

Premios Eikon 2025 - Presentación de campaña

**CAMPAÑA:**

BYD Shark: Primera en su especie

**Categorías a postular:**

Categoría 12:  
Lanzamiento de productos

**Capítulo**

General

**Título**

"BYD SHARK: PRIMERA EN SU ESPECIE"

**Nombre de la compañía o institución**

BYD Auto Chile

**Departamento que desarrolló plan:**

Marketing BYD Auto Chile

**Persona/s responsable/s del plan de comunicación:**

Parla, BBK Group y Agua Agency

## 1) INTRODUCCIÓN

BYD es una empresa multinacional de alta tecnología dedicada a impulsar innovaciones tecnológicas para una vida mejor. Fundada en 1995 como fabricante de baterías recargables, BYD cuenta ahora con un ámbito de negocio diverso que abarca automóviles, transporte ferroviario, nuevas energías y electrónica, con más de 30 parques industriales en China, Estados Unidos, Canadá, Japón, Brasil, Hungría e India.

En 2022, BYD dejó de fabricar automóviles a combustión, dedicándose exclusivamente a la fabricación de vehículos híbridos y 100% eléctricos, convirtiéndose así en la primera marca de vehículos china en abandonar completamente la producción de vehículos con motor de combustión. Su huella de vehículos de nueva energía cubre ahora 6 continentes, más de 70 países y regiones, y más de 400 ciudades.

En su línea de negocio de automóviles, hoy es la marca N°1 en ventas de vehículos de nuevas energías a nivel global.

**En noviembre de 2022, la marca aterrizó en Chile** siendo representada por Astara y hoy cuenta con 9 modelos disponibles en el país: Seal, Dolphin Mini, Song Plus DM-i, Song Pro, Yuan Plus, Yuan Pro, Tang, Han y la Shark, siendo este último la incorporación más reciente a su portafolio.

La llegada al país implicó su relanzamiento, un fuerte plan de marketing y una robusta estrategia de posicionamiento corporativa, que la transforman hoy en la empresa líder con más ventas en vehículos eléctricos a nivel global.

### **Contexto, su llegada al mercado local**

Hoy, BYD Auto tiene en Chile 9 modelos disponibles y un plan que incluye la apertura de sucursales en regiones. La marca tiene como objetivo inaugurar distintas sedes a lo largo del país, y aquello se enmarca dentro del plan de expansión de BYD Auto en Chile, que contempla tener un total de 30 sucursales a 2025. Esta estrategia busca consolidar la presencia de la marca en diversas regiones del país, ofreciendo soluciones de movilidad y tecnología, en conjunto con un servicio de post venta integral.

Según cifras de ANAC, el año 2024 cerró con un récord de 19.101 unidades inscritas de vehículos de nuevas energías, lo que representa un crecimiento del 104,6%. En 2025, las ventas aumentaron un 196,8%, con 3.761 unidades registradas solo entre enero y febrero, lo que equivale a triplicar las cifras del mismo periodo del año anterior.

- En este contexto, BYD Auto se consolida como la marca líder en ventas de vehículos eléctricos e híbridos enchufables en Chile, según el último informe de la ANAC correspondiente a abril de 2025, con un total acumulado de 472 unidades vendidas hasta ese mes.

## 2) PROPUESTA / ENUNCIADO

### Objetivo

Lanzar en Chile la BYD Shark, la primera camioneta híbrida enchufable 4x4 disponible en el país, con el propósito de redefinir el segmento de las pick-ups y seguir avanzando en el compromiso de BYD por masificar la electromovilidad. La campaña tuvo como foco generar un hito comunicacional, educar sobre la nueva tecnología DMO (Dual Mode Off-road) y posicionar a la marca como líder también en este segmento.

### Público

- Prensa automotriz especializada
- Prensa general
- Sector minero e industrias afines
- Comunidad deportiva outdoor y off-road
- Early adopters, techies e interesados en movilidad sustentable

### Mensajes a transmitir

- **Primera en su especie:** La BYD Shark es la primera pick-up híbrida enchufable 4x4 disponible en Chile, integrando una revolucionaria plataforma con tecnología DMO que redefine el estándar del segmento.
- **Tecnología disruptiva:** Plataforma DMO (Dual Mode Off-road) desarrollada por BYD, que combina tracción total eléctrica, eficiencia energética y alto desempeño todoterreno.
- **Potencia y rendimiento superiores:** Potencia combinada de 430 hp, torque de 650 Nm, aceleración de 0 a 100 km/h en 5,7 segundos y rendimiento total combinado de hasta 48,1 km/L.
- **Versatilidad e innovación:** Diseñada para enfrentar cualquier terreno con tres modos de conducción (arena, barro, nieve), suspensión independiente con sistema neumático adaptativo (DiSus-P), bloqueo de diferenciales y carga rápida (DC 30% a 80% en solo 15 minutos).
- **Diseño imponente y seguro:** Con estética inspirada en un tiburón —diseñada por el reconocido diseñador Wolfgang Egger—, la Shark cuenta con la Blade Battery integrada al chasis (CTC), 6 airbags y asistencias avanzadas a la conducción (DiPilot).

### 3) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

La BYD Shark hizo su primera aparición en Chile en noviembre de 2024, durante la feria de electromovilidad "Experiencia E", marcando un hito como la primera pick-up híbrida enchufable 4x4 del país. Este debut anticipó lo que sería el lanzamiento oficial de un modelo disruptivo que redefine el segmento.

**Evento para prensa:** ya en 2025, BYD Auto organizó una jornada exclusiva dirigida a periodistas especializados e influencers del mundo automotor. El foco del encuentro fue presentar en profundidad la innovadora tecnología DMO (Dual Mode Off-road), desarrollada por BYD, y permitir que los asistentes vivieran la experiencia de conducción a través de un test drive. Esta instancia fue clave para transmitir de primera mano las capacidades tecnológicas, de rendimiento y versatilidad de la nueva camioneta.

**Lanzamiento oficial:** asistieron más de 250 personas, entre medios de comunicación, influenciadores, representantes del mundo deportivo, tecnológico, empresarial y amigos de la marca. En esta ocasión, la BYD Shark fue presentada formalmente al mercado chileno, consolidando su llegada con una experiencia de manejo que permitió a los invitados conocer en terreno su desempeño y potencia.

**Vocerías:** La campaña de difusión se centró en una estrategia de comunicaciones integrada, con un fuerte despliegue en redes sociales —principalmente Instagram— y una gestión de prensa activa. El gerente general de BYD Auto Chile, Derek Fox, y la subgerente de Marketing, Fernanda Carvajal, lideraron la vocería en diversos medios, explicando el impacto del lanzamiento en el contexto de la movilidad sustentable en Chile y la apuesta de la marca por liderar también en el segmento de las camionetas electrificadas.

**Campaña de marketing:** La campaña de lanzamiento de la BYD Shark en Chile se construyó en torno al concepto "Primera en su especie", destacando su carácter pionero como la primera pick-up híbrida enchufable 4x4 del país. El enfoque comunicacional se centró en posicionarla como una camioneta única, capaz de combinar la potencia de una full size con un rendimiento disruptivo.

El mensaje clave fue su exclusividad tecnológica: la Shark es la única en Chile equipada con la plataforma DMO (Dual Mode Off-road), desarrollada por BYD para enfrentar los terrenos más exigentes sin comprometer confort, seguridad ni eficiencia. Este concepto se reflejó en todos los puntos de contacto de la campaña, incluyendo prensa, redes sociales, medios digitales y experiencias de test drive, reforzando su innovación, versatilidad y liderazgo en el segmento.

## 1. PR

La estrategia de relaciones públicas se activó en mayo de 2025, coincidiendo con el anuncio oficial de la llegada de la BYD Shark a Chile. La difusión comenzó con entrevistas exclusivas en radios de alto alcance, como Radio Universo y Radio La Metro, donde se introdujo el modelo al público y se destacó su carácter pionero como la primera pick-up híbrida enchufable 4x4 del país.

Uno de los hitos clave de la campaña fue el evento DMO, que reunió a 28 periodistas automotrices, más influencers, en una jornada especialmente diseñada para conocer a fondo la innovadora tecnología Dual Mode Off-road desarrollada por BYD. El encuentro incluyó una prueba de manejo en Full Wheels, Lo Barnechea, donde los asistentes experimentaron en primera persona el rendimiento, la potencia y la versatilidad de la BYD Shark.

**Planificación:** A lo largo de la planificación del lanzamiento se mantuvo contacto tanto con BYD Auto Chile como con Agua Agency, BBK y la agencia de comunicaciones Parla, en donde se hicieron diversas reuniones para ir en línea con el tratamiento que se iba haciendo para el día del evento. También se definieron las acciones con distintos medios de comunicación, en este caso, con el matinal de Mega, donde se hizo un vivo en el día del lanzamiento, y sociales en La Tercera y El Mercurio, además de Socialgram en Instagram.

También se llevó a cabo una cuartilla en Las Últimas Noticias, donde los ejemplares del día 13 de mayo (fecha oficial del lanzamiento) vinieron envueltos con el anuncio de la llegada de la BYD Shark al país. Aquellos ejemplares fueron entregados a la ciudadanía en diferentes puntos de Santiago. Junto con ello, también se realizó un aviso sobre la camioneta el cual fue puesto en la web de dicho medio de comunicación, donde iba linkeado un URL que llevaba al cotizador de la camioneta. Por último, Las Últimas Noticias subió a sus redes sociales de Instagram y Facebook, un video de la BYD Shark. Además, como parte de la campaña se hicieron spots de la BYD Shark en las calles de Santiago. También hubo comerciales en Canal 13, cuyo aviso se hizo y grabó en Chile.

**Ejecución:** Una semana antes del evento de lanzamiento, se realizó un desayuno exclusivamente para prensa e influencers, donde luego fueron invitados a realizar un test drive en la BYD Shark en Full Wheels en Lo Barnechea. Luego, en el día oficial del lanzamiento, se anunció de manera oficial la llegada de la camioneta a Chile, donde los invitados pudieron realizar test drives. Durante esa jornada, también se anunció la llegada de Francisco "Chaleco" López a la familia de BYD Auto como nuevo embajador de la marca.

## 4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN

En términos de PR, se gestionaron 35 notas de la BYD Shark, donde el 93% son medios Tier 1, y en su totalidad notas positivas que destacan atributos de esta nueva camioneta que llega con su tecnología DMO.

Algunos medios donde apareció la BYD Shark: enlace en vivo en matinal Mega, sociales en La Tercera y El Mercurio y notas en Tacómetro (Publímometro), Ruta Motor, El Rancaguino, MT Online, La Tercera Pulso, entre otros, como en radios, Radio Futuro, Radio Universo, Radio La Metro.

→ **Enlace en vivo en matinal Mega**

- **Hogares:**
  - **Personas alcanzadas:** 169,236
- **Individuos:**
  - **Personas alcanzadas:** 277,800

→ **Redes sociales (Día del evento de lanzamiento)**

- **Facebook:** se registraron 3.192 seguidores con una tasa de crecimiento del 1,46%. Se realizaron 3 publicaciones, las cuales generaron 378 impresiones y una tasa de engagement del 1,32%.
- **Instagram Feed:** la cuenta alcanzó los 26.348 seguidores, con un notable crecimiento del 9,32%. Se publicaron 8 contenidos, se obtuvieron 88 menciones y un alcance de 69.402, logrando una tasa de engagement del 2,16%.
- **Instagram Stories:** se generaron 93 publicaciones, alcanzando 63.476 visualizaciones y una destacada tasa de engagement del 2,8%.
- **LinkedIn:** se cuenta con 5.197 seguidores y un crecimiento del 1,40%. Solo se publicó un contenido, que alcanzó 307 visualizaciones, sin generar interacciones, lo que se refleja en una tasa de engagement del 0,00%.

→ **Redes sociales (Mes de mayo, considera sólo contenidos de BYD Shark)**

- **Facebook:** se registraron 3.226 seguidores con una tasa de crecimiento del 1,07%. Se realizaron 11 publicaciones, las cuales generaron 2.578 impresiones y una tasa de engagement del 0,81%.
- **Instagram Feed:** la cuenta alcanzó los 27.136 seguidores, con un crecimiento del 2,99%. Se publicaron 20 contenidos, alcanzando un total de 233.520 impresiones y una tasa de engagement del 1,92%.
- **Instagram Stories:** se generaron 148 publicaciones, que alcanzaron 107.215 visualizaciones y una tasa de engagement del 1,05%.
- **YouTube:** la cuenta registró 1.210 seguidores, con un crecimiento del 4,67%. Se publicó un solo contenido, que alcanzó 28.800 visualizaciones, con una baja tasa de engagement del 0,01%.
- **TikTok:** se cuenta con 15.101 seguidores y un crecimiento del 0,67%. Se realizó una publicación, que obtuvo 666 visualizaciones y una alta tasa de engagement del 6,6%.
- **LinkedIn:** se alcanzaron los 5.220 seguidores, con una tasa de crecimiento del 0,44%. Se realizaron 2 publicaciones, que lograron 2.147 visualizaciones y una tasa de engagement del 3,17%.