

WSJ

CONTENIDO LICENCIADO POR
 THE WALL STREET JOURNAL

BECKY PETERSON
 The Wall Street Journal

La afectuosa y cercana amistad entre Elon Musk y el Presidente Trump está llegando a su fin en un momento difícil para Tesla. El fabricante de vehículos eléctricos perdió alrededor de US\$ 150 mil millones de valor de mercado hace una semana —su mayor caída hasta ahora— después de que el director ejecutivo de Tesla y Trump intercambiaban insultos.

Las ventas de vehículos Tesla se han desplomado este año. Los aranceles podrían interrumpir el suministro de componentes clave. El amplio proyecto de ley republicano sobre impuestos y gasto pondría fin a los créditos fiscales para los compradores de vehículos eléctricos. Y la Cybertruck de Tesla ha sido una decepción.

Musk creó altas expectativas para la Cybertruck, y manifestó a los inversionistas que sería "el mejor producto de Tesla que haya existido". Se suponía que la camioneta *pickup* angular de acero inoxidable generaría expectación para Tesla al exhibir nueva tecnología y abrir el lucrativo mercado de camionetas.

En cambio, ha llegado a ser sinónimo de una labor polarizadora de Musk en política, exponiendo a algunos dueños de esta a rayados o gestos groseros de otros conductores. Y su reputación se ha visto empañada entre los fans de Tesla debido a una serie de retiradas de vehículos y problemas de manufactura que han resultado en ciclos de reparaciones.

En Estados Unidos, la compañía vendió menos de 40 mil Cybertruck en 2024; muy por debajo del objetivo final de Musk de 250 mil al año. En el primer trimestre de 2025, Tesla vendió alrededor de 7.100 Cybertruck en EE.UU., según datos de inscripción de S&P Global Mobility. La *pickup* F-150 Lightning de Ford la superó en ventas.

En un esfuerzo por aumentar las ventas, Tesla ha desplegado versiones de menor precio de la camioneta y ha empezado a ofrecer a los compradores incentivos como financiamiento de 0% y actualizaciones gratuitas.

Casi en cuanto la Cybertruck de US\$ 100 mil entró en circulación, los problemas de calidad empezaron a multiplicarse. Los informes en las redes sociales citaban parabrasis trizados y manchas del llamado polvo ferroviario, una decoloración anaranjada similar al óxido. En su primer

Las ventas de vehículos de la compañía de Elon Musk se han desplomado este año:

Cómo la Cybertruck llegó a materializar los problemas de Tesla

Se suponía que la camioneta *pickup* eléctrica crearía un efecto aureola, pero su reputación se ha visto empañada por la política y el caos en la producción.



Elon Musk, director ejecutivo de Tesla, y el Presidente Trump frente a la Casa Blanca con vehículos Tesla en marzo pasado.

año, Tesla retiró el vehículo siete veces para arreglar defectos peligrosos. En marzo, luego de la caída de grandes paneles metálicos de la camioneta, la cifra subió a ocho.

Algunos de los problemas de calidad se conocieron y documentaron internamente antes de que la camioneta saliera a la venta, como los problemas con la almohadilla del acelerador y el limpiaparabrisas que más tarde provocaron la retirada del vehículo, precisaron exempleados que trabajaron en la Cybertruck. Pero había presión al interior de Tesla para que se sacara la camioneta al mercado rápidamente, según estos empleados.

Tesla no respondió a las solicitudes de algún comentario.

"Elon Musk le dirá que el mayor error profesional fueron las puertas Falcon en el Model X", manifestó David Fick, un antiguo dueño de Tesla que obtuvo su Cybertruck en marzo. Se refirió al complejo diseño de las puertas que se abren hacia arriba y giran sobre una bisagra en el techo. "Creo que la Cybertruck va a pasar a la historia como un traspíe corporativo incluso más grande".

El banquero jubilado de Boynton Beach, Florida, prefirió es-

perar más de un año para comprar su Cybertruck, con la esperanza de que se identificarían muchos de los problemas más grandes antes de que la sacara de la concesionaria. "Hacen muchas cosas extremadamente avanzadas, se precipitan al mercado y luego uno pasa a ser un probador beta como dueño de una", comentó Fick.

Pagó alrededor de US\$ 72 mil por el vehículo, más US\$ 7.300 por el teñido de ventanas y una cobertura personalizada para los paneles exteriores que se conocen como rieles de inclinación, que cubren su nuevo vehículo de un color granate metálico. Poco después, Tesla retiró los vehículos para revisar los rieles de inclinación, porque se podían despegar.

"He tenido un sinnúmero de retiradas de mis Tesla a través de los años", contó Fick, quien agregó que los automóviles valen la pena todo el día. "El 80% se arregló con las actualizaciones de *software*, pero estas son cosas físicas con las que estamos lidiando ahora".

Musk dio a conocer el prototipo para la Cybertruck en 2019. En ese momento, dijo que costaría US\$ 39.900, con una autonomía de batería de hasta 804 kiló-

metros aproximadamente; una combinación ambiciosa que sería una exageración para cualquier fabricante de vehículos eléctricos.

Los trabajos en el vehículo se atrasaron un par de años, lo que dejó a los equipos de ingeniería y manufactura con solo unos meses para hacer las pruebas finales antes de que las camionetas llegaran a los clientes, según exempleados.

Musk trató de moderar las expectativas en torno a qué tan rápido Tesla podría aumentar la producción, en vista de su diseño único. "Siempre hay alguna posibilidad de que la Cybertruck fracase, porque es muy distinta a cualquier otra cosa", escribió en las redes sociales en julio de 2021. Con todo, promocionó algunas de las características más inusuales del vehículo, lo que incluyó su sueño de lograr que este fuera anfibia.

Exempleados mencionaron que tomaron las publicaciones de Musk en redes sociales como órdenes, pero la ingeniería resultó ser difícil. En 2022, estaba claro internamente que la Cybertruck no podría cumplir con todos los criterios de Musk, por lo tanto los ingenieros desearon un primer diseño y em-

pezaron de nuevo; y desarrollaron una versión más pequeña, no anfibia de la camioneta, según las fuentes.

Después de cerca de un año y medio de pruebas, Tesla entregó las primeras Cybertruck a una docena más o menos de clientes a fines de noviembre de 2023. Una primera versión del vehículo empezaba en US\$ 100 mil y tenía una autonomía estimada de 511 kilómetros.

Dos meses más tarde, Tesla emitió su primera orden de retirada del vehículo: la actualización de un *software* que requería que la compañía aumentara el tamaño de la fuente en un sistema de alerta que se utiliza en toda su flota. Fue la primera de tres retiradas que Tesla abordó en la Cybertruck a través de las actualizaciones inalámbricas de su *software*.

Los problemas de la Cybertruck no se pudieron solucionar solo con las actualizaciones de *software*. En abril de 2024, Tesla emitió una orden de retirada para revisar el pedal del acelerador.

La compañía había recibido un aviso de un cliente que se quejaba de que el acelerador se había atascado. Tesla encontró que la almohadilla ligada al pedal largo podía desprenderse y atascarse en el ribete superior del pedal, lo que hacía que la camioneta se acelerara.

Una investigación interna encontró que el problema era el resultado de un "cambio no aprobado", en el que los empleados de Tesla utilizaron jabón como un lubricante para unir la almohadilla, según el aviso de retirada. Al interior de Tesla, la almohadilla del acelerador había sido un problema conocido que empezó con el prototipo, según un empleado que trabajó en la pieza. El equipo de manufactura también identificó la pieza como problemática, aseguró esta persona.

Tesla también tenía problemas con el parabrasis expansivo de la Cybertruck, el que medía casi 1,8 por 1,8 metros. A veces el cristal pesado se quebraba, aseguraron dos empleados. El cristal llegaba trizado del proveedor en México o de la manipulación en las instalaciones en Austin, Texas, agregaron.

Algunos dueños recurrieron a las redes sociales para describir el cristal trizado en cuanto salie-

ron de la concesionaria, o mientras limpiaban el interior de sus parabrasis.

El parabrasis requería un gran limpiaparabrisas que medía 127 centímetros de largo. En junio de 2024, Tesla emitió una orden de retirada para revisar los limpiaparabrisas, cuyo motor, según encontró Tesla, había sido sometido a una sobrecarga durante las pruebas.

El limpiaparabrisas había sido señalado casi un año antes, según dos personas que trabajaron en la Cybertruck. Fue uno de los primeros problemas que se identificaron en los vehículos, momento en el cual se clasificó como un "problema de entrada", lo que significaba que se tenía que resolver antes de que la producción pudiera seguir adelante.

Reid Tomasko, de 25 años, creador de YouTube, llevó su Cybertruck para un viaje por todo el país, durante el cual funcionó a la perfección, contó. Luego llegó el invierno en New Hampshire. Iba manejando cerca de su casa en Lebanon, New Hampshire, en febrero, cuando un panel de metal se desprendió de un costado de su camioneta.

En marzo, Tesla emitió una orden de retirada que afectó a gran parte de las Cybertruck que había producido; más de 46 mil. El problema tenía que ver con el adhesivo que podía volverse quebradizo con un clima extremo, lo que hacía que los paneles exteriores llama-

dos rieles de inclinación se desprendieran.

Al revisar su camioneta, Tomasko contó que encontró conexiones sueltas en casi todos los paneles que utilizaban el adhesivo, lo que incluía las grandes piezas de acero inoxidable sobre las ruedas traseras, el parachoques delantero y las puertas delanteras.

"Me preguntaba, ¿por qué no hacen una retirada para revisar los otros paneles?", dijo Tomasko.

Después de reemplazar varios paneles, Tesla ofreció comprarle la camioneta a Tomasko por casi la totalidad de los US\$ 102 mil que pagó, aseguró. Y aceptó. "Estoy pensando adquirir una más nueva a un precio más bajo pronto", manifestó.

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".

