

Tamara Berríos, Country Manager de BYD en Chile

"El chileno es un consumidor conservador e instruido"

Pocas personas viven la electromovilidad como esta ejecutiva que tiene a su marca como líder entre los modelos electrificados en Chile. No es raro, BYD hoy lidera la venta de autos enchufables a nivel global y se acerca veloz a los fabricantes tradicionales.

RODRIGO CASTILLO C.

En 2008, el informe de ANAC (Asociación Nacional Automotriz de Chile), consignaba de manera inédita una nueva marca: BYD, con los primeros 18 autos vendidos en el país. Hoy el panorama es muy distinto. No sólo se quedó con el primer lugar en 2025 en ventas de modelos electrificados en Chile. También ocupa la 7ª posición entre las marcas más vendidas del mundo el año pasado, compitiendo de cerca con marcas de larga tradición.

Para enero de 2026, BYD alcanzó el hito de 950 buses eléctricos operativos en Santiago, incluyendo unidades pioneras de dos pisos y articuladas.

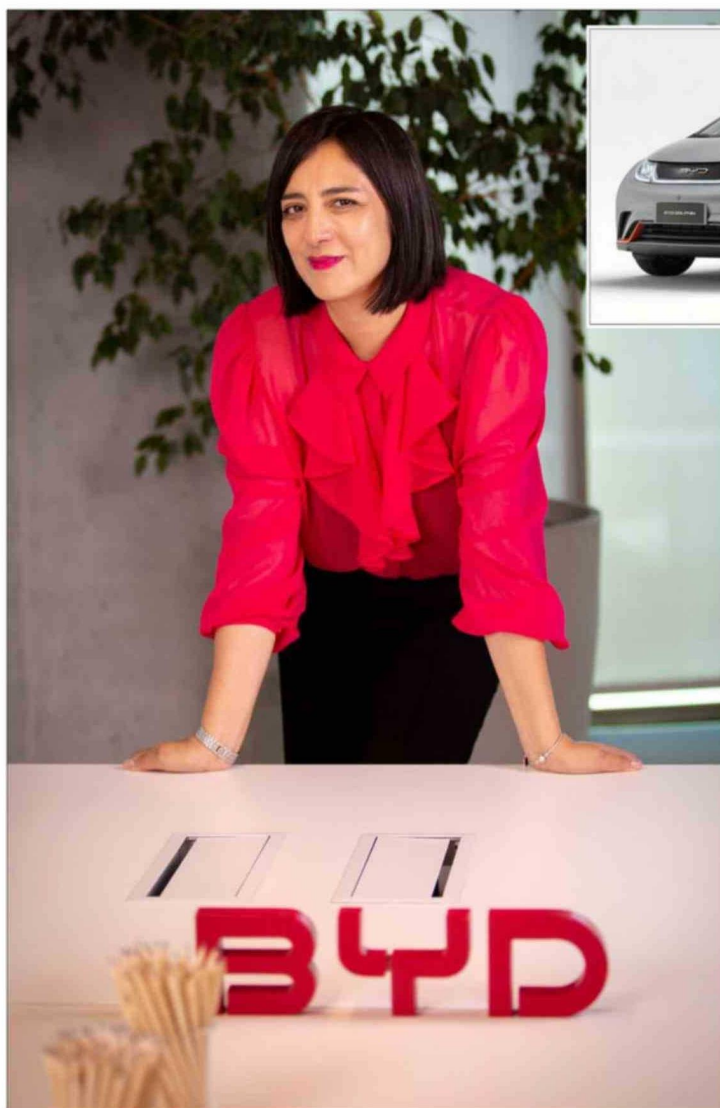
Detrás de esta expansión estratégica se encuentra la figura de Tamara Berríos, Country Manager de BYD Chile, cuya gestión ha sido fundamental para derribar prejuicios sobre la tecnología china y posicionar al país como líder regional.

Hace poco estrenaron la segunda generación de la batería Blade ¿Algún modelo va a llegar a Chile con esta batería nueva en algún momento?

La tecnología va a llegar a Chile y es probable que llegue durante el próximo año. Lo primero es que el producto desarrollado tiene que estar listo para el mercado local en China, después tiene que cumplir una serie de certificaciones para poder salir del país. Nosotros siempre estamos trayendo el avance tecnológico un año después que es lanzado en origen. Entonces, yo creo que el próximo año nosotros vamos a estar con estas nuevas versiones de la batería que permiten, obviamente, entregar una mayor autonomía en el modo eléctrico a los vehículos.

¿Sería para los autos que ya están en gama actualmente o modelos nuevos?

Puede ser para las dos configuraciones. La tecnología es bien dinámica, muchos productos vienen con modificaciones, con *upgrades*. Por ejemplo, Shark hoy, no es exactamente igual a la primera versión. Nosotros no terminamos fabricando



importación de vehículos, distinto a Brasil. Obviamente que puede abastecer a Argentina, que también ha tenido un tremendo despegue en ventas, sobre todo para nosotros como marca. Hoy estamos en un mercado que no está avanzando a la velocidad de otros. Pero si en este contexto podemos ser abastecidos de Brasil, así va a ser.

¿Cómo es su análisis respecto a la adopción de electromovilidad en Chile?

Fíjate que nosotros teníamos más expectativas en el mercado chileno cuando BYD comienza esta cruzada del automóvil. Justamente porque nuestro país había sido fundamental en el desarrollo de la electromovilidad, en la región, a través de los buses. El factor más crítico es que los gobiernos nunca se han puesto en línea con la electromovilidad.

También tenemos un consumidor conservador e instruido. La persona que hoy día compra un auto eléctrico en Chile investiga. Una de las restricciones es ¿bueno, y cómo cargo?, ¿dónde cargo? Entonces nosotros hoy día tenemos dos problemas en ese ámbito: el primero es que no tengo suficientes puntos de carga, y el segundo es que la carga en esos lugares me sale más cara, si la comparo con cargar en mi casa. Hay zonas negras, zonas sin carga, etc.

¿Qué novedades nos espera de BYD para Chile y los consumidores chilenos el próximo año?

No tengo cómo decirte lo que vamos a lanzar en diciembre, pero tenemos un plan para este año. Lo que estamos haciendo es introducir fuertemente híbridos. Ponemos modelos que la gente ya conoce, pero en híbrido. Sacamos el Tang del mercado porque era un segmento muy chiquitito y pusimos el Atto 3, que es el mismo vehículo híbrido. Lo que viene ahora es el Yuan híbrido. Entonces el Yuan ha sido un tremendo éxito. Esto va a ser un lanzamiento que se hará durante el mes de junio. Esto demuestra que la estrategia nuestra es que vamos a poner siempre esas dos opciones. Entonces eso nos va a dar la posibilidad de entregarle a los consumidores ahora un SUV pequeño híbrido que va a ser barato. Entonces va a tener mayor acceso con autonomías combinadas que ya van a superar los 1.000 kilómetros. Y eso será un hit.

un tipo de batería para este auto u otro. Cuando ya se toma la decisión de hacer una actualización, por ejemplo, en la tecnología de celdas de energía, todos los modelos que se fabrican de ahí en adelante vienen con ella incorporada.

La batería Blade la usamos no sólo en los automóviles, también la usamos en nuestros otros productos de almacenamiento energético. El upgrade se aplica para todo.

Hace poco inauguraron la planta en Brasil, en Salvador de Bahía. ¿Hacia dónde irán dirigidos los productos de esas instalaciones?

Nosotros como marca BYD tenemos una proyección bien amplia y ha sido bastante agresiva en todos los mercados.

Brasil es ciertamente el mercado más importante que tenemos en Latinoamérica, tanto en volumen como en comportamiento del consumidor y en competencia. Esa es la razón por la que es tan estratégico tener una planta situada ahí.

Nuestros productos chinos están ideados para un mercado súper amplio y súper distinto. En China la diversificación de clientes es mayor. Podemos tener productos que están diferenciados para el joven estudiante de sexo masculino y tener uno para el sexo femenino, porque el volumen es tan grande que da para eso.

Hoy tenemos un subconjunto limitado de nuestros productos BYD en Chile, que son los que nosotros pensamos que van a tener éxito local, que es un mercado de