



TESLA

1B

El caso de éxito:
Tesla Motors

01 Introducción

Como toda persona apasionada por la innovación, apostamos que conoces bien la empresa Tesla Motors. Esta compañía inició como start-up con la misión de “acelerar la transición del mundo hacia la energía sostenible”. ¿Es posible conducir sin emitir gases tóxicos al ambiente ni comprometer el desempeño del vehículo? Los ingenieros de Tesla piensan que sí. En 2003 se fijaron la meta de crear automóviles eléctricos que fueran mejores, más rápidos y divertidos que los a gasolina. Su visión se amplió hacia áreas de almacenamiento y generación de energía limpia que pudiera incrementarse de manera ilimitada (Tesla, 2016).

02 Ideas geniales

Tesla (2016) cree que el mundo será mejor cuando ya no dependamos de combustibles fósiles y avancemos hacia un futuro con cero emisiones. No conformándose con eso y con la inteligencia artificial cada vez más desarrollada en Deep learning, Tesla presenta el autopilot con miras a los vehículos autónomos eficientes que puedan proveer de transporte a quien lo necesite, sin que tenga que saber o poder conducir.

Para impulsar el desarrollo, Tesla dio acceso a sus competidores a toda su propiedad intelectual para que ellos también pudieran utilizar estas tecnologías y desarrollar autos eléctricos innovadores con el afán de elevar los estándares y aumentar el tamaño del mercado (Forbes, 2014).

Teniendo en mente la experiencia del cliente y su satisfacción, cuando estos compran un Tesla obtienen una cuenta “My Tesla”, donde pueden ver el progreso del vehículo ordenado durante el tiempo que toma fabricarlo. La compañía tiene una escucha activa en redes sociales y foros para atender lo más rápido posible cualquier inconveniente o sugerencia de mejora (Tesla, 2016).



03 Claves del éxito de Tesla Motors

1. Comunicación clara. Los equipos deben comunicarse entre sí con un lenguaje claro, evitando jergas, acrónimos o términos difíciles de entender. Sus integrantes pertenecen a diferentes áreas, por lo que un lenguaje común es esencial.
2. Combinar múltiples habilidades. La ingeniería no está peleada con la mercadotecnia, y esta a su vez no está peleada con finanzas y así sucesivamente. Juntos pueden crear cosas increíbles.
3. Aprender de las fallas. Descubriendo lo que no funciona, podemos hacer que las cosas sucedan. No se trata de no fallar, sino de aprender y resolver.
4. Establecer fechas límites internas y externas. Es importante conocer la capacidad con la que se cuenta, para saber cuándo podemos entregar algo de calidad y retornos a ser más eficientes. Al respetar las fechas límite, fomentamos una cultura de calidad.
5. Planificar crisis. Si bien es importante respetar fechas límite, debemos estar preparados para lo peor y siempre tomar en cuenta lo que puede suceder en el peor escenario. Se busca deleitar al cliente y tener una relación de tú a tú, pero siempre pueden surgir inconvenientes, lo importante es estar preparados (Forbes, 2018).

Elon Musk en 2006 publicó su plan maestro secreto para Tesla, en el cual habla de que mientras más rápido dejemos de depender de energía no renovable, mejor. Una de sus estrategias es desarrollar automóviles más eficientes que los de motor impulsado por gasolina o que los híbridos, a través de la venta de autos de alta gama a clientes preparados para pagar precios altos, que subsidien la investigación y desarrollo de vehículos más accesibles a venderse en mayor volumen. De esta manera, los precios irán disminuyendo hasta que sea más factible que una familia de clase media pueda comprar un Tesla (Musk, 2006).



Todo apunta a que Musk está cerca de lograr su plan con el Model 3. El modelo base de este auto tiene un precio que va desde los \$35,000 USD y su desempeño es similar al del BMW 330i, Mercedes Benz C300 y el Audi A4 a menor precio (aunque ninguno de sus competidores cuenta con actualizaciones vía software ni piloto automático). Además de no emitir gases tóxicos al medio ambiente, el consumidor puede estar feliz de ahorrarse alrededor de \$17,000 MXN en gasolina al año (tomando un rendimiento de 11 km/lt en 10,000 km anuales, siendo el precio promedio nacional de la gasolina de 19.26 MXN).

Otra medida que se ha tomado para mantener los precios competitivos es el cierre de tiendas físicas, lo cual representaría una reducción de costos del 5 %. La estrategia consiste en vender los autos por Internet, que el comprador lo adquiera, espere de 3 a 4 semanas para recibirlo, lo utilice por 7 días o lo conduzca por máximo 1,600 Km y si no se encuentra satisfecho con el producto, lo devuelva sin costo alguno. Esta medida se implementa en un inicio en Estados Unidos, pero se espera que esté disponible en otras partes del mundo pronto (BBC, 2019).

Tesla enfrenta grandes retos para cumplir su plan maestro en México, como son la incertidumbre arancelaria, la paridad del peso frente al dólar, cambios en normas y regulaciones de la industria automotriz, entre otras.

Conviene preguntarse lo siguiente: ¿Qué problemas podrían surgir en este plan? ¿Crees que son verdaderas innovaciones que realmente satisfacen las necesidades del cliente en tiempo y forma? En esta industria el tiempo de desarrollo de la innovación es crucial para que ésta salga al mercado en el momento justo y tenga un buen retorno de inversión, ¿cómo se podrían hacer estos procesos más eficientes?

Referencias:

- BBC. (2019). La innovadora (¿y arriesgada?) apuesta de Tesla de vender autos solo por internet. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47414841>
- Forbes. (2014). Tesla abre sus patentes al Open Source. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/tesla-abre-sus-patentes-al-open-source/>
- Forbes. (2018). 5 formas de lograr el éxito según Elon Musk. Recuperado de <http://forbes.es/business/43191/5-formas-de-lograr-el-exito-segun-elon-musk/5/>
- Musk, E. (2006). The Secret Tesla Motors Master Plan (just between you and me). Recuperado de https://www.tesla.com/es_ES/blog/secret-tesla-motors-master-plan-just-between-you-and-me
- Tesla. (2016). Acerca de Tesla. Recuperado de https://www.tesla.com/es_ES/about%20