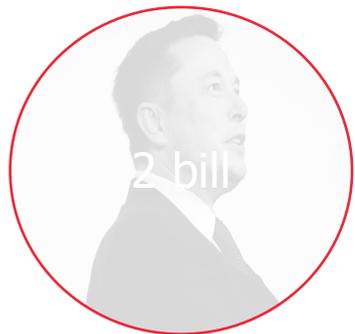


# Tesla: el reto de disruptar

# La evolución de Tesla

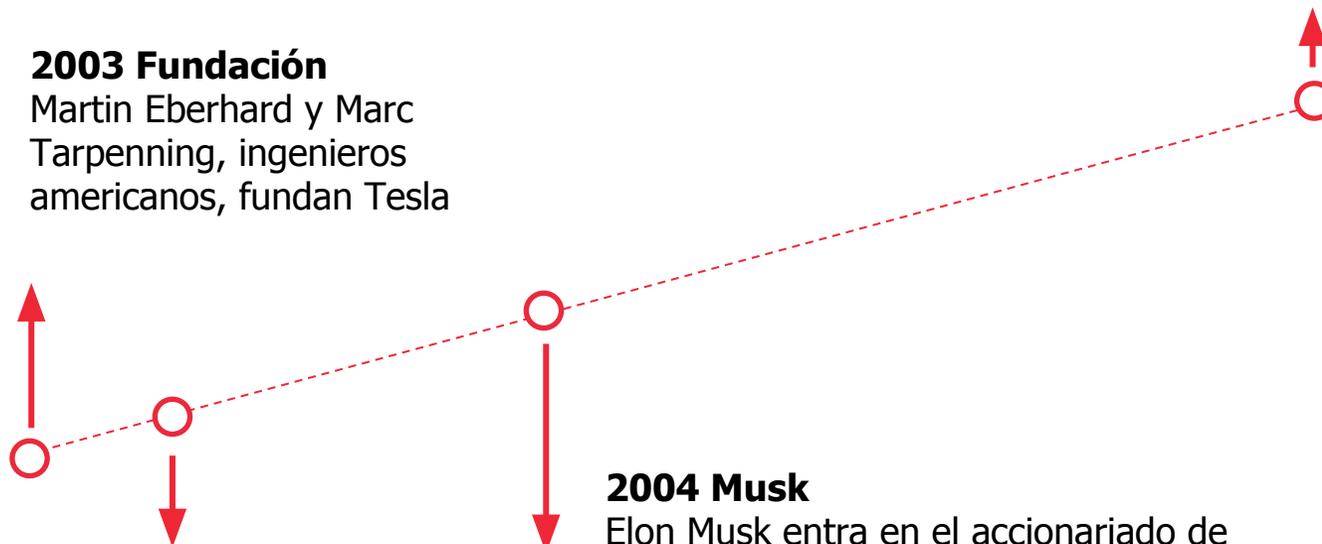


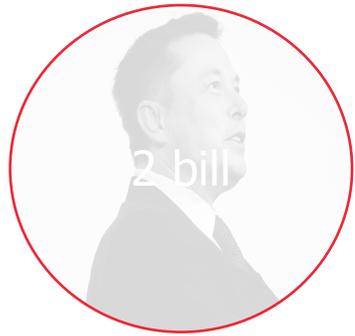


**2003 Fundación**  
Martin Eberhard y Marc  
Tarpenning, ingenieros  
americanos, fundan Tesla

**2006 El Plan**  
Musk publica en el blog de la  
compañía su plan estratégico a 10  
años, que incluye el lanzamiento de  
diversos modelos.

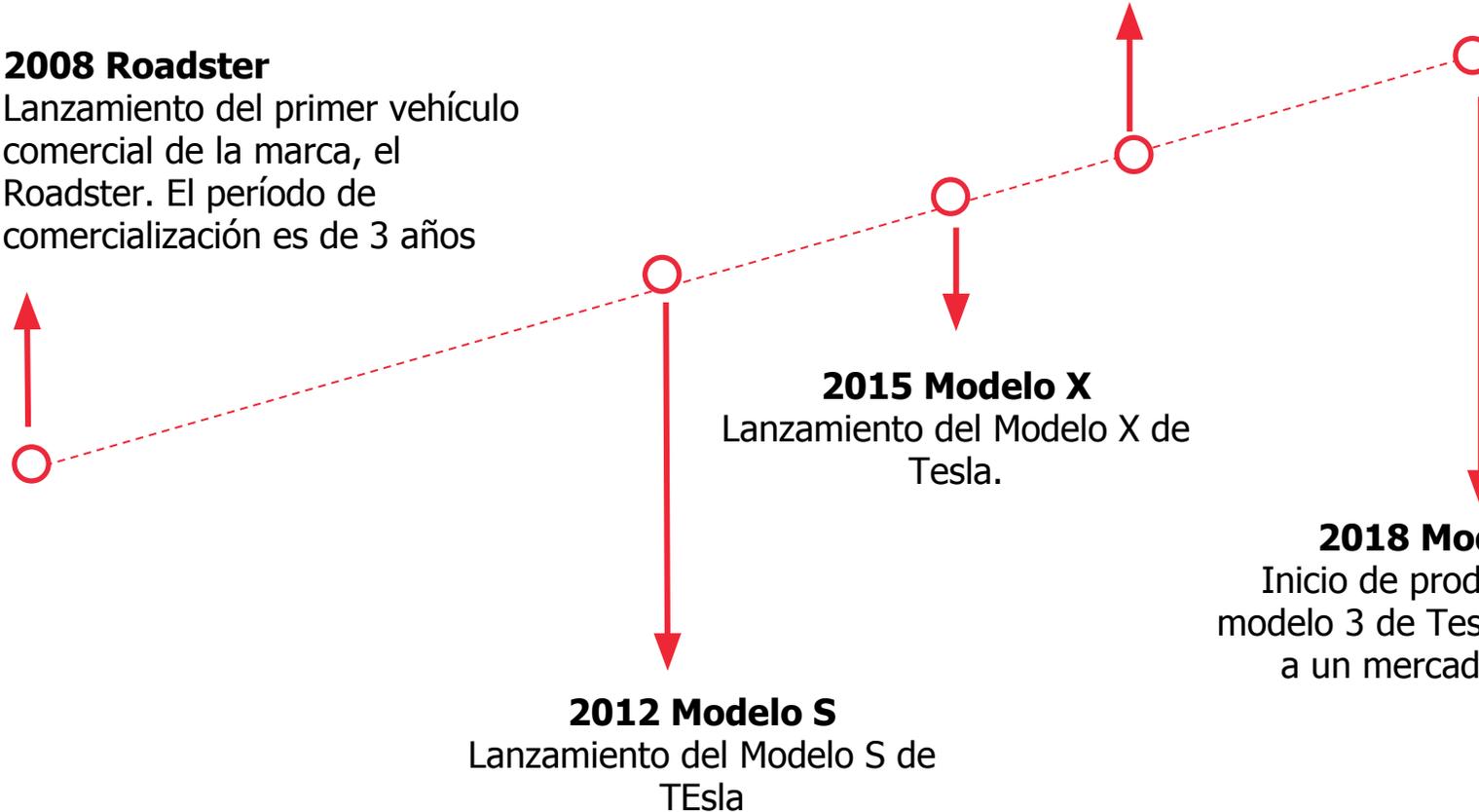
**2004 Musk**  
Elon Musk entra en el accionariado de  
Tesla como accionista principal en la  
ronda de financiación serie A





**2008 Roadster**

Lanzamiento del primer vehículo comercial de la marca, el Roadster. El período de comercialización es de 3 años



**2012 Modelo S**  
Lanzamiento del Modelo S de Tesla

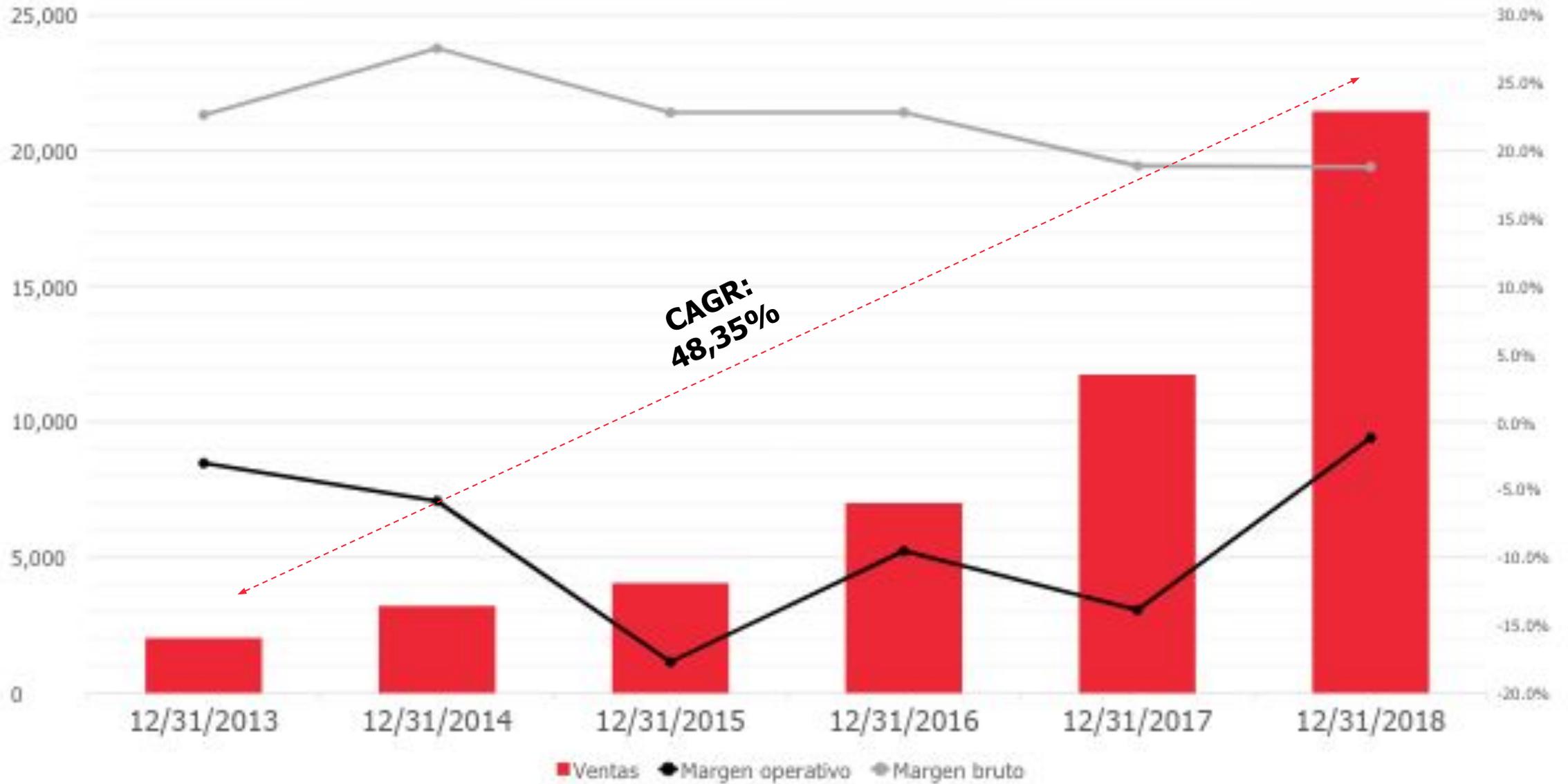
**2015 Modelo X**  
Lanzamiento del Modelo X de Tesla.

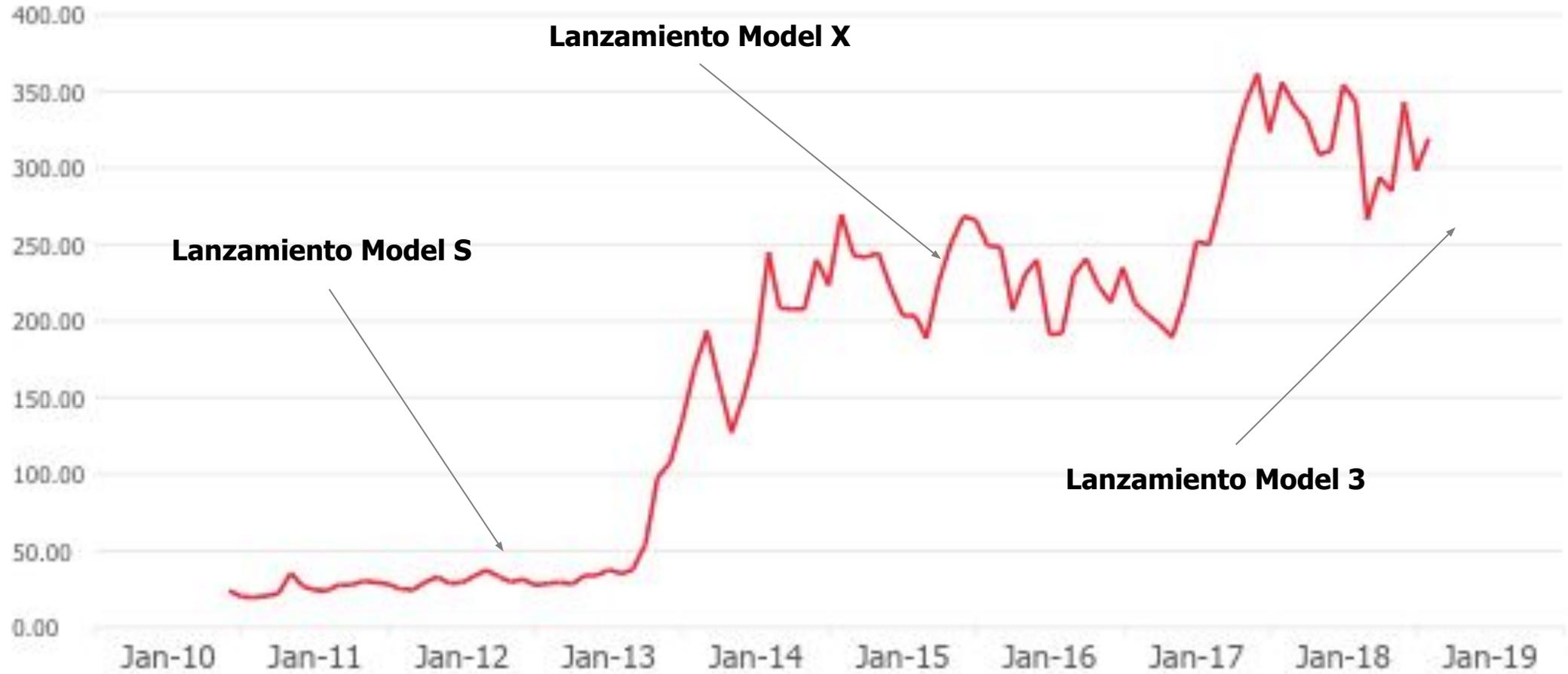
**2017 Record**  
Tesla revela pérdidas record en el ejercicio, con casi 2 billones de dólares.

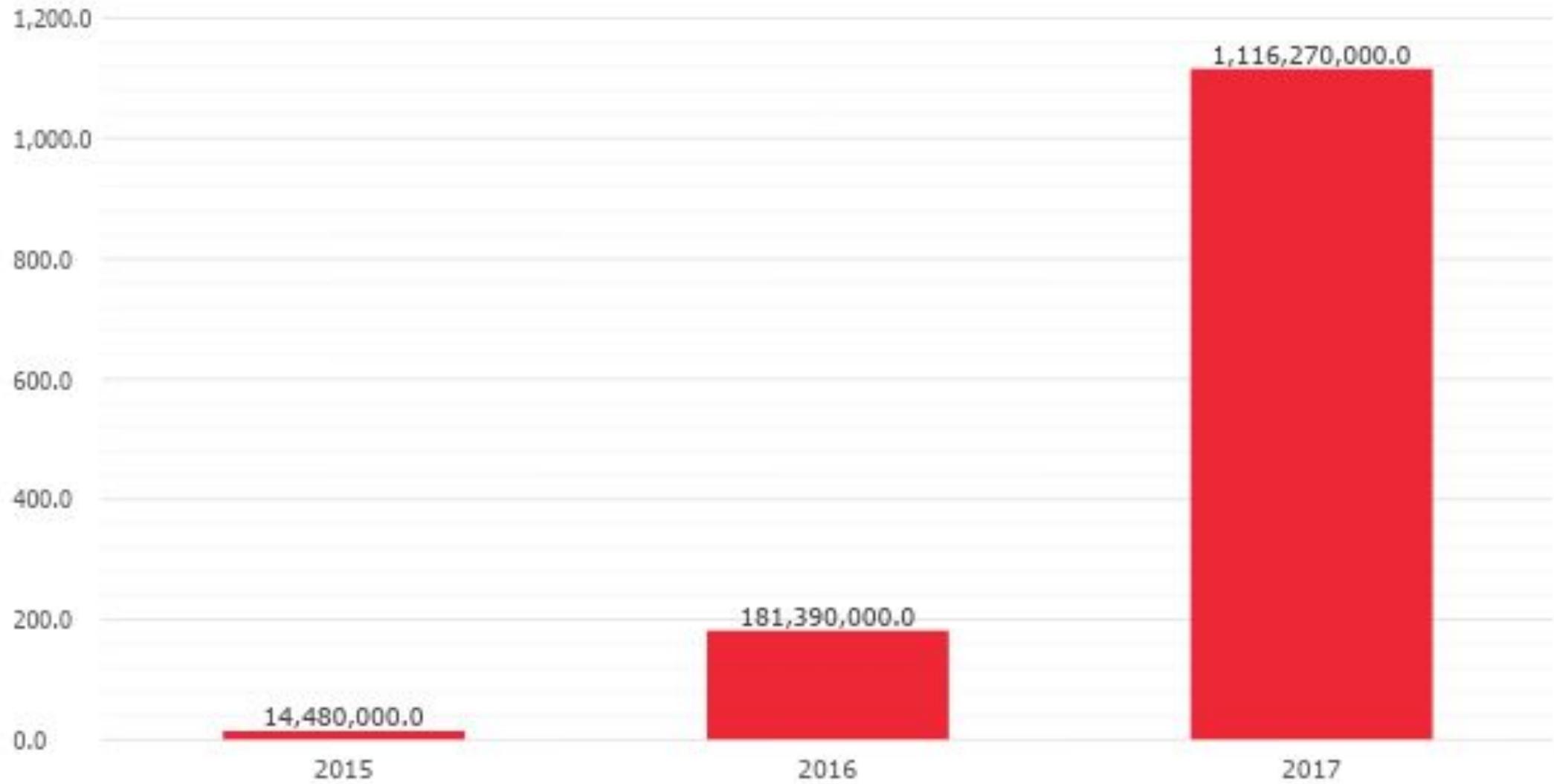
**2018 Modelo 3**  
Inicio de producción del modelo 3 de Tesla, destinado a un mercado masivo

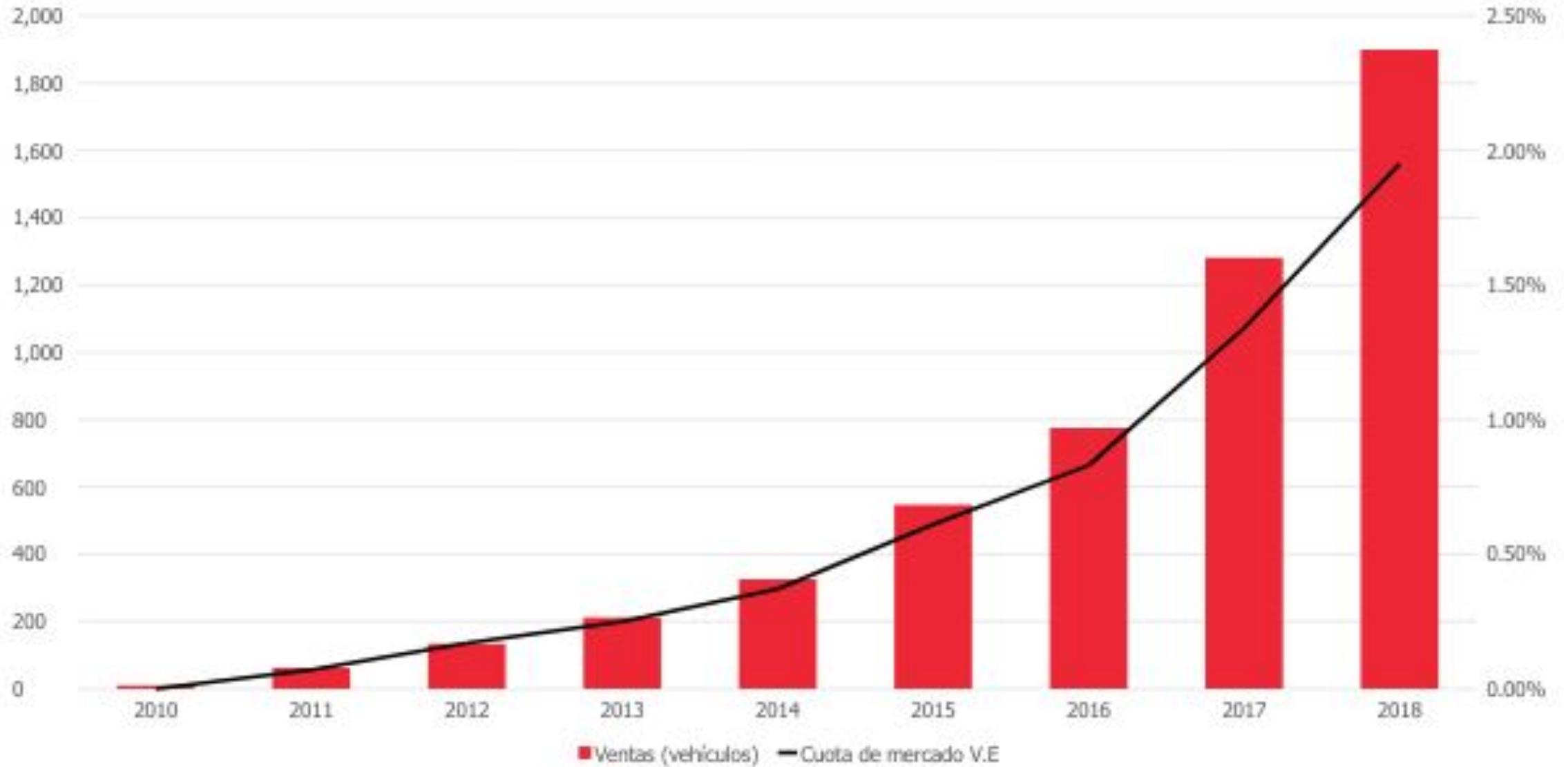
# Datos económicos. Métricas clave

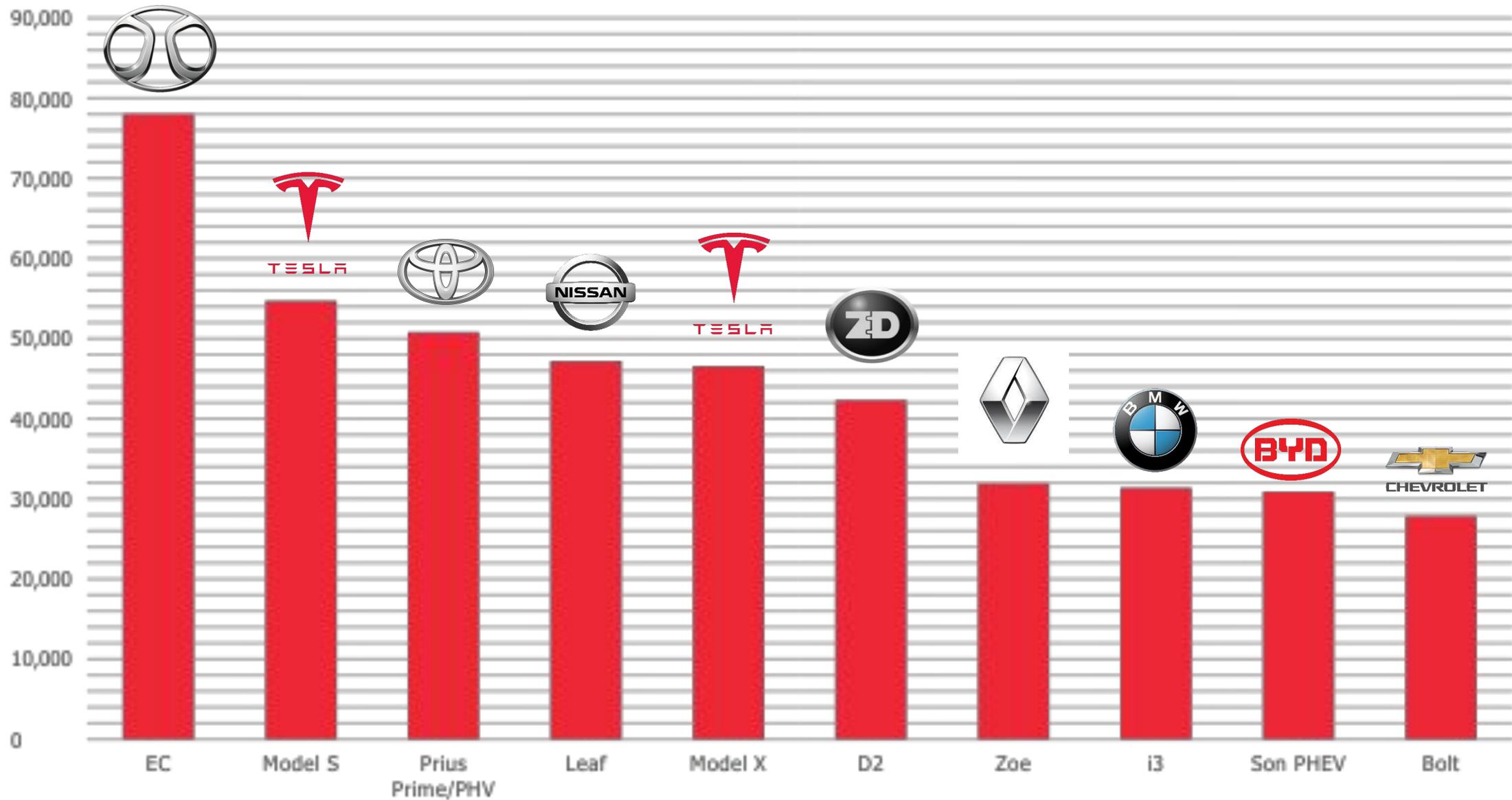
—



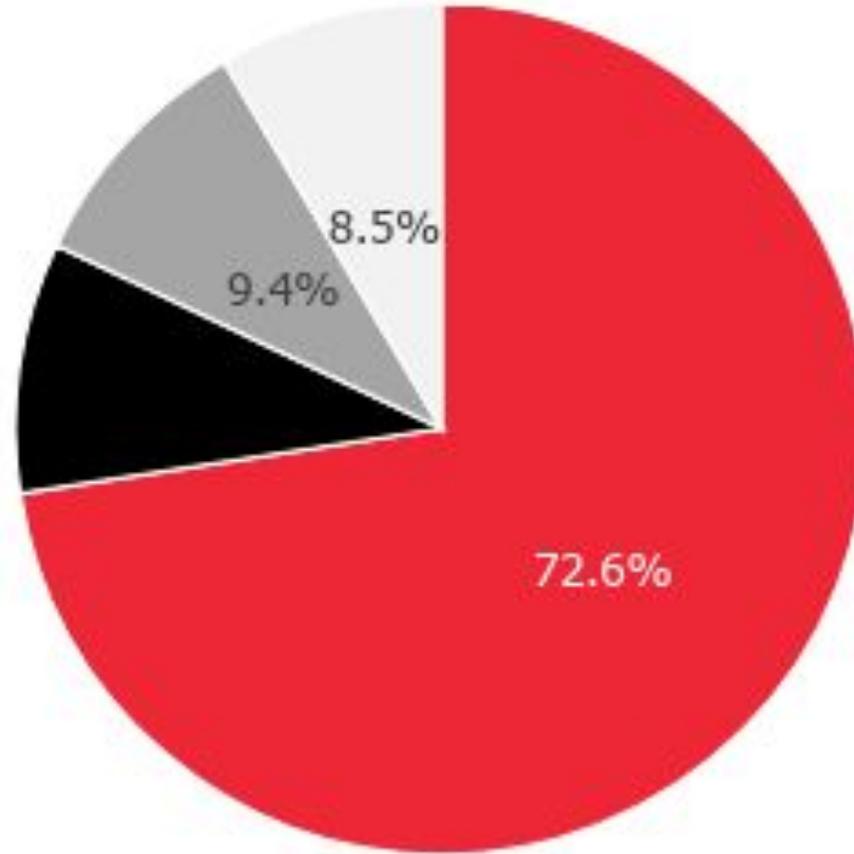








Datos de 2018



■ Automoción (sin leasing) ■ Generación y almacenamiento de energía ■ Leasing automoción ■ Servicios y otros

# Análisis estratégico

—



**POWERWALL**  
TESLA HOME BATTERY

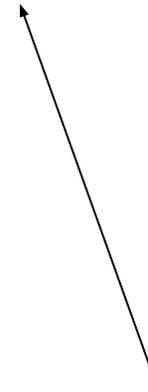
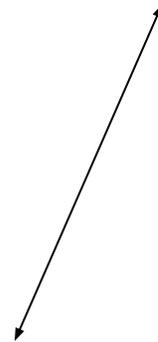


Transporte

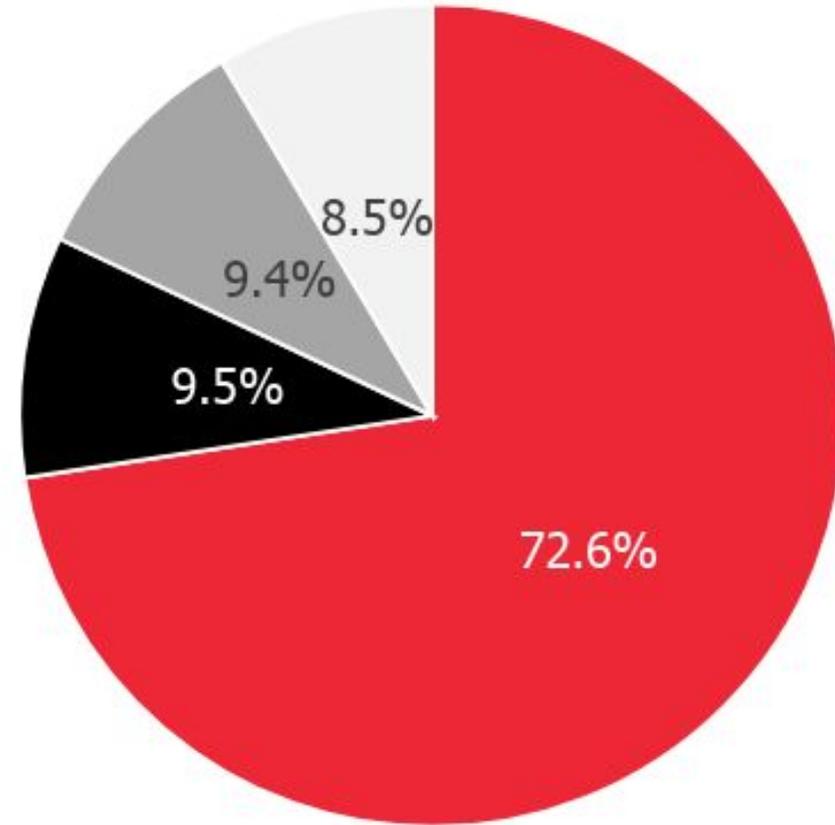
**ECOSISTEMA**

Hogar

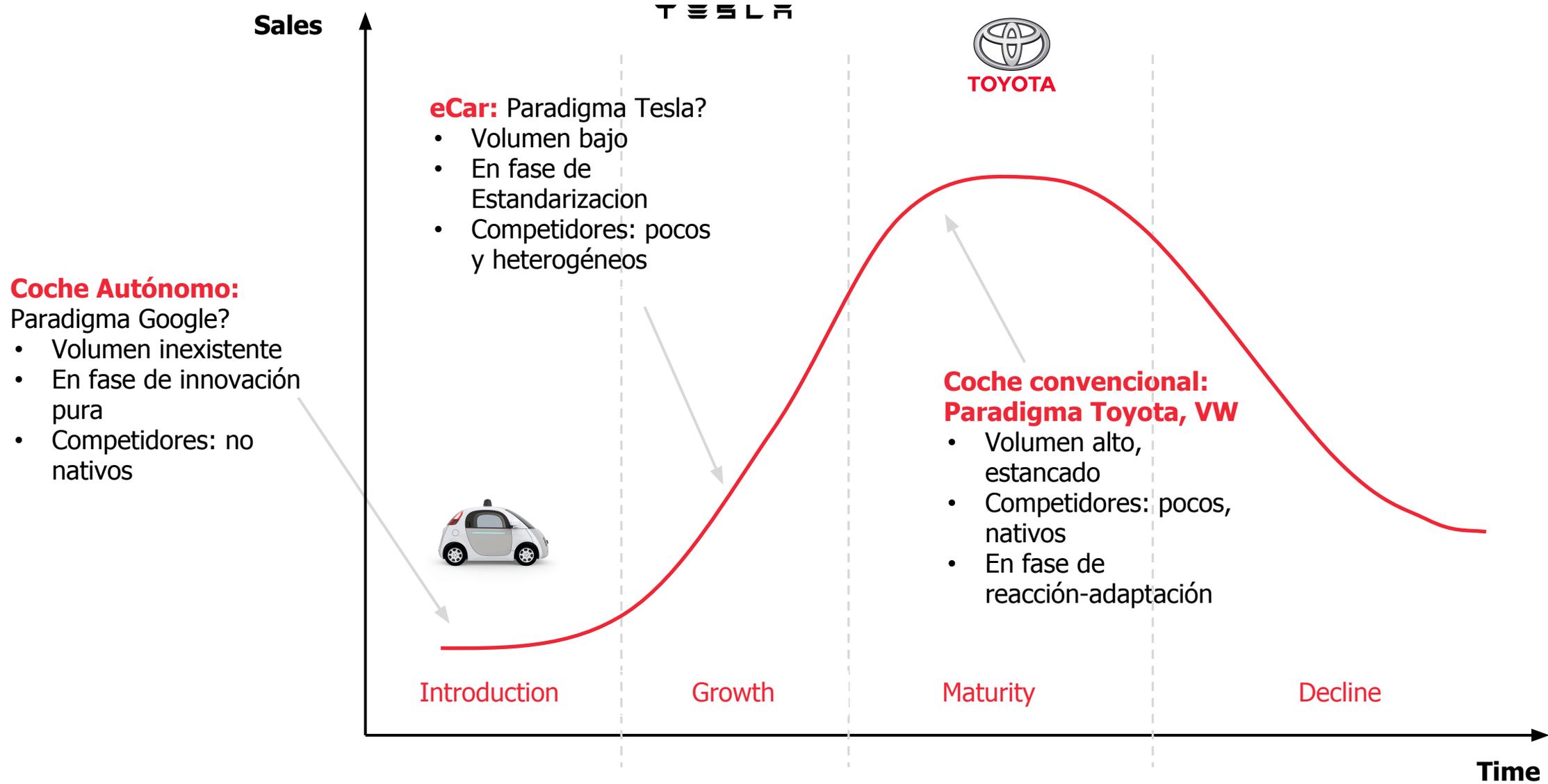
Energía



**“ Tesla es una  
compañía que vende  
baterías eléctricas,  
muchas de las  
cuales están  
pegadas a coches”**



- Automotive (w/o leasing)
- Energy generation and storage
- Leasing Automotive
- Services

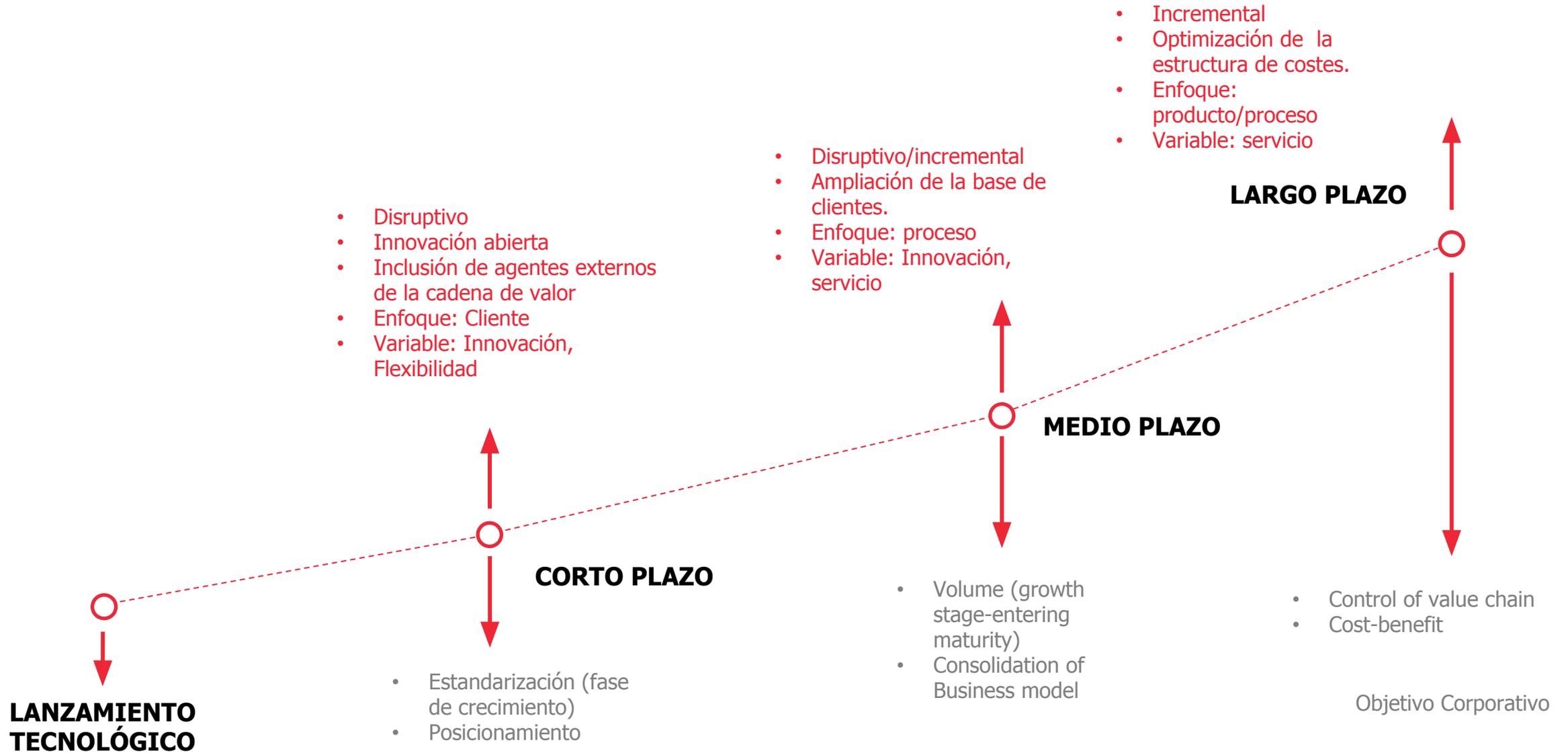


**Ciclo de Vida del Negocio de la Automoción**

	Auto Convencional	Tesla
<b>Producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Commoditizado, coche tradicional con márgenes 2%-5%</li> <li>Enfoque producto/proceso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coche eléctrico, autopilotado</li> <li>Pivotaje hacia capa de servicio: Desarrollador de software</li> <li>Diversificación hacia necesidades adyacentes (baterías para el hogar): Powerball,</li> </ul>
<b>Modelo de negocio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primarias: calidad y coste</li> <li>A largo plazo: coste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primarias: innovación y flexibilidad.</li> <li>A largo plazo: innovación y Servicio (Brand leader)</li> </ul>
<b>Estrategia innovación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incremental: vehículo mejorado (prestaciones)</li> <li>Adopción de nuevas tecnologías lenta y con muy limitada asunción de riesgos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disruptiva: cambios en modelo de negocio, producto, relación con consumidor, ocasión de uso y roles de la cadena de valor</li> <li>Impulso de nuevas tecnologías a cambio de grandes asunciones de riesgo (aún no estandarizado)</li> </ul>
<b>Distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tradicional, externalizada, intermediación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directa, desintermediación, online</li> </ul>
<b>Cadena de valor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Roles estancos, asumidos y conocidos. OEM (constructores) como players dominantes</li> <li>Verticalizada: proveedor-fabricante-distribuidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Roles difusos y en consolidación (proveedor-constructor-distribuidor)</li> <li>Desplazamiento hacia puntos de la cadena de valor donde se crea el nuevo valor: baterías y software (datos)</li> <li>Presencia en diversas ocasiones de uso: en casa, al conducir, al consumir energía.</li> </ul>

	Auto Convencional	Tesla
<b>Foco competitivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de costes</li> <li>Producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Control de datos</li> <li>Crecimiento</li> <li>Cliente</li> </ul>
<b>Volumen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alto (madurez)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bajo (nicho)</li> </ul>
<b>Estadio competitivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Madurez (pre-declive)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento</li> </ul>
<b>Objetivos estratégicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A corto plazo: estandarización</li> <li>A medio plazo: volumen</li> </ul>
<b>Competidores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Otros constructores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apple (CarPlay), Google (Google Now, Android Car, coche autónomo)</li> <li>Otros constructores (en menor grado por time to market): Nissan, etc.</li> </ul>

	Corto plazo	Medio Plazo	Largo Plazo
<b>Objetivo corporativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandarización (fase de crecimiento)</li> <li>• Posicionamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen (Fase de crecimiento-inicio de madurez)</li> <li>• Consolidación del modelo de negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de la cadena de valor</li> <li>• Coste-beneficio</li> </ul>
<b>Estrategia de innovación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disruptiva.</li> <li>• Open innovation: incorporación de agentes de la cadena de valor</li> <li>• Enfoque producto</li> <li>• Variables: innovación, flexibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disruptiva/incremental</li> <li>• Incremento de la base de clientes</li> <li>• Enfoque: proceso</li> <li>• Variables: innovación, servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremental</li> <li>• Optimización de estructura de costes</li> <li>• Enfoque: producto/proceso</li> <li>• Variables: calidad, servicio (tendiendo progresivamente a coste)</li> </ul>



## Estrategia de Innovación

## Tesla: un modelo de servicio

Servicio (S75) proporciona un margen adicional del 18% sobre el precio del producto base (S60). El coche es el mismo!

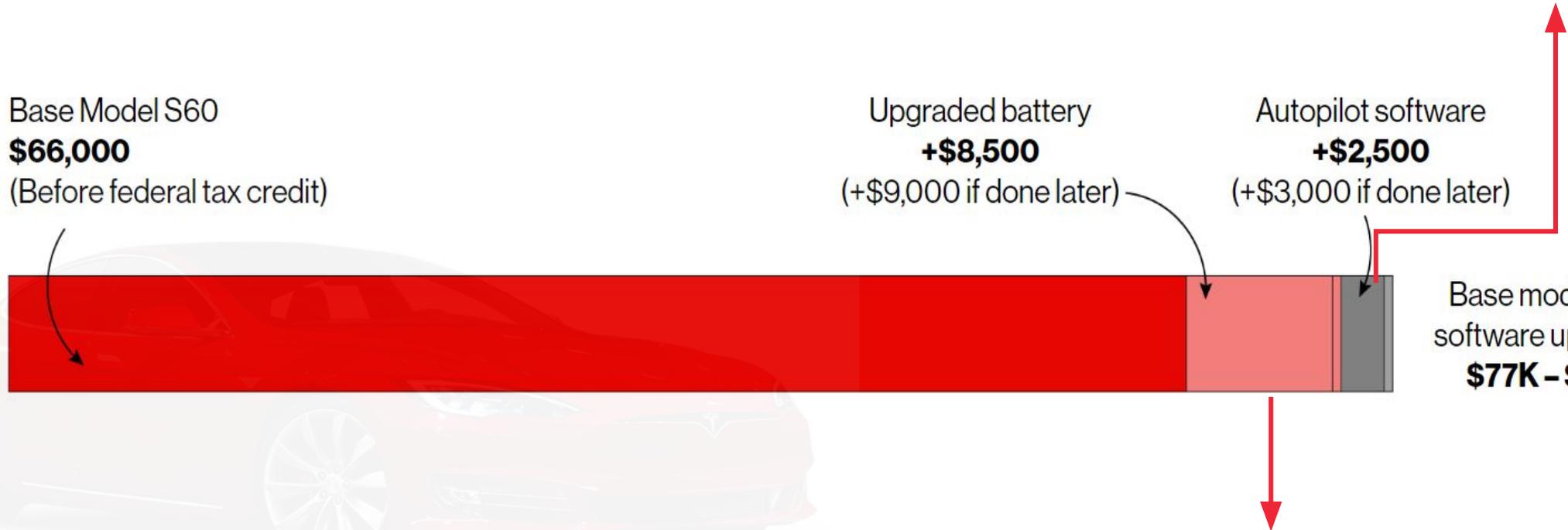
Los Componentes de autopilotaje vienen de serie, el software para que funcione se paga aparte

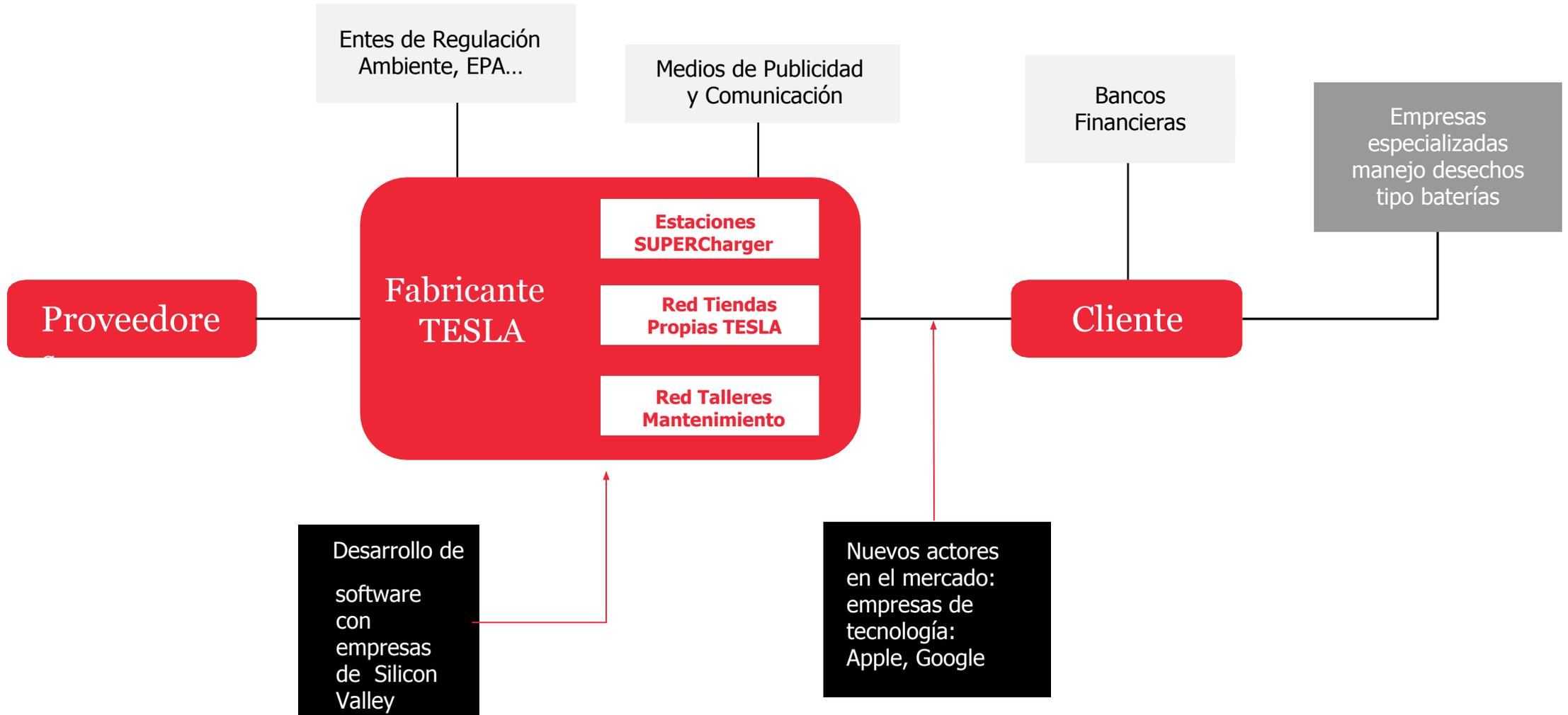
Base Model S60  
**\$66,000**  
 (Before federal tax credit)

Upgraded battery  
**+\$8,500**  
 (+\$9,000 if done later)

Autopilot software  
**+\$2,500**  
 (+\$3,000 if done later)

Base model with software upgrades  
**\$77K - \$78K**







## TOTALMENT CARREGAT CADA MATI

Autonomia inigualable tant si carrega  
a casa, en el camí amb un Supercharger  
o a la seva destinació.

### ESTUDI DE DISSENY

SEMI

COUPE

SPORT

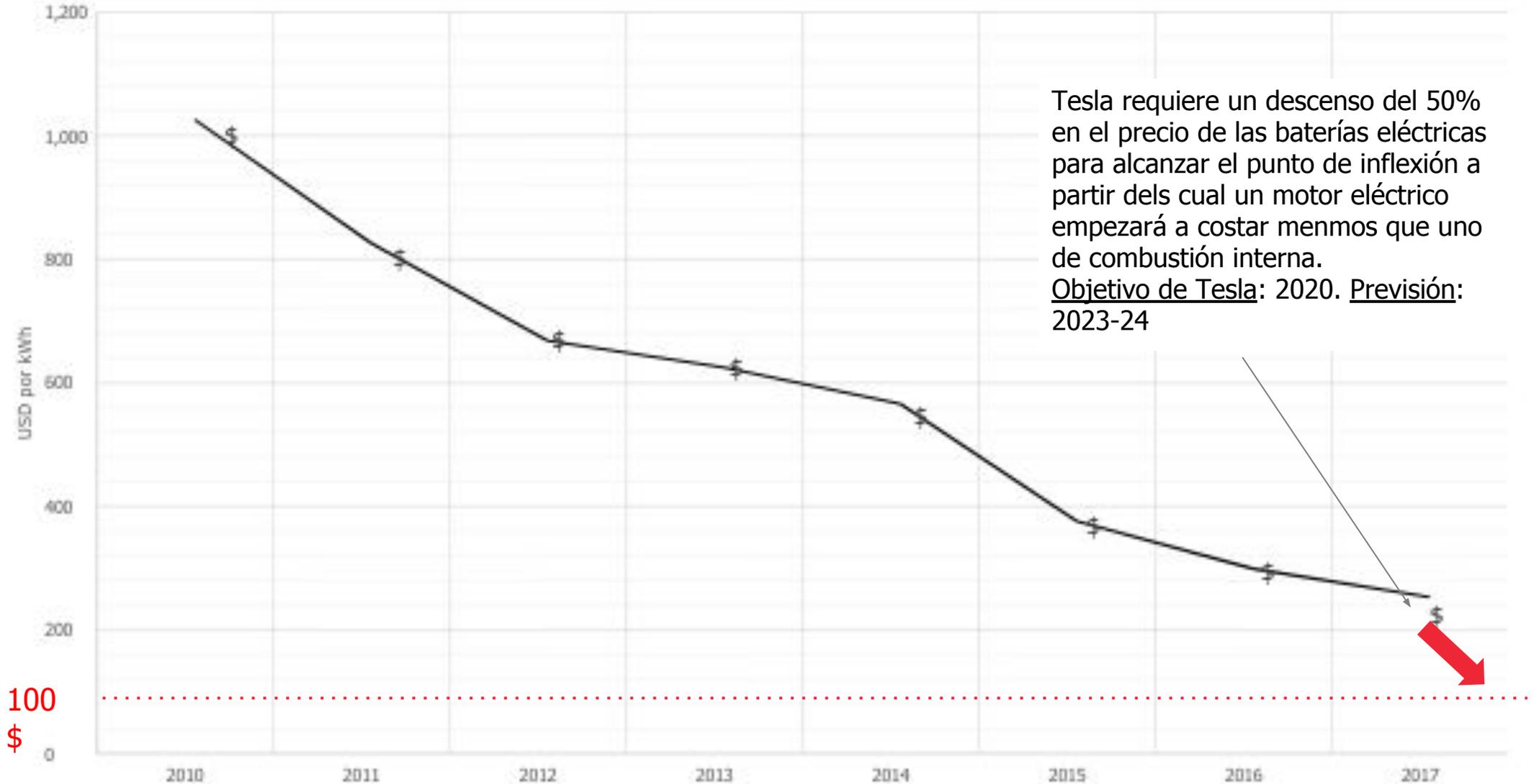


# Retos de Tesla

—

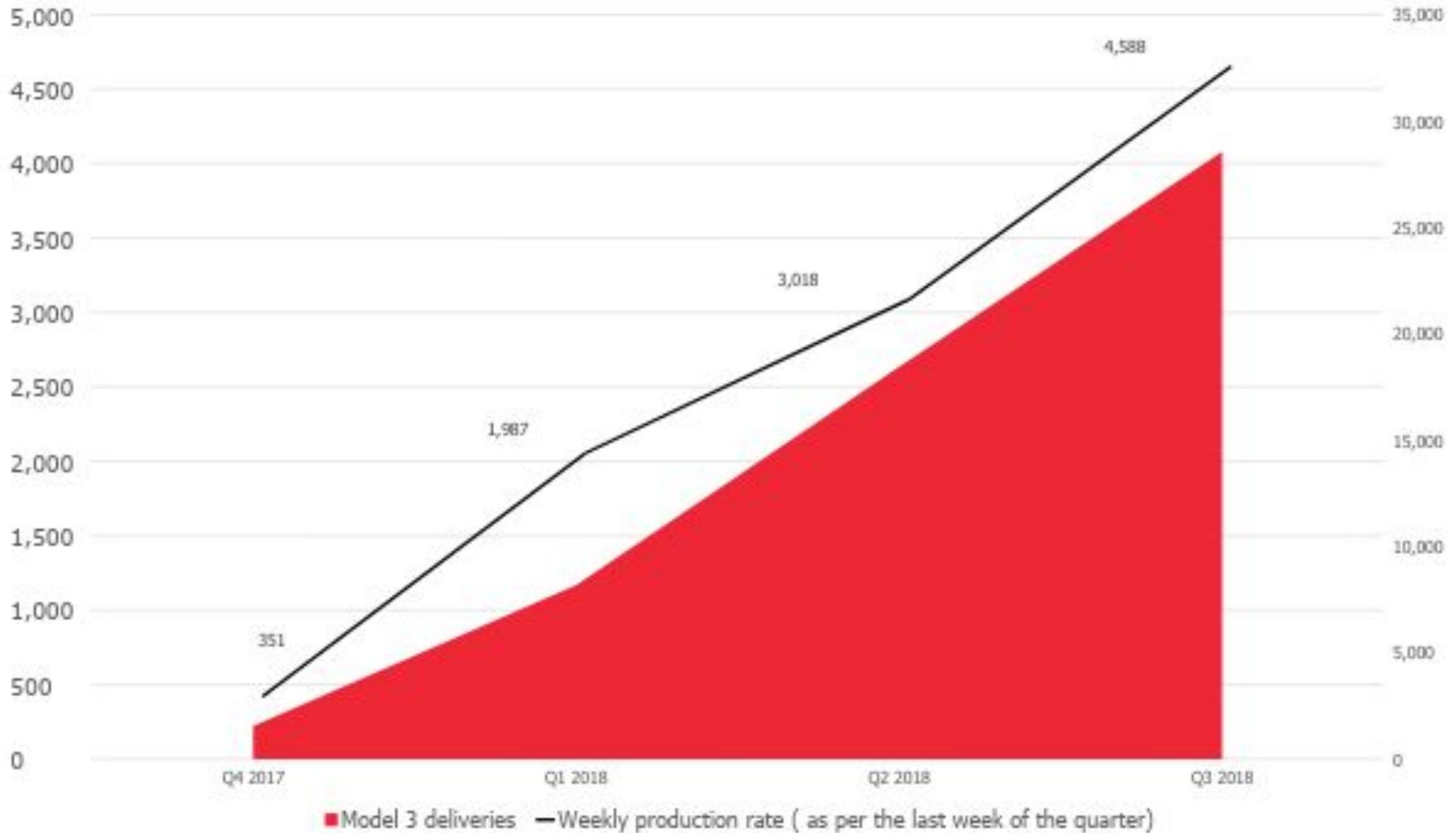
**Tesla también  
tiene problemas  
(y lo sabemos)**

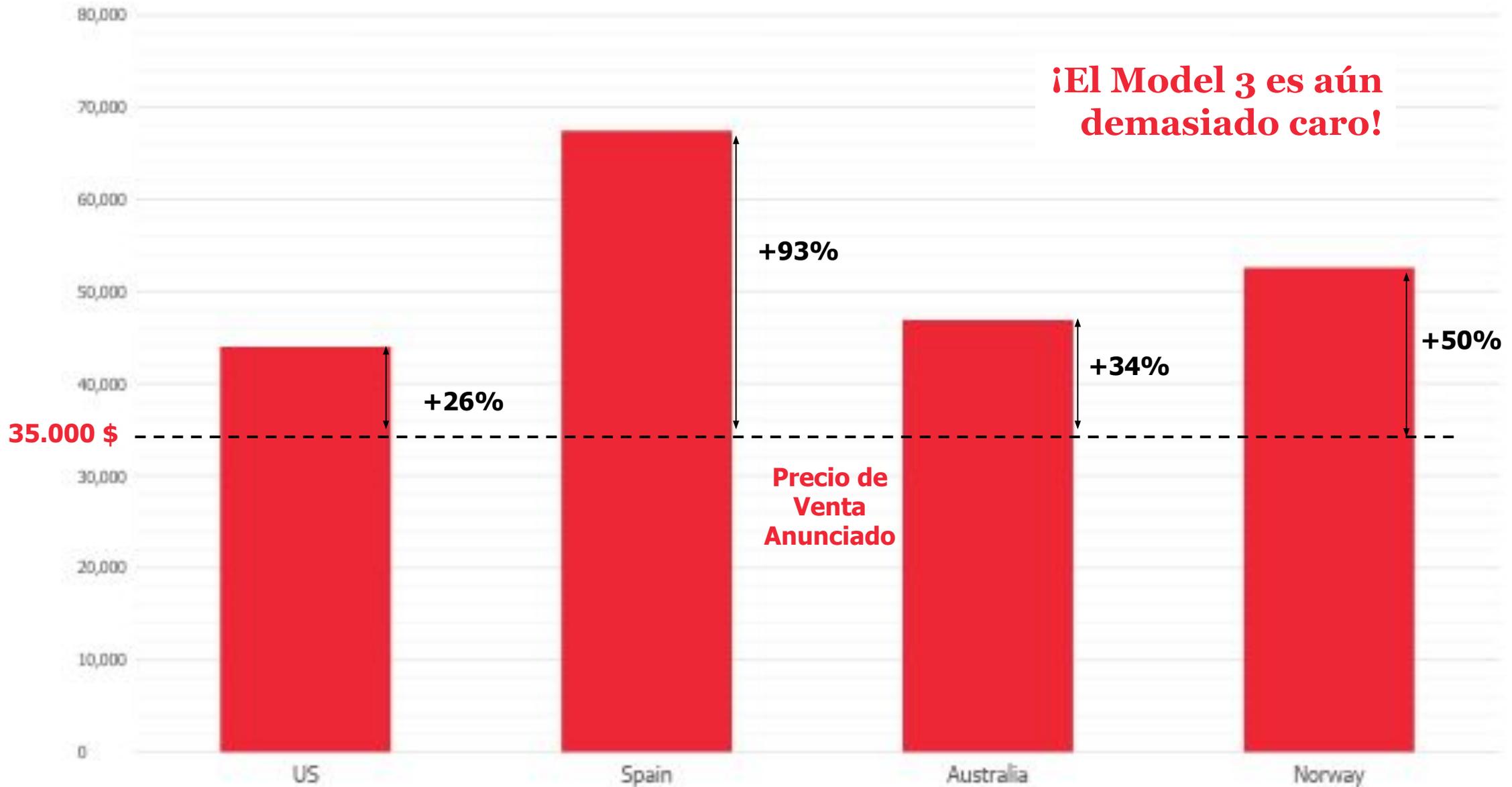




Tesla requiere un descenso del 50% en el precio de las baterías eléctricas para alcanzar el punto de inflexión a partir del cual un motor eléctrico empezará a costar menos que uno de combustión interna.

Objetivo de Tesla: 2020. Previsión: 2023-24





**¡El Model 3 es aún demasiado caro!**

**EAE** Business  
School

We make  
it happen

[eae.es](http://eae.es)