

La ambiciosa meta del nuevo gerente del negocio automotor de BYD en Chile

La firma china comercializó cerca de mil unidades en 2024, con un 0,4% del mercado. Este año, dice el gerente general de BYD Auto Chile, Derek Fox, quieren alcanzar el 1% y lo que corresponde a cerca de tres mil autos vendidos. Dice que compiten palmo a palmo con Tesla, pero reconoce una desventaja en esa lucha. "Tesla tiene más avanzado el conocimiento de marca que nosotros".

Una entrevista de PAULINA ORTEGA



Derek Fox, gerente general de BYD Auto Chile.

En el último año la industria de la electromovilidad en Chile cambió por completo su composición. Al cierre del 2023, las categorías de cero y bajas emisiones representaban apenas un 1,7% del mercado y era liderada por Toyota, Suzuki, Maxus y Volvo en las distintas modalidades que consideran las energías limpias, según los datos de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

Al cierre del 2024 consolidó el 5,8%. Y ahora entre las principales marcas del mercado se suman también la china BYD, y la firma del empresario Elon Musk, Tesla, la que llegó a Chile recién en febrero del año pasado.

La marca china BYD, con poco más de dos años en el mercado, apretó el acelerador durante 2024, y logró posicionarse como la compañía con mejores ventas en el segmento automotriz de energías limpias. Al cierre del año más que cuadruplicó sus ventas, pasando de 247 unidades en 2023 vendidas a 1.096. A su vez, pasó a tener el 0,1% del mercado total automotriz a un 0,4%.

El gerente general de BYD Auto Chile, Derek Fox, un ingeniero comercial con casi treinta años en la industria y que asumió su actual cargo en enero, dice que aquello "se debe principalmente al crecimiento de la red, cómo vamos creciendo nuestra cobertura, y a lanzamientos de nuevos modelos. BYD ha sido muy agresivo en lanzar nuevos modelos, tanto eléctricos como híbridos enchufables", declaró.

Actualmente, cerca del 70% de los modelos que BYD tiene en el mundo son comercializados en Chile y que el 30% restante depende de las decisiones de la marca a nivel local y las condiciones y adaptación de cada mercado. Por ejemplo, recientemente lanzaron en Chile una nueva camioneta híbrida enchufable 4x4, la primera del mercado, pero que no está disponible en China, el país de origen de la marca, donde no tienen alta demanda.

En Chile en particular, el modelo de auto que ha tenido mejor recibimiento es el Dolphin mini, que representa el 30% de las ventas de BYD. Dentro del segmento de los autos eléctricos, es uno de los más baratos. El gerente general de BYD explica que el Dolphin Mini 100% eléctrico tiene un precio de entrada de casi \$17 millones: "Es un precio muy atractivo. La verdad que el Dolphin Mini ha permitido tener un producto más accesible a la gente, que antes quería tener un auto eléctrico, pero era muy caro. El salto entre su auto de combustión y el auto eléctrico era muy grande".

El ejecutivo de BYD relata que si bien la marca es transversal, a nivel socioeconómico sólo está logrando llegar a los estratos ABC1 y a una clase media alta. "Todavía el auto eléctrico sigue siendo más caro que los de combustión", compara Fox. En esta línea, el siguiente auto más vendido es el Song Plus, una Suv híbrida enchufable de \$36 millones, concentrando cerca de otro 30% de las ventas.

Si bien el valor de los autos de cero y bajas emisiones es más alto que uno de combus-

ción, Derek Fox asegura que han ido disminuyendo. Por ejemplo, el Song Plus "hoy día está a un precio más accesible que el año pasado (...) como \$3 millones menos", sostuvo.

"A medida que nosotros vayamos vendiendo más y vayan habiendo más innovaciones tecnológicas, que bajen los costos de producción, eso lógicamente va en beneficio de que los productos sean cada vez más accesibles", aseguró. Un ejemplo de ello, es la evolución de las baterías que ha permitido reducir hasta 4 veces el valor en los últimos 5 años.

BYD quiere ganar terreno

Durante la semana pasada, BYD lanzó su nueva camioneta Shark 4x4 híbrida enchufable, de 430 caballos de potencia, con un "rendimiento promedio diario de 48 km por litro en ciudad, y una autonomía de casi 80 km 100% eléctrico y casi de 800 km en forma mixta", expone Fox.

Con este nuevo modelo hay altas expectativas, ya que, dice BYD, entre el 20% y el 22% de la demanda en Chile se concentra en las camionetas, un tipo de vehículo que aún

no contaba con la opción híbrida enchufable. El promedio de demanda en el resto de la región de pick ups es considerablemente menor, afirma el gerente general de BYD autos en Chile.

De esta forma, el lanzamiento será clave para el cumplimiento de metas de BYD, que quiere consolidar el 1% del mercado para el cierre del 2025 y lo que implicaría triplicar sus ventas (a cerca de 3.000 unidades vendidas). Estas serían fuertemente impulsadas por la venta de Shark, puesto que esperan vender 1.000 unidades durante este año.

"Este año el ingreso principal va a venir por Shark, después por Song Plus, y después por el Dolphin Mini", proyectó Fox.

Actualmente, Chile es el tercer mercado más relevante para BYD en Sudamérica después de Brasil y Argentina en términos de volumen. "Nosotros estamos recién partiendo, pero las proyecciones de nosotros, a cinco, diez años, son ambiciosas. Es llegar a vender igual o más que otros países", dice Derek Fox, apuntando a superar las ventas, por ejemplo, de Argentina, pero no de países como Brasil y México.

"Hay esperanza muy grande a nivel de fábrica sobre el potencial de Chile. Es un mercado muy interesante. Muy competitivo sí, pero es muy interesante. Ningún país tiene la cantidad de competidores que tiene Chile, porque no hay aranceles. No hay barrera de entrada. Es relativamente fácil llegar a competir en Chile. Hay muchos otros países que son más proteccionistas".

BYD vs. Tesla

Tesla es uno de los principales competidores de BYD en el segmento de vehículos de bajas y 0 emisiones, no sólo en Chile, sino que a nivel global. En este país en particular, la marca de Elon Musk logró vender durante su primer año en Chile un total de 948 vehículos, con una participación de mercado del 0,3%.

Derek Fox describe esta competencia así: "Estamos peleando el uno y el dos. Nosotros somos el uno y ellos son el dos. Junto con Volvo, que también tiene una participación fuerte. Para Tesla lo que sí ha tenido una ventaja sobre nosotros es el conocimiento de marca".

Esto, puesto que "es una marca americana, está más cerca de la región. Tesla tiene más avanzado el conocimiento de marca que nosotros, pero estamos trabajando muy duro para equiparar ese conocimiento de marca. Eso sí, estamos tranquilos que nosotros tenemos productos que son muy competentes. Productos de muy buena calidad que pueden competir contra cualquiera", dice Derek Fox.

Entre las ventajas que BYD dice tener está un catálogo más amplio. "Tesla tiene una oferta más restringida. Tiene dos modelos (En Chile). Yo tengo productos que están en ese rango. Pero también tengo productos más baratos, como el Dolphin Mini. Y tengo productos más caros", precisa el gerente general. Hasta abril, BYD sumaba ventas por 410 unidades, versus las 298 de Tesla.

Actualmente, Tesla tiene dos puntos de ventas en Chile. "Nosotros tenemos hoy día 14 puntos de venta desde Antofagasta a Puerto Montt. Y queremos terminar el año con 20 puntos", anunció Fox. Entre estos, apunta a que aún faltan algunos lugares en la RM donde les gustaría estar, pero también pusieron el ojo en Rancagua, Talca, Temuco y Punta Arenas. ●