policía, a los bomberos. Y también a *retailers*, empresas de transportación y de manufactura. En suma, resolvemos su necesidad de ser más eficientes”.

### Sumas y restas

Poca información de los nuevos contratos de Motorola Solutions circulan en Internet, pues la mayoría de sus negocios tienen qué ver con tareas de inteligencia y de comunicación que realizan los gobiernos. O con estrategias de distribución de grandes corporativos. Al respecto, Girish Rishi dice que son rentables y que su empresa es la número uno en la mayoría de los segmentos en los que está concentrada.

De acuerdo con su reporte financiero correspondiente al tercer trimestre de 2013, la empresa registró ventas por 2,100 millones de dólares (mdd) entre julio y septiembre, lo que representó 2% menos ingresos que en el mismo lapso del año pasado. Las ventas del gobierno cayeron 4% en el trimestre, mientras que las compras de las empresas tuvieron un repunte de 2%.

Gregory Q. Brown, CEO de Motorola Solutions, explicó a analistas e inversionistas que los negocios con gobierno se mantienen muy sólidos. Un mensaje para tranquilizar a todos, tomando en cuenta que representan 70% de su facturación.

Las ventas federales, en cambio, fueron un poco débiles en el tercer trimestre. Los analistas consideraron que eso fue consecuencia de los 16 días que Washington vivió parcialmente paralizado debido al enfrentamiento político que protagonizó Barack Obama con el Partido Republicano. El cierre del gobierno, de acuerdo con **Standard & Poor's**, tuvo un costo de 24,000 mdd para la economía de Estados Unidos.

La revista *Grid*, de Chicago, recuerda que desde que Mobility y Solutions se separaron, Brown ha logrado enfocarse en el negocio que a futuro tiene más posibilidades de explotar: comunicaciones seguras y equipo de uso rudo.

“Tú decides qué tan efectivo puedes ser en ciertos segmentos, observas las competencias de la compañía: qué hacemos bien, qué no hacemos bien”, dijo en entrevista con *Grid*. “Comienza con un acercamiento muy realista del negocio y dónde está. No con una perspectiva aspiracional de dónde quiere estar”.

En ese tono, Girish Rishi presume que la empresa tuvo un repunte en sus ganancias de 49% en el tercer trimestre, lo que rompió con todos los pronósticos de Wall Street. “. Además, continuamos invirtiendo cada año 1,000 mdd en investigación y desarrollo”.

### **Inteligencia dinámica**

Motorola Solutions está enfocada en las comunicaciones estratégicas, en la inteligencia dinámica. Por ejemplo, vende dispositivos de comunicación para los militares estadounidenses, que entre otras cosas, ofrecen la encriptación de los mensajes y la seguridad.

Esa tecnología, probada en situaciones extremas, se vende también para encarar desastres naturales o para la seguridad de las urbes. Entre sus proyectos, está vender el concepto de ciudad segura. Su argumento es que la tecnología y el uso de la información por las autoridades puede ofrecer un espacio donde más gente quiera vivir y más empresas quieran invertir.

“Hay empresas dedicadas a esto, pero Motorola es la compañía que tiene mayor liderazgo y participación de mercado en seguridad pública en todo el mundo; gracias a la inversiones que hacemos cada año, dedicamos más de 1,000 mdd al desarrollo”, reitera José Luis Apan Wong, director general de Motorola Solutions en México.

En México, los gobiernos de Nuevo León, Guanajuato y Jalisco usan sus desarrollos. Por su parte, Girish Rishi dice que esos 1,000 mdd se destinan al desarrollo de aplicaciones, *hardware*, nuevas tecnologías, nuevas formas de capturar tecnología para mejorar el desempeño de sus clientes.

En Jalisco, en Pemex y en la Policía Federal de México, Motorola tiene muchos casos de éxito. Pero la estrategia de los desarrolladores de tecnología ya está en otro lado. Apan Wong, dice que hoy están pensando en la reforma de telecomunicaciones que propuso el gobierno de Enrique Peña Nieto. “Es una nueva oportunidad para todos”, adelanta Wong. “La red de 700 megahertz (MHz), la red LTE, proveerá una plataforma para dar servicios de banda ancha. Eso significa que la policía, por ejemplo, podrá transmitir no sólo voz y datos, sino también video en tiempo real”.

Y aunque en todo el mundo se habla de espionaje y robo de información sensible; es decir, de los contras de la industria en donde ellos participan activamente, Wogn afirma: “Hemos estado en el mundo por 85 años, más de 50 en México, tenemos muy buena reputación. Yo creo que el gobierno debe tomar en cuenta esos factores cuando toma una decisión. Nuestra tecnología además es abierta, al mismo tiempo que pueden usar encriptación de seguridad. Hemos trabajado con muchas agencias (Sedena, Semar, pf, pgr, Gobernación) y están muy interesadas en las nuevas tecnologías”.

Pero Girish Rishi irrumpe y dice que no sólo se trata de seguridad. La importancia de la tecnología que hoy desarrollan tiene mucho que ver con la inteligencia de negocios. “Quiero enfatizar: no sólo es infraestructura, no sólo son dispositivos para el consumidor. En el fondo, construimos la tecnología que mejora la productividad de las personas”.

Y añade: “México es una economía que tiene mucho potencial de crecimiento, como Brasil, Rusia y Sudáfrica. Tu economía necesita crecer más rápido. Y sus bienes y productos deben moverse más rápidamente en la economía. Es por eso que creemos que somos unos socios muy fuertes de México; trabajamos con muchas empresas que rastrean gente, bienes, y que mueven la economía”.

Motorola, entonces, era algo más que celulares. Y tampoco es la historia que muchos cobijan con el *slogan* de Google Company.

