

Víctor González, nuevo presidente de Anesdor

# “Hemos de incentivar a los jóvenes para que se sumen a la moto”

La moto está creciendo en nuestro país, pero ‘aparcada’ la crisis, llegan nuevos retos: la nueva movilidad urbana, la movilidad eléctrica, hacer que la moto vuelva a ser objeto de deseo para los jóvenes... El nuevo ‘jefe’ de las motos tiene trabajo por delante.

**H**ablamos con el nuevo presidente de Anesdor, Víctor González, director general de Yamaha España, que releva de su cargo a César Rojo tras los consabidos dos años de mandato. Le tocará gestionar años de bonanza, ya que el mercado parece haber recuperado la alegría de antaño. Hablamos de todo ello y más cosas.

**Primera pregunta obligada: ¿cómo está evolucionando el mercado?**

“Aunque estamos creciendo un 21,3% de media, la previsión de crecimiento es de un 5%. Estas son las previsiones que manejamos al comenzar el año, pero probablemente las revisemos al finalizar el primer semestre”.

**Sobre el “bajón” de 2017 nos dice...**

“Estamos creciendo desde 2013 pero hemos tenido un *impasse* en 2017, debido a un tema de normativas, de la aplicación del Euro 4”.

**¿Por la misma causa cae el ciclomotor este año?**

“Sí, se repite la misma historia, tenemos una bajada por la aplicación del Euro 3”.

**El mercado de la moto, por segmentos**

**Le preguntamos al presidente por los diferentes segmentos del mercado. Comenzamos por el trozo del pastel más grande.**

“El scooter sigue siendo el segmento más importante, pero dentro de los scooters han aparecido categorías, no meramente funcionales, más deportivas, más pasionales. Los megascooters son nuevos conceptos que ya están totalmente aceptados”.

**¿Las motocicletas han tenido la misma tendencia que los scooters?**

“Han crecido aún más; desde la recuperación, las motos crecen a un ritmo mayor que el scooter, pero hay que analizar la demanda en su conjunto, moto nueva y de segunda mano. Hay mucha segunda mano que se está moviendo”.

**¿Algún tipo en particular?**

“El segmento del A está creciendo muchísimo. Son motos que añan lo útil con lo pasional. Se pueden usar a diario, sin perder su componente pasional”.

**¿Estarían también las café racer dentro de las tendencias al alza?**

“Sí, desde luego, ya no son una moda. Tienen un público definido, que no es pasajero. Son motoristas que añoran la moto como la vivieron cuando era jóvenes, o como la vivieron sus padres”. **Sin ir tanto al taller (risas).** “Son usuarios a los que les gusta personalizar su moto, customizarla. Esto lo he hecho yo, y es único. Nadie más lo tiene”.

**Cambio de tercio. ¿Está desapareciendo el mercado off-road?**

“Vivimos un momento complicado porque hay dificultades a la hora de usar este producto en la montaña. Las normativas cada vez son más estrictas, pero con un poco de voluntad encontraríamos espacio para todos”. **Pese a las dificultades del mundo off-road, nuestro entrevistado nos reconocía:** “Con todo es un sector bastante estable, donde se crea cantera de la moto. Son aficionados absolutamente pasionales. Por otro lado, para ver su dimensión, no solo hay que ver el mercado de moto nueva. Hay una gran masa de clientes que va renovando sus motos dentro del mercado de la segunda mano. Si haces la lectura simplemente desde las matriculaciones, no ves realmente toda la dimensión”.

**Vistos los segmentos, le preguntamos al presidente sobre la evolución del mercado en las diferentes regiones españolas.**

“Está creciendo todo, pero especialmente la zona mediterránea (Cataluña, un 25,2%; Madrid, 13,8%; Andalucía, 18,9%). En los lugares donde el clima es más adverso, el crecimiento no ha sido tan fuerte. Pero en general, no puedes decir una zona donde haya habido una explosión y nombrar otra que está parada”.

**Siempre se dice que el mercado catalán está saturado, pero parece que está tirando muy fuerte.**

“Al final solo son estadísticas, porque si tú ves Barcelona el año pasado, pues quizá tuvo una mayor incidencia en la caída, pero ahora se compensa con una mayor subida. Las estadísticas nos pueden llevar a equivoco”.

**Los nuevos modelos de movilidad: eléctricos, triciclos...**

“Los triciclos son un nuevo concepto; algunos de ellos se pueden conducir con el carnet B, pero lo más importante es que sirven para sentirse más seguro aquellos que todavía le ven barreras al uso de la moto. Con los triciclos captamos un público que ahora no tenemos. Es un sector pequeño, no llega al 2%, pero va creciendo. En Madrid, una ciudad tradicionalmente menos motera que Barcelona, hay mucha gente que se ha incorporado gracias a los triciclos”.


**Respecto a la movilidad eléctrica. ¿Están ganando las bicis la partida de la movilidad eléctrica?**

“La movilidad eléctrica es una necesidad. La moto eléctrica se está utilizando donde es más fácil, que es la movilidad de muy corta distancia, la de dentro de las ciudades”.

**Pero ¿serán motos o bicicletas?**

“Te puedo asegurar que, aunque no es visible, todos los fabricantes de motos están trabajando en ello. Pero cuando una marca de primer orden vaya a sacar el producto, se asegurará de que ese producto tenga una estructura que lo acompañe. Si queremos una movilidad, necesitaremos



A middle-aged man with grey hair and a goatee is shown from the waist up. He is wearing a dark grey or black suit jacket over a white dress shirt and a red tie with a fine, repeating pattern. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall.

“Hay que promover la moto  
como herramienta de la  
movilidad sostenible y hay que  
aplicar medidas proactivas  
para reducir la siniestralidad”





enchufes. ¿Dónde están esos enchufes? ¿Realmente las ciudades están preparadas? También, mira, Yamaha sacó las bicicletas Pass hace casi veinte años. Fuimos de los primeros en sacar motores eléctricos y bicicletas asistidas eléctricas. Entonces no era el momento”.

**Finalmente, Víctor González hacía una reflexión sobre los nuevos conceptos de moto y bici eléctrica.**

“Conocemos la moto, conocemos la bicicleta, pero es que ahora, realmente, ¿dónde está la frontera? Estamos inventando una cosa nueva, pues démosle un margen de recorrido para tener un poco de visión. Lo que sí es seguro es que las dos ruedas son la solución para las ciudades”.

**La moto y la mejora de la movilidad urbana**

“Las Administraciones tienen que ver la moto como una de las soluciones para la movilidad. Las políticas locales necesitan contar con la moto”.

**Si la movilidad urbana es un aspecto positivo de la moto, en el negativo está la siniestralidad. González veía así el asunto.**

“Hay que renovar nuestro parque móvil. Tiene casi 15 años. Casi doblamos la edad media de Italia -8 años-. En los accidentes, la media de edad de las motos se sitúa en casi diez años. Por tanto, si fomentamos la renovación del parque, impulsaremos también el que nuestras motos vayan equipadas con muchas más medidas de seguridad”.

**Las motos envejecen, ¿también los motoristas?**

“Hay muchas barreras para los jóvenes. Las modificaciones de la ley de acceso al carnet ha reducido el número de emisiones de carnets. Hemos de incentivar a los jóvenes para que se sumen a la moto. Además, será necesario para la movilidad de nuestras ciudades el que los jóvenes se incorporen a este tipo de vehículos”.

**Los grandes objetivos de Anesdor**

**Así definía nuestro entrevistado sus prioridades:** “Lo primero, promover la moto como una herramienta para la movilidad sostenible. En segundo lugar hay que estar muy atentos e intentar poner medidas proactivas para reducir la siniestralidad”.

**Finalmente añadía:** “Si tuviera que añadir un nuevo objetivo, sería incorporar todos los actores que conforman el sector: fabricantes de componentes, medios de comunicación, etc. El conseguir integrar a todos nos enriquece, nos hace más fuertes y nos dota de mayor credibilidad frente a las Administraciones”.

**La fiscalidad y las motos**

**Sin duda, otro de nuestros talones de Aquiles.**

“Tenemos un sistema impositivo que es una salvajada. El que una moto nueva tenga un 40 % de impuestos, donde se incluye un IVA del 21 %, más el impuesto de circulación y las tasas, supone la tributación más alta de Europa. Con esto estamos poniendo una barrera a la renovación del parque y favoreciendo que circulen motos muy antiguas. No queremos que la Administración gane menos dinero, sino que se replantee la forma de imponerlos, que no se ponga la carga impositiva en el momento de la compra de la moto, sino que se reparta a lo largo de la vida de la misma”. Estos son algunos de los planes de Víctor González, tiene dos años para lograrlos al frente de Anesdor.

**DNI**

**Víctor González ha sido un hombre Yamaha prácticamente toda su vida.**

*“Menos un período de dos años en el que estuve en un astillero, todo mi tiempo ha sido en Yamaha”.*

Se esfuerza, y se le nota, por demostrar que quiere ser el presidente de todo el sector. Predica con el ejemplo y no utiliza en toda la entrevista ninguna situación vinculada a Yamaha. Se agradece.

**Nuestro entrevistado se reconoce un apasionado de su trabajo.**

*“Saboreo el producto porque soy un entusiasta del mismo. Yo entré en Yamaha por mi afición a la náutica. Era un apasionado de los deportes náuticos y el entrar en esta marca me abrió un mundo”.*

**Sobre la persona que hay detrás del personaje, Víctor González se define como un gran entusiasta de los viajes. Tiene ahora 50 años, está casado y tiene dos niñas.**

*“Me encantan los viajes y también me está viniendo una afición que cala en mucha gente de más de 40 años, que es el interés por la buena gastronomía”.*

**De trato afable, cortés, quiere cerrar la entrevista con una auténtica declaración de intenciones:**

*“Me gustaría trasladar la credibilidad que tiene actualmente el equipo de Anesdor, tanto delante de las instituciones españolas como de las europeas”. Sirva el cierre como una muestra del estilo de nuestro entrevistado.*