

# Universidad del Valle de México

Por siempre responsable de lo que se ha cultivado



- Barrón Mendoza Edgar Raymundo
- Flores León Oscar Javier
- Gallardo Iturbe Eliezer Nephtali
- Ortega García Victor Manuel
- Ixba Zabala Olivia Edith

**Integrar para masificar**

## INVERSIÓN DE PRODUCTO

Actividad 4

## Inversión de producto

*Humankind is in constant evolution, due to his curiosity and ambition to reshape all around into a better, comfortable world. This evolution isn't easy and not always is free. Although humans are curious, they also are afraid to the unknow and there's resistance to try or adopt new ideas and technologies. During middle age was even persecuted since some science, medicine and philosophy was considered being against religious believes. Fortunately, time changes and some people persisted, and time allow them to proof their ideas were correct. Darwin said, "Intelligence is based on how efficient a species became at doing the things they need to survive." and, about his evolution theory "One general law, leading to the advancement of all organic beings, namely, multiply, vary, let the strongest live and the weakest die." Which means if you don't adapt to the current environment you may die to let the strongest evolve and survive. As humans we are constantly looking for solutions to a common problem, making our lives easier and comfortable. Pollution, crowded cities, lack of natural resources such as water, food, fuel, and larger amount of energy to keep our digital environment running are the new problems which have become also huge and need systematic, scalable, efficient, and innovative solutions. That's why companies are investing not only to get bigger revenue but also staying in the market as favorites of the customers by using innovative solutions, keeping in touch with consumers, adding value to the community and being green to protect the environment. Those companies who are betting to become part of their customer are being successful, but those who keep their business model tend to disappear. Let us review some ideas behind investment in the product/service, some achievements of companies adopting best practices and learn from others who failed.*

La especie humana está en constante evolución, debido a su curiosidad y ambición por transformar lo que le rodea en un mejor y cómodo mundo. Esta evolución no ha sido fácil y eventualmente no de manera libre. A pesar de la curiosidad del humano, también se asusta por lo desconocido y presenta resistencia a probar o adoptar nuevas ideas y tecnologías. Durante la edad media incluso se persiguió ya que alguna ciencia, medicina y filosofía se consideró en contra de las creencias religiosas. Afortunadamente los tiempos cambian y algunos que persistieron pudieron probar con el tiempo que sus ideas en verdad estaban correctas. Darwin decía: "La inteligencia está fundamentada en qué tan eficientes se vuelven las especies para hacer las cosas que les permitan la supervivencia" y sobre su teoría evolutiva "Por regla general, lo que permite a las especies orgánicas avanzar, nombrarse, multiplicarse, variar es que las más fuertes persisten, mientras que las débiles mueren". Lo que significa que si no te adaptas al nuevo ambiente puedes morir para dejar paso a que los mas fuertes evolucionen y sobrevivan. Como humanos estamos constantemente buscando soluciones a problemas comunes, haciendo nuestras vidas más fáciles y cómodas. La contaminación, ciudades densamente pobladas, falta de recursos como el agua, alimentos, combustibles y grandes cantidades de energía que permitan funcionar nuestro entorno digital. Son problemáticas que han venido a acrecentarse y necesitan soluciones sistémicas, escalables, eficientes e innovadoras. Es por eso por lo que las grandes compañías están invirtiendo

no sólo para obtener grandes ganancias, si no para permanecer en el mercado como favoritas de los consumidores agregando valor a la comunidad y siendo sustentables para proteger el ambiente. Aquellas compañías que están apostando por formar parte de la vida del cliente están siendo exitosas, mientras que prefieren mantener su modelo de negocio tienden a desaparecer. Revidemos algunas ideas detrás de la inversión de producto/servicio, algunos logros de compañías que han adoptado buenas prácticas y aprender de las que han fracasado.

## Inversión

De acuerdo con la RAE, inversión es la acción de invertir, es decir gastar, emplear u ocupar. Este término habitualmente se emplea en el mundo de las finanzas para designar procesos de crecimiento de recursos mediante instrumentos financieros y modelos de negocio. Sin embargo, su uso se puede extender para los métodos de generación de riqueza actuales y modelos de negocio de economía circular y compañías de tecnologías disruptivas. Extendiendo su aplicación a productos o servicios, se prioriza al cliente y sus necesidades, con base en ello se desarrollan soluciones en productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente de manera adaptada mediante la retroalimentación constante de la experiencia de uso. Esto se traduce en un diseño interactivo que evoluciona para adaptarse a las necesidades y requerimientos del cliente final.

## Amazon



Amazon Inc. Es una corporación americana, fundada por Jeff Bezos en 1994. Se centra en el comercio electrónico, servicios de streaming y computación en la nube con base en Seattle, Washington. Su lema es *"From A to Z"*

### **Mejorar una experiencia.**

Amazon persigue como objetivo principal mejorar la experiencia de compra posicionándose como la empresa líder en comercio electrónico con entregas rápidas, con un amplio catálogo de productos a la comodidad de un clic. Dentro del valor agregado incluye soluciones para hacer la despensa, ropa, electrónicos, herramientas, suplementos, entretenimiento, servicios de computo en la nube y otros recursos de cómputo compartido. Su enfoque no es sólo fomentar el comercio electrónico local, favorece la importación y exportación de productos, pero también ofrece entretenimiento con acceso a películas, series, música, podcast, videojuegos y libros electrónicos. Favoreciendo un puente entre vendedores y consumidores.

### **¿Su tecnología se adapta para brindar experiencia?**

Amazon se adapta para favorecer las necesidades de los clientes integrando más productos a su cartera de servicios mejorando la experiencia de usuario. En algunas regiones se implementó el uso de drones para la entrega de pedidos, así como el empleo de vehículos no tripulados también para

delivery (Amazon Scout) . Amazon también toma ventaja del Big data y el Machine Learning como aliados en el desarrollo de productos y servicios adaptados a sus clientes. Gracias a su CRM, creado a medida, es posible recolectar datos de los clientes que alimentan los algoritmos y poder ofertar productos y recomendaciones con base en los patrones de consumo personalizando la experiencia del usuario. Amazon también ha desarrollado su línea Amazon basics que incluye productos de uso común, en diseños sofisticados, sencillos y asequibles para el hogar incluyendo dispositivos que favorecen la digitalización de los hogares favoreciendo la domomática.

Por otro lado, para el sector empresarial ha montado su propia nube y recursos de bases de datos en productos empresariales que proporciona Amazon AWS.

### **Conectados (IoT)**

Amazon ha sido pionera en este campo con su producto estrella Alexa, la integración de una IA con reconocimiento de voz capaz de ejecutar comandos, un dispositivo capaz de interconectarse con otros de su mismo tipo y otros electrodomésticos para automatizar espacios. Desde activar o desactivar enseres domésticos, apagar/encender las luces, modificar el clima, reproducir música hasta proporcionar noticias e información sobre demanda.

### **Disruptiva**

Es una compañía disruptiva, ya que ha buscado un lugar a las tecnologías emergentes en el hogar de sus clientes. En inicio a un click de distancia, sin embargo, ahora con Alexa a un comando de voz. Su orientación está en adaptarse en las necesidades del mercado y del cliente para el desarrollo e inclusión de tecnologías cambiando el paradigma de compra, entretenimiento y vivienda. Incluso con la apertura de Amazon Go, un supermercado de auto servicio, sin dinero y sin cajeros haciendo una experiencia de compra única.

### **Data Driven**

Gracias a su familia de servicios (Amazon, Amazon Prime, Amazon Music, Amazon Games, Twitch, Alexa) y su infraestructura Amazon AWS. Esta compañía se ha abierto paso en diversos mercados internacionales, principalmente en Amazon Japón, Amazon USA, Amazon Canada, Amazon Alemania con millones de clientes que hacen de toda su gama de servicios por los que diversa información circula. Esto le permite la recopilación de hábitos de consumo en productos, preferencias de video, música, libros, juegos, pero también otros datos demográficos como la edad, geolocalización, montos de compra, sexo, edad y todos esos datos bajo los algoritmos correctos generan recomendaciones de compra para el usuario, pero también para la toma de decisiones y promocionales.

### **Economía Colaborativa**

Amazon favorece el intercambio de bienes, conectando compradores y vendedores de manera local, pero también internacionalmente haciendo importaciones y exportaciones gracias a su modelo de e-Comerce. Aproximadamente el 43% de los ingresos de Amazon proviene de la venta de productos en línea. Amazon no cuenta con el total del Stock de esos productos, por lo que colabora con otros

proveedores y productores favoreciendo la creación de empleos y distribución de mercancías, beneficiando la economía y conectando mercados.

### **Valores nuevos**

Los valores de la empresa aparte de los más conocidos que son honradez, lealtad al cliente, excelencia en el servicio, etc., Amazon se a decantado en crear valores justamente a partir de los mencionados, encaminados totalmente a la satisfacción de sus clientes, entre los cuales podemos encontrar: obsesión por el consumidor, Innovación constante, predisposición a la acción, apropiación de negocio, excelencia en la contratación de colaboradores y empleados, democratización de precios, variedad de ofertas, accesibilidad y disponibilidad.

### Netflix

Netflix Inc. Es una empresa de entretenimiento con sede en Los Gatos, California. Se fundó en 1997 e inició como un servicio de renta de contenido de entretenimiento por correo postal. Esta empresa es quizá uno de los ejemplos de éxito más famosos pues su modelo de negoció evolucionó con la tecnología para convertirse en la primera compañía que le apostó a la transmisión de contenido de entretenimiento sobre internet derrotando a su competidora Blockbuster, quien rechazó la fusión. En la actualidad crea contenido propio y retransmite contenido de otras productoras en diversos países.



### **Mejora la experiencia**

Netflix desde sus inicios ha buscado mejorar la experiencia del cliente, primero cambiando el paradigma del consumo de entretenimiento llevándolo directamente a la casa del cliente mediante el correo postal, mejorando las cuotas de suscripción, sin los cargos que otras compañías hacían por la renta del material y sus multas por retrasos en la devolución. Con la llegada de la internet, Netflix le apostó al mercado de estreaming cambiando la forma de acceso al entretenimiento adaptándose a una audiencia mas activa. Con la llegada de los smartphones, tabletas y televisores inteligentes Netflix evolucionó para ser multiplataforma favoreciendo la compatibilidad con múltiples dispositivos, la opción de descarga del contenido, producciones propias y convenios con diversas casas productoras alrededor del mundo le brindaron una ventaja competitiva para llevar el entretenimiento a cualquier usuario en cualquier lugar. Otra ventaja competitiva ha sido el multi-lenguaje ya que la mayoría de las producciones están en diversos idiomas, subtítulos e incluso cuenta con versiones dobladas con audio descriptivo para personas débiles visuales o invidentes favoreciendo la inclusión y mejorando la experiencia a más sectores de la población.

### **¿Su tecnología se adapta para brindar experiencia?**

Si, su modelo de negocio pasó del correo postal a los servicios en línea dando un salto a la digitalización acumulando 208 millones de usuarios y más de 25000 Millones de visitas anuales. Lo que ha generado que su infraestructura se robustezca para satisfacer la demanda de usuarios. Desarrolló aplicaciones para prácticamente cualquier dispositivo o sistema operativo principal con la final de dar acceso a sus usuarios desde teléfonos, tabletas, computadores y televisores inteligentes. Su algoritmo favorece la recomendación de contenido con base en otros medios reproducidos y además permite adaptar la calidad e imagen y audio con base en las características del dispositivo para mejorar la experiencia de reproducción. Esto se ha visto reflejado en las producciones que realiza colaborando con Davinci para la post-producción, además de la filmación y reproducción de contenido en 4K, con códecs de audio Dolby-Atmos.

### **Conectados IoT**

En este caso Netflix se basa en el uso de la nube para retransmitir su contenido, aun no se utiliza IoT para la manipulación de dispositivos para el beneficio del consumidor. Sin embargo, Netflix si obtiene información del consumidor para ofertar nuevo contenido por ver.

### **Disruptiva**

Definitivamente ha sido disruptiva, ya que cambió el paradigma en el consumo de entretenimiento con el consumo de contenido filmico pasando de medios análogos y físicos al mundo digital aprovechando la internet y el comercio electrónico. Esta adaptación e implementación de las tecnologías le llevó a sepultar a su competidora Blockbuster, sentando un precedente para las nuevas compañías y las existentes respecto a la necesidad de adaptarse al mercado y explotar las nuevas tecnologías.

### **Data driven**

El enfoque que Netflix le da a Data Driven va muy encaminado a la recolección de información de sus usuarios, para con ello, por medio de su algoritmo recolectar, identificar e interpretar datos, y poder ofrecer una experiencia mejor a sus clientes, ya que con esto logra identificar los gustos o hábitos de consumo del contenido de la plataforma de sus clientes.

### **Economía colaborativa**

Un ejemplo de economía colaborativa con Netflix es muy marcada y esta fue dada debido a un problema en su red de servicios, hay que recordar que en Agosto del 2008 su sistema de información sufrió una falla, dejando sin el servicio a millones de usuarios por más de 3 días, esto debido a que el crecimiento de la compañía genero una sobre carga de información que originó el problema, por lo que Netflix opto por contratar los servicios de AWS Amazon Web Services, la cual se encargó de la infraestructura para que Netflix tuviera y previera sus servicios desde la nube. Además de emplear a diversas personas para el doblaje y regionalización de contenido e impulsar que productoras locales creen nuevos contenidos.

## Valores nuevos

Empresas como Netflix han venido a disrumpir incluso en el tema de los valores, el Juicio, la Comunicación, la Curiosidad, el Coraje, la Pasión y la Innovación, son solo algunos de los valores que se tienen en la compañía implementados a los ya existentes.

### Uber



Uber Technologies Inc. Es una empresa de tecnología que surge del modelo empresa emergente. Se origina en Paris, Francia en 2008 y se extendió a la mayoría de las metrópolis alrededor del mundo.

Inició como una aplicación que permite conectar conductores con usuarios, un modelo de negocio digital en la que un socio pone a disposición su automotor y la plataforma le permite ofertar sus servicios como taxi haciendo el cobro en línea. Actualmente su portafolio se extiende a transporte de pasajeros, reparto de vienes y alimentos preparados. En

algunas ciudades transportes como motos y helicópteros están disponibles para el uso de los usuarios de la plataforma. Habitualmente el método aceptado ha sido mediante tarjetas bancarias, eventualmente intentaron crear su propia tarjeta de crédito e integraron el pago en efectivo.

### Mejorar una experiencia

Uber se enfoca en mejorar la experiencia de transporte sustituyendo el taxi por un medio que se basa en la confianza para proveer de servicios de transporte particular de pasajeros. Su plataforma conecta pasajeros con conductores con disponibilidad 24/7, habitualmente autos limpios y cómodos con tarifas asequibles en un solo click. El sistema de navegación, pago electrónico, las políticas y medidas de seguridad aunados a una tarifa más justa en función de la distancia y tráfico de la ciudad mejoran las conexiones de varios ciudadanos en las principales metrópolis. Ahora con Uber Eats y Uber flash es posible recibir también comida de los restaurantes favoritos, enviar paquetes e incluso recibir el super con su alianza de Cornershop.

### ¿Su tecnología se adapta para brindar la experiencia?

Uber se ha adaptado a los cambios de la tecnología y retos que presentan, primero generando una aplicación disponible para Android y iOS, integrando una terminal de pago y GPS. Con el desarrollo de las tecnologías y en favor de la protección de los datos sensibles de los clientes, seguridad en las transacciones y la seguridad de socios y pasajeros se han implementado estrategias que incluyen el reconocimiento facial, reconocimiento biométrico y el botón de pánico para mejorar la experiencia de usuario, además de incrementar la seguridad y confianza del pasajero.

## **Conectados IoT**

Uber aprovecha el IoT ya que socios y pasajeros se conectan a la red y se pueden obtener datos demográficos, gracias a su integración con Google Maps y Wase se pueden obtener datos de navegación con los que se pueden calcular rutas más eficientes y también con ello el ajuste de la tarifa bajo la ley de oferta y demanda con la famosa tarifa dinámica.

## **Disruptiva**

Uber vino a cambiar la forma en la que los usuarios de transporte necesitados de traslado satisfacen esta necesidad, obteniendo con su oferta de valor basada en la confianza, seguridad, tarifas accesibles y tecnología, el arraigo de millones de usuarios que, sin dudarlo, cambiaron el uso del tradicional taxi, a la interacción con esta plataforma.

## **Data Driven**

Uber es una plataforma que integra múltiples tecnologías y sistemas que permiten el funcionamiento de la aplicación permitiendo obtener demográficos, rutas, hábitos de consumo y lugares frecuentes que incluso es capaz de determinar el lugar de trabajo y residente del cliente. Por otro lado, Uber valora la experiencia de usuario y conductor obligando a ambos a calificar el viaje, política con la que Uber permite continuar brindando servicio a los usuarios y conoce las áreas de oportunidad de los usuarios. Con Uber Eats y Cornershop es posible obtener hábitos de consumo y preferencias de alimentos y marcas. La integración de la API con Google Maps y Wase permite obtener información en tiempo real del tráfico para calcular las tarifas y las rutas óptimas previo a que el usuario aborde para que sepa el costo de su viaje.

## **Economía colaborativa**

Esta empresa es un ejemplo más de la Economía Colaborativa, ya que es bien sabido por todos que, aparte de dedicarse al traslado de pasajeros, Uber, también es una empresa de delivering, ya sea de artículos o comida, beneficiando a diversas empresas como restaurantes, incluso pequeños empresarios se ven beneficiados de la exposición que les da esta plataforma con sus usuarios, obteniendo beneficios de forma conjunta, es decir todos ganan.

## **Valores nuevos**

En primer lugar, Uber es una empresa que se construye globalmente pero que vive localmente. Esto quiere decir que aprovecha el poder de la escala de las operaciones para funcionar mejor en las ciudades y comunidades en donde trabajan, otros de sus valores, son la seguridad, la transparencia, la eficiencia, y la confianza.



## Oxxo

Oxxo es una cadena de tiendas de conveniencia propietaria de FEMSA SA de CV. Y fundada en Guadalupe Nuevo León en 1978. Se inició como una miscelánea, pero ahora hay en varias esquinas del país, siendo un punto no sólo para la compra de víveres, si no punto de venta y terminal intercambiaría para el envío y recepción de efectivo, pago de servicios e incluso punto

postal para entrega de paquetes de Amazon. Actualmente incluso tiene su propio sistema de puntos de lealtad y tarjeta para compra dentro del comercio y como intermediario para pagos de e-commerce y retiro de efectivo.



### **¿Mejora la experiencia?**

Cabe resaltar que la empresa OXXO, apuesta en brindar como experiencia el hecho de que el usuario encuentre todo en el mismo lugar y con la cantidad de sucursales suficientes como para que los traslados a estas sean la menor inversión de tiempo posible, en este sentido mejora la experiencia de tener que ir a diferentes lugares a satisfacer diferentes necesidades, es decir, si necesitas una recarga telefónica, un depósito bancario, desayunar, un café, o pagar servicios, Oxxo te ofrece todo esto en el mismo lugar.

### **¿Su tecnología se adapta para brindar la experiencia?**

No sólo la tecnología es adaptada a las operaciones de Oxxo, su modelo de negocio se expande para abarcar más y satisfacer las necesidades del cliente. No sólo en el comercio de bienes alimenticios y de despensa, si no operaciones bancarias e intermediario para pagos a terceros como Amazon, Mercado libre y otros comercios de e-commerce. Incursiona en sus propios productos financieros. Y actualmente le apuesta al modelo Grab and Go siguiendo el modelo de Amazon Go.

### **Conectados IoT**

Mencionado con anterioridad, la tienda Grab and Go, ofrece una experiencia tecnológica con la que los vivirán la experiencia de el internet de las cosas de una forma única y fuera de casa, es decir, podrán consumir sus productos preferidos, sin la necesidad de esperar en una fila a pagar por ellos, todo esto gracias a IoT.

### **Disruptiva**

Este tema es muy controversial, es un hecho de que tiendas OXXO cambió la forma en la que las personas consumen sus productos, ya que tienen todo en el mismo lugar y cerca de ellos, sin embargo, también es una realidad que algunas tiendas pequeñas se vieron afectadas por ello, aquí cabe perfectamente el ejemplo de las pequeñas o medianas empresas que por resistirse al cambio se quedan en el camino.

## **Data Driven**

Recientemente OXXO abrió su tienda Grab and Go, con lo que es necesario que el usuario se registre por medio de una APP, con este proceso OXXO pretende alimentar su base de datos con los consumos habituales de sus clientes para tener siempre lo que estos buscan, con el único objetivo de satisfacer sus necesidades.

## **Economía colaborativa**

OXXO es una de las compañías en el mercado con un enfoque B2B, B2C, sus alianzas comerciales incluyen desde empresas gigantescas como bancos, panaderías, abarrotes, sistemas de servicios, hasta pequeños empresarios, por lo que su economía colaborativa es explotada al máximo.

## **Valores nuevos**

En OXXO basan su labor diario y crecimiento en los valores que guían a quienes forman la organización:

### **Valores de Negocio:**

- Colaboración
- Compromiso a la excelencia
- Orientación al oficio
- Enfoque al cliente
- Espíritu innovador

### **Valores de Persona:**

- Pasión por aprender
- Integridad y respeto
- Sentido de responsabilidad
- Sencillez y actitud de servicio

## Starbucks



Starbucks es una compañía americana de Café y productos entorno al café y el té. Fundada en 1971 en Seattle, Washington. Actualmente con una presencia en más de 70 países alrededor del mundo. Apoyando el cultivo y economías locales de productores de café en América y África.

### **Mejora la experiencia**

Starbucks es una compañía reconocida por comerciar con la experiencia de usuario sobre el producto, el objetivo de su fundador ha sido acercar el ambiente de las casas de café

italianas al usuario. Y se ha destacado como un símbolo de opulencia y sofisticación ofreciendo bebidas calientes y frías estéticamente agradables de sabor estandarizado. En un ambiente cálido, agradable con conectividad a internet ideal para hacer el brunch, citas románticas e incluso estudiar o como punto de reunión para trabajo colaborativo.

### **¿Su tecnología se adapta para brindar la experiencia?**

Starbucks emplea la tecnología en sus puntos de venta, pero recientemente ha hecho convenios con plataformas digitales para favorecer el auto servicio y delivery, lo que implica que el usuario tiene más opciones para adquirir sus productos. Por otro lado, ofrece puntos de acceso para que sus clientes se conecten a internet en una red pública. La integración de tecnologías como Apple Pay, Samsung Pay y la recepción de Contact Less cards permite eficientar las operaciones sin la necesidad de cargo en efectivo.

### **Internet of Things (IoT)**

Starbucks emplea el IoT para poder conocer la frecuencia de consumo, preferencias de consumo, pero también un registro de los ingredientes y monitoreo para garantizar la frescura, además de la dosificación de las recetas de acuerdo con las calificaciones que el usuario emita en la App.

### **Disruptiva**

La experiencia de solo tomar café cambió gracias al ingreso de Starbucks en el mercado, si bien es cierto el actor principal es el café, la experiencia de ir a una de sus tiendas es acogedora, de buen servicio y sobre todo con acceso a todo tipo de consumidores.

### **Data Driven**

Su base de datos consta de una aplicación por la cual obtienen información sobre el consumo de sus clientes para con ello ofrecerles mejoras en sus productos y frecuencia de consumo, así como gratificaciones y recompensas por la lealtad a su compañía.

### **Valores nuevos**

Desde el principio, Starbucks se propuso ser un tipo de empresa diferente. Una que no únicamente girase en torno al café y su tradición, sino que también aportase una sensación de cercanía y conexión. Nuestra misión es inspirar y nutrir el espíritu humano: solo una persona, una taza de café y un barrio al mismo tiempo.

Crear una cultura cálida y con sentido de pertenencia, donde todos se sienten bienvenidos.

Entregar nuestro mejor esfuerzo en todo lo que hacemos, haciéndonos responsables de los resultados.

Actuando con valentía, desafiando el status quo, y encontrando nuevas maneras de crecer como persona y como empresa.

Estando presente, conectando con transparencia, dignidad y respeto.

## Tesla

Tesla es una empresa con sede en Austin, Texas liderada por Elon Musk. Se enfoca en el desarrollo de tecnología para automotores, energías renovables, exploración espacial y telecomunicaciones.



### ¿Mejora la experiencia?

Definitivamente el objetivo de Tesla es mejorar la experiencia de manejar un auto, sus vehículos son de los más seguros del mundo. Después de la seguridad, su objetivo es hacer que en cada Tesla se encuentre el mayor disfrute que se pueda tener en un vehículo. Crearon funciones que hacen del estar en sus autos aún más disfrutable, desde juegos hasta películas, secretos, sorpresas y más. Mediante las actualizaciones de software inalámbricas, ponemos a disposición funciones de manera regular que están al alcance del toque de un botón.

### ¿Su tecnología se adapta para brindar la experiencia?

Tesla es parte aguas en tecnología siempre a la vanguardia en ello, con el único objetivo de brindar una experiencia única a sus clientes, la tecnología Tesla es innovadora a la hora de diseñar y desarrollar sus coches. Esto le da a la compañía una ventaja de hasta seis años sobre cualquier otro fabricante. Además, no se conoce únicamente por construir vehículos totalmente eléctricos, sino que ofrece más virtudes.

### Conectados IoT

Lo que es fundamental para todas estas soluciones es el control y la gestión remotos. El poder de IoT es que brinda la posibilidad a empresas, como Tesla, de adaptar los servicios a sus clientes y responder en tiempo real a eventos imprevistos. Y al recopilar datos de estos dispositivos, las empresas pueden optimizar su rendimiento en el futuro.

Sus vehículos pueden monitorearse a través de dispositivos, tanto para detectar fallas, como verificar el nivel de su batería e incluso encenderlos a distancia, sus autos constan de piloto automático y modo de conducción autónoma, en ciertos modelos, lo cual es un fiel reflejo de que el internet de las cosas en Tesla se aprovecha al máximo, ejemplo de ellos es:

- Tesla funciona a un costo de  $\frac{1}{3}$  debido a la producción de electricidad y este automóvil tiene un impacto ecológico absolutamente mínimo en comparación con los otros automóviles. De hecho, IoT lo ha hecho rentable. Consigue los mejores modelos a excelentes precios.
- Gracias a IoT, se puede administrar, encontrar y operar el automóvil en cualquier entorno, ya que es muy conveniente y fácil de usar.
- IoT ha habilitado las actualizaciones de red y ahorra mucho tiempo y dinero para el usuario a diferencia de los automóviles normales.
- La eficiencia general del automóvil también aumenta debido a IoT.

- Debido a los sensores habilitados para IoT, la seguridad de Tesla es mucho mejor que la de los automóviles normales. Actualiza los parches de seguridad, advierte al conductor sobre los riesgos y las posibles causas de los accidentes, etc.

### **Disruptiva**

Tesla es una compañía con un enfoque disruptivo, la filosofía de Elon Musk es el de proveer e integrar la tecnología en cada aspecto de la humanidad con un enfoque verde, es decir minimizar el impacto ambiental mediante la eficiencia energética. Por otro lado, busca la interconexión de la gente con acceso para todos integrando las últimas tecnologías e incluso otras no existentes invirtiendo en la investigación e innovación.

La apuesta de Tesla son los vehículos eléctricos, cuya batería permita una mayor autonomía y a su vez garantizar la mayor seguridad al modificar su chasis para incrementar los puntos de seguridad.

Su propuesta de valor está en la implementación del manejo autónomo.

### **Data Driven**

Lo que de verdad marca la diferencia son los datos que Tesla obtiene, algo que no se consigue de la noche a la mañana. Todos los coches que Tesla ha vendido ya le proporcionan millones de kilómetros de datos para seguir entrenando el modelo. Va tan por delante de sus competidores que en el futuro podría licenciar su software y hardware a otras marcas para que puedan hacer uso de su modelo y actualizaciones. Si fuera así, además de ser un fabricante de automóviles, se convertiría en proveedor de software y servicios.

### **Economía colaborativa**

Tesla pretende revolucionar la dependencia energética de nuestras casas a través de Powerwall, la batería eléctrica que ha venido desarrollando a lo largo de los últimos años y con la que se aspira al autoabastecimiento de las familias. Una revolución que sin duda chocará con los intereses del actual mercado energético, pero que podría levantar oleadas de adhesiones entre los consumidores.

### **Conclusión**

Se deben apostar más por invertir en tecnologías de la información para fortalecerse, mejorar su productividad y la oferta de sus productos y servicios, robustecer sus operaciones y hacer más eficientes sus costos operativos

El enfoque de inversión nos puede ayudar a dejar de lado los paradigmas y suposiciones y nos dota de estrategias y puntos clave para no caer en la obsolescencia.

Es necesario entenderlo y aplicarlo de tal manera que evolucionemos junto con el mercado ya que este no es estático.

## Referencias:

Amazon.com (2023) What we do? Delivery and logistics [Entrada blog] Recuperado de:  
<https://www.aboutamazon.com/what-we-do/delivery-logistics>

Emol (2018) El caso Netflix, un éxito dentro y fuera de la pantalla [entrada blog] Recuperado de:  
<https://capitalhumano.emol.com/9287/el-caso-de-netflix-un-exito-dentro-y-fuera-de-la-pantalla/#:~:text=Cuentan%20que%20en%201997%20Reed,pel%C3%ADculas%20mediante%20una%20suscripci%C3%B3n%20mensual>.

Starbuds Coffe Company (2023) Our Company [Web Site] Recuperado de:  
<https://www.starbucks.com/about-us/>

Tesla (2023) Tesla Blog [Entrada blog] Recuperar de: [https://www.tesla.com/es\\_mx/blog](https://www.tesla.com/es_mx/blog)

Uber technologies Inc. (2023) Quienes somos [Entrada Blog] Recuperado de:  
<https://www.uber.com/mx/es/about/>

WSJ (2023) Amazon.com Inc. AMZN (US Nasqad) [Reporte] Recuperado de :  
<https://www.wsj.com/market-data/quotes/AMZN/financials/annual/income-statement>