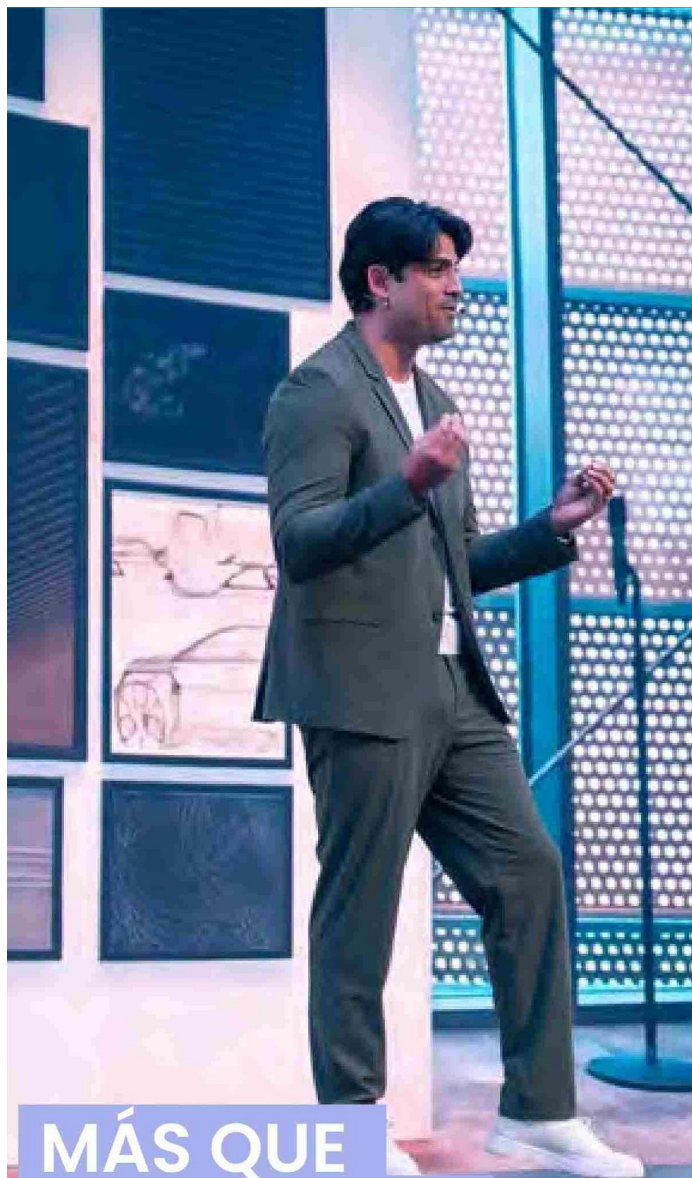




Ricardo Meneses,
 director de Diseño
 Global de Motorola,
 explica lo que el
 lifestyle tech
 significa para
 la marca.

MÁS QUE TECNOLOGÍA

UNA DECLARACIÓN DE ESTILO

PARA MOTOROLA LA TECNOLOGÍA
 ES UN ACCESORIO MÁS. EN
 MEDIO DEL LANZAMIENTO DEL
 PLEGABLE MÁS POTENTE DEL
 MERCADO, SU DIRECTOR GLOBAL
 DE DISEÑO, EL CHILENO RICARDO
 MENESES, DESTACA LAS NUEVAS
 ALIANZAS DE LA MARCA Y LOS
 NUEVOS INTEGRANTES DE LA
 FAMILIA MOTO THINGS.

**RICARDO MENESES ES CHILENO, DISEÑADOR INDUSTRIAL
 Y DIRECTOR DE DISEÑO GLOBAL DE MOTOROLA**, y asegura
 que en su carrera ha hecho de todo, “desde anteojos hasta
 heladeras”. Llegó a la compañía hace más de 15 años por una
 pasantía de dos y hoy, junto a un gran equipo, está detrás del
 desarrollo y diseño de sus smartphones.

Para Ricardo ser parte de “una compañía que te permita
 ser creativo, que te escuche y tenga una visión moderna”, es
 fundamental. Y no por nada sigue junto a ellos más de una
 década después.

El espíritu vanguardista de Motorola continúa revolucionando
 a la industria móvil, y este año vuelve a sorprender con el
 lanzamiento de Motorola Razr 60 ultra y el Razr 60. También
 destaca su alianza con Pantone para sacar, en exclusiva,
 dispositivos con el color del año, además del asesoramiento
 permanente en la elección de colores para los equipos.

En Motorola diseñan productos que se adaptan sin
 esfuerzo a la vida de los usuarios, garantizando que
 permanezcan conectados sin importar dónde los lleve la vida. La
 familia moto things amplía la experiencia fluida de los dispositivos,
 tendiendo un puente entre la tecnología y la vida diaria.

En esa línea, este 2025 conocimos los moto buds loop, con
 tecnología Sound by Bose y cristales Swarovski, el moto watch fit,
 el nuevo reloj inteligente de Motorola. Una combinación perfecta
 de tecnología avanzada, diseño elegante y conectividad.

Todos los dispositivos combinan diseño, inteligencia artificial
 avanzada y un rendimiento excepcional, reafirmando el
 compromiso de Motorola con la innovación tecnológica y la moda.

**—¿Qué es lo más importante a la hora de diseñar un
 teléfono?**

—En el caso de Motorola, comenzar siempre por alinear
 filosofías. Para nosotros es primordial que el equipo de diseño
 esté enfocado con la visión de la marca, pero también analizar y ver
 las necesidades de los usuarios. Hoy, buscan pantallas grandes y
 equipos de alta resistencia, que sean de un tamaño que les facilite
 el uso con una mano o, en el caso de la familia Razr, que tenga
 una bisagra óptima que permita una buena apertura.

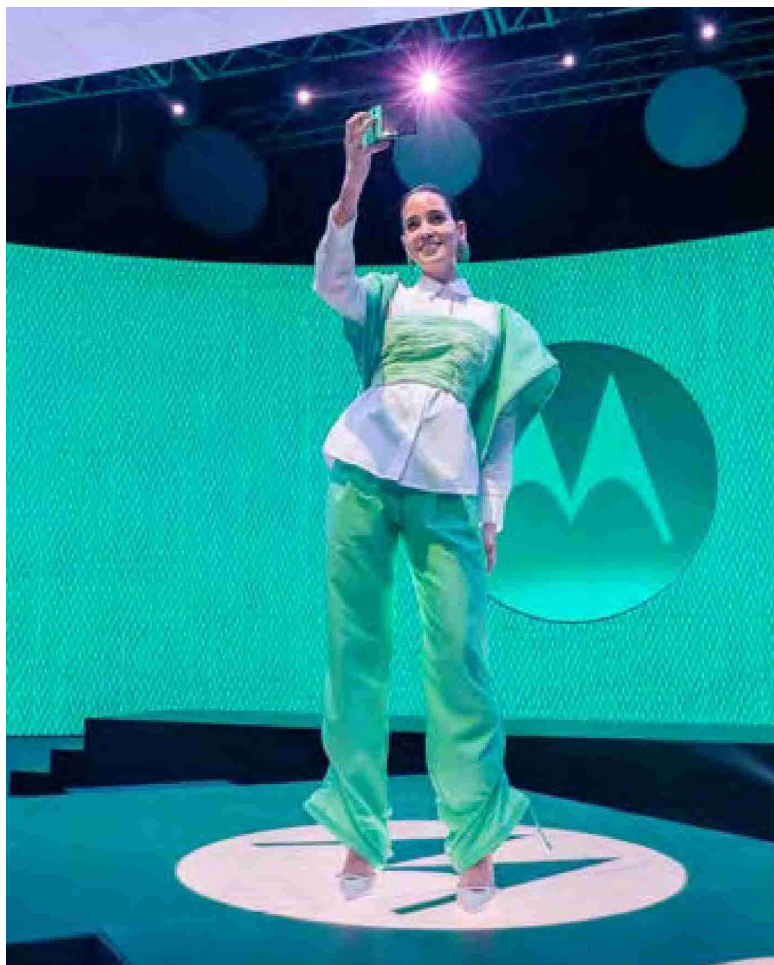
—Vemos texturas, colores y materiales diferentes...

—Hoy en día, en Motorola la filosofía de los diseños se
 basa en lo que llamamos *lifestyle tech*. Esto es: tener la más
 alta tecnología con el mejor estilo, esa es nuestra prioridad.

Fecha: 23-06-2025
 Medio: Revista Velvet
 Supl.: Revista Velvet
 Tipo: Noticia general
 Título: **UNA DECLARACIÓN DE ESTILO**

Pág.: 105
 Cm2: 546,0

Tiraje: 6.000
 Lectoría: 18.000
 Favorabilidad: ☐ No Definida



Trabajamos en base a tres aspectos: color, materiales y terminación. Pero también trabajamos y desarrollamos el área de la cámara. Está estudiado que la cámara tiene que ser reducida visualmente, por ejemplo. Por eso no tenemos bastante área de vidrio o área de metal. En paralelo, nos distinguimos por el uso de texturas y de materiales que se sientan bien y lindos en la mano. Nos enfocamos en materiales que duren y que funcionen en un smartphone. De ahí salieron las ideas de incorporar la gamuza, el cuero vegano, el acetato y alcántara (microfibra sintética de alta calidad).

—¿Qué beneficios trae el convenio con Pantone?

—La alianza y colaboración exclusiva con Pantone ha sido de beneficio mutuo. Pantone es el líder mundial en consistencia y precisión de color para marcas y diseñadores de todo el mundo; son ellos quienes definen la tendencia del año en colores. Trabajar con sus parámetros nos ayuda a definir los colores en todo el portafolio de celulares. En 2023 y 2024, de todo lo que vendimos, el 65% fueron colores no básicos. Eso nos muestra que hay una ambición en el mercado para tener acceso a colores y texturas diferentes.

Motorola ofrece los moto buds loop en color Pantone French Oak con cristales Swarovski. Una edición de los moto buds loop que marca el inicio de la colaboración de Motorola con Swarovski. Por su parte, los moto buds loop también estarán disponibles en el color verde Pantone Trekking Green.

—¿Cómo participa Swarovski en sus diseños?

—Nuestra filosofía es *lifestyle tech* y Swarovski responde a esa

idea, pues es una combinación perfecta de lujo e innovación, dos elementos que sabemos son de alto interés para los consumidores.

—¿Por qué Bose?

—Porque son los mejores de su categoría. Ofrecen una experiencia inigualable en sonido, incluyendo la impresionante cancelación activa del ruido y el ajuste EQ, para un audio sorprendente de alta calidad en movimiento. Hay que destacar que nuestros recién lanzados moto buds loop con Sound by Bose son los primeros auriculares abiertos de Motorola que combinan estilo, comodidad y tecnología de vanguardia para ofrecer una calidad de audio de primera que no pasa inadvertida.

—Al priorizar tendencia y estilo, ¿cómo lo hacen para mejorar también la tecnología?

—La tecnología y el estilo son dos aspectos relevantes y primordiales en Motorola, nuestra filosofía lo dice así. Por eso ponemos el foco en hacer teléfonos con excelentes cámaras, durabilidad y resistentes, pero con un estilo único e icónico. Una cosa no resta a la otra y en Motorola sabemos hacer esa fusión desde hace años.

—A nivel de usuario, ¿qué buscan hoy los consumidores de Motorola?

—Buscan equipos que les permitan desarrollar sus labores diarias y abrir su mundo creativo con la mejor tecnología y diseño. Al mismo tiempo, buscan celulares audaces, con IA y capaces de dar un gran rendimiento, pero que no sacrifiquen la comodidad ni el estilo. Justo lo que en Motorola trabajamos y desarrollamos en estos nuevos lanzamientos. ■