

# Introducción

## 1. Objeto de estudio

Tesla es una de las multinacionales más relevantes en el contexto económico actual. Su CEO, Elon Musk, ha sido capaz de posicionar a la empresa de tal forma que su crecimiento se extienda más allá de las fronteras americanas y alcance al continente europeo, al asiático y a Oriente Medio. Sin embargo, poco se sabe de la estrategia de internacionalización de Tesla, qué etapas sigue en el proceso de globalización o cómo selecciona sus mercados objetivos. El objeto de este trabajo es determinar en qué consiste dicha estrategia, por un lado; y, una vez obtenidos los resultados del análisis, aplicarlo a un hipotético mercado objetivo en el que Tesla aún no tiene presencia: Brasil.

A diferencia de otras empresas, Tesla no cuenta con una abundante literatura publicada sobre su funcionamiento y estrategias, sino que la mayor parte de la información llega al público a través de Elon Musk mediante entradas en el blog de la empresa, declaraciones a la prensa y redes sociales –algo que, por otro lado, le ha causado en numerosas ocasiones problemas legales. Además, en lo que respecta al caso práctico elaborado en el capítulo tres, relativo a un posible acceso de Tesla al mercado brasileño, la autora lo ha realizado de manera íntegra, tal y como un analista de la empresa lo llevaría a cabo, contando solamente con los datos necesarios para analizar el mercado y sus propias hipótesis.

Es por ello que la bibliografía actual de este objeto de estudio es muy reducida y se limita a estudios publicados por la empresa, artículos periodísticos y declaraciones del propio Elon Musk. No obstante, un segundo grupo de literatura –leyes, decretos y datos publicados por fuentes oficiales –proporciona una sólida base sobre la que elaborar el análisis práctico de la estrategia de internacionalización de Tesla.

Tras la revisión bibliográfica del tema se concluye que este trabajo se aproxima de forma inédita al objeto de estudio, tanto en su primera parte –en qué consiste la estrategia de internacionalización de Tesla– como en la segunda –estudio de un hipotético acceso al mercado de Brasil. Se aspira así a proporcionar un primer enfoque sobre el caso de Tesla en lo relativo a su expansión global, así como un análisis de carácter práctico que determine la viabilidad de introducirse en el mercado brasileño para la empresa.

Se presentan a continuación las preguntas de investigación y las hipótesis.

**Pregunta de investigación:** ¿Podría Tesla implantarse de manera viable en el mercado de Brasil siguiendo la estrategia de internacionalización aplicada hasta el momento?

**Hipótesis:**

1. El sector de la movilidad eléctrica está en crecimiento, tanto a nivel global como en Brasil, y ofrece importantes perspectivas de crecimiento cara al futuro.
2. La estrategia de internacionalización de Tesla prioriza mercados en los que exista un alto nivel de concienciación entre la población sobre la importancia de proteger el medioambiente, los gobiernos apliquen políticas verdes y el acceso a la electricidad sea prioritario, entre otros factores.
3. Siguiendo la estrategia de expansión internacional tratada en este trabajo, una aproximación al mercado de Brasil por parte de Tesla sería viable.

## 2. Método de investigación

El trabajo hace uso de dos metodologías bien diferenciadas: el método analítico para el marco teórico, y el método deductivo para el caso práctico. A pesar de que las dos metodologías puedan yuxtaponerse ocasionalmente a lo largo de los distintos apartados de cada capítulo, se puede afirmar de manera general que el método analítico corresponderá a los dos primeros capítulos, mientras que el método deductivo se aplicará al tercero.

De esta manera, el método analítico permite la contextualización de los conceptos, en el caso del primer capítulo, y la descripción de la estrategia de internacionalización llevada a cabo hasta el momento por Tesla, en el caso del segundo. Esto permite realizar una aproximación teórica sobre cómo la empresa ha operado hasta el momento, así como cuáles han sido sus razones de éxito (y de fracaso) para así poder analizar su proceso de internacionalización.

Al tratarse de un capítulo de carácter práctico que ha sido elaborado íntegramente por la autora a partir del análisis de la ya existente internacionalización de Tesla, el tercer capítulo implementa el método deductivo para formular y resolver las hipótesis. De este modo, se parte de la premisa “Tesla ya ha llevado a cabo varios procesos de internacionalización exitosos” y se estudia cuáles son las condiciones ideales para repetir este éxito. Más concretamente, se analiza si las condiciones del mercado de Brasil son viables para el acceso de la empresa a este mercado.

### 3. Fuentes de conocimiento empleadas

El trabajo se ha elaborado atendiendo a referencias y datos provenientes tanto de fuentes primarias como secundarias para lograr llevar a cabo un análisis exhaustivo del objeto de estudio.

Las fuentes primarias utilizadas para la elaboración de este trabajo se pueden clasificar en tres grupos principales:

1. **Datos económicos y poblacionales.** Elaborados de manera íntegra por instituciones como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, la Reserva Federal de Estados Unidos o la Organización de las Naciones Unidas.
2. **Documentos jurídicos.** Conjunto de leyes, proyectos de ley y decretos elaborados por las autoridades competentes de España, Brasil y la Unión Europea. En este apartado también se incluyen los planes de acción previstos por los Gobiernos como el Plan Rota 2030 o el Pacto Verde Europeo.
3. **Declaraciones del equipo de Tesla.** Realizadas de forma directa por Elon Musk o por la compañía, ya sea a través del blog de la empresa o con la publicación de documentos acreditados por Tesla. También se incluye el libro *Elon Musk* de Ashlee Vance, la biografía del CEO en la que él mismo colaboró a través de entrevista directas.

El compendio de fuentes secundarias se compone principalmente de artículos, tanto académicos como periodísticos, que permiten profundizar en el tema ampliando información y facilitando la explicación de conceptos. En este sentido, los estudios y artículos publicados que proporcionan cifras específicas son de gran importancia.

En lo relativo a su proceso de internacionalización, Tesla no cuenta con un departamento de comunicación y la publicación de información directa relativa a las estrategias de la empresa es prácticamente inexistente. Por ello, al tratarse de un tema de actualidad, la mejor forma de seguir el desarrollo de la estrategia de internacionalización de Tesla es a través del contraste de información publicada en la prensa, y de las declaraciones y entrevistas concedidas por los propios directivos de la empresa.

El caso práctico dedicado a Brasil también contiene referencias relativas a artículos de prensa, estudios y análisis llevados a cabo por expertos. Destacan especialmente los estudios llevados a cabo por ABVE en lo relativo al sector de la movilidad eléctrica, y los análisis desarrollados por ICEX e Invest in Brasil sobre el sector de las energías renovables en el país.

## 4. Plan de exposición

La estructura del trabajo sigue la evolución lógica del análisis del objeto de estudio, dividiéndose este en tres capítulos con un número variable de subapartados en los que se organizan la información pertinente.

El primer capítulo se ocupa de una aproximación teórica a los conceptos que más relevancia tienen para el trabajo. Por un lado, se define y explica el concepto de internacionalización, así como sus distintas etapas y una serie de estrategias empleadas en su desarrollo. Por otro lado, se estudia el sector de la movilidad eléctrica: definición, evolución histórica y análisis DAFO de su papel en el mercado mundial. Este último punto es de especial importancia, ya que supone el punto de partida para la aproximación al caso de estudio.

El segundo capítulo está dedicado al proceso de internacionalización de Tesla, el objeto de estudio de este trabajo. El capítulo se estructura en tres subapartados que permiten una mejor organización y presentación de la información. De estos, los dos primeros están dedicados a la presentación y evolución histórica de la empresa para facilitar la contextualización del análisis. El tercer subapartado, dedicado íntegramente al proceso de internacionalización de Tesla, estudia las distintas fases del desarrollo del plan, un análisis CAGE que determina las condiciones para operar en el extranjero y, por último, las claves del proceso de internacionalización de la empresa.

El tercer y último capítulo trata el hipotético acceso de Tesla al mercado brasileño. Se trata de un análisis llevado a cabo íntegramente por la autora, ya que la empresa no tiene presencia en Brasil por el momento. Para ello, se ha realizado un estudio de mercado en el que se analizan tanto la situación económica como el estado actual del sector de la movilidad eléctrica en el país. Por otro lado, mediante un análisis DAFO del sector mencionado, se conjetura acerca de la viabilidad de entrada de Tesla al mercado brasileño para determinar si esta sería posible.

Esta estructura permite el análisis exhaustivo del objeto de estudio. Así, el primer capítulo proporciona el marco teórico necesario para comprender el contexto del trabajo, mientras que los capítulos dos y tres profundizan en el caso específico de Tesla. Además, esta estructura permite tanto el estudio teórico, durante los dos primeros capítulos, como el análisis práctico de la materia llevado a cabo en el último capítulo.