



MIGUEL BARBEYTO

PRESIDENTE MAZDA DE MÉXICO

Mercadólogo, nacido en la ciudad de México, Miguel Barbeyto ha centrado su carrera en la creación de nuevas estrategias que enriquezcan a la marca donde se desarrolla y a la industria misma.

Su carrera comenzó a una corta edad dentro del ramo de la mercadotecnia dentro de la industria automotriz. Sin embargo, poco tiempo después decidió aventurarse y dar el salto para ser parte del primer equipo que fundó Mazda de México en 2005.

Su primer rol en Mazda de México fue como gerente de mercadotecnia. Poco tiempo después, fue nombrado director del área y sumó a su departamento el área de Relaciones Públicas.

En ese periodo, Miguel Barbeyto lideró estrategias de Mercadotecnia, Producto, Postventa, Entrenamiento y Experiencia al Cliente a nivel nacional para la región, ayudando a que Mazda fuera progresivamente ganando participación en el mercado.

Para 2014 fue nombrado director Senior y tan solo un par de años después, en 2016, asumió el reto de ser nombrado presidente de Mazda de México, convirtiéndose así en el presidente de la industria automotriz más joven con apenas 37 años.

Las estrategias y el enfoque en la gente característico de Miguel Barbeyto han ayudado a Mazda a posicionarse como una de las marcas más vendidas de México colocándose en la sexta posición de ventas a nivel nacional a tan solo 20 años de haber llegado a nuestro mercado.



CASO DE ÉXITO:

En 2024, Mazda de México logró un récord de ventas con 99,797 unidades vendidas, logrando así su mejor año en ventas desde la llegada al país hace 20 años.

Este éxito no fue casual: la estrategia para lograrlo se empezó a cocinar años atrás. En 2022, Miguel Barbeyto, presidente de Mazda de México, anunciaba a los medios de comunicación que la empresa estaba trabajando en una estrategia para aumentar el volumen de ventas y su participación de mercado que en ese momento era de 4.9%.

La estrategia consistía en una idea, que podría parecer simple, pero que involucraba una implementación precisa y a muchos actores, entre ellos, proveedores locales, la planta de Mazda en Salamanca, Guanajuato y, por supuesto, el equipo de Mazda de México.

A través de un trabajo muy cercano con proveedores en México, se logró hacer modificaciones en los autos para incluir algunos componentes locales optimizando así los precios de producción de los vehículos que se fabrican en Salamanca. Al mismo tiempo, esto permitió aumentar la producción y, como resultado, disminuir los costos fijos por unidad. Todo ello resultó en un precio más competitivo para los consumidores y, también, en la generación de un mayor número de empleos y desarrollo en la región.

En 2024, Mazda de México sorprendió a la industria con la noticia de que modelos como Mazda CX-30, Mazda3 y Mazda CX-5, tendrían una disminución de precio, contrario a la tendencia del mercado.

La visión tuvo resultados: en 2024, la empresa logró un récord histórico de ventas; la planta de Salamanca fabricó 209,303 unidades, el mayor volumen de producción de su historia y Mazda de México se ubicó como el tercer mercado más importante para la corporación en término de ventas a nivel mundial solo detrás Estados Unidos y Japón. Además, la participación de mercado pasó de 5.9% a 6.7%.

Lograr todo esto fue posible gracias al trabajo y dedicación de muchas personas dentro y fuera de Mazda, pero poner en marcha los engranes y, más importante aún, tener la visión de que esto era necesario en un entorno que sumaba cada vez más competidores y mayores retos económicos fue el chispazo que inició todo y, el que lideró Miguel Barbeyto, presidente de Mazda de México.

“Si hay algo que nos caracteriza es que no hacemos las cosas como el resto. Esta reingeniería de precios nació en un momento muy retador para toda la industria y que requería de soluciones distintas e innovadoras. Tengo la fortuna de contar con un gran equipo y socios de negocio excepcionales que nos permitieron lograrlo. Este caso me



recuerda que los tiempos retadores no necesariamente tienen que ser malos y que, trabajando en conjunto, siempre encontramos oportunidades”, dijo Miguel Barbeyto, presidente de Mazda de México.