



Junto a la figura de **Jordi Tarrés**, ligado a uno de los proyectos más ambiciosos y esperados de cuantos se han llevado a cabo sobre una moto de Trial, destaca **Marc Arañó**, responsable de Marketing y Ventas de Jotagas, la empresa que engloba a **JTG y los dos modelos de Trial** y Enduro que verán la luz en los próximos meses: JT y MK.

La dilatada y reconocida experiencia de Marc en el sector de la moto off-road, forjada en grandes marcas como Gas Gas, Mesbo y Derbi, le han otorgado un amplísimo conocimiento de este

mercado en todas sus áreas de conocimiento, tanto a nivel nacional como internacional, que hoy en día está implementando en Jotagas junto a Jordi Tarrés, el piloto más laureado de todos los tiempos. Estamos, por tanto, ante los cimientos de una marca que aspira a lo máximo.

Hemos contactado con Marc para saber cuáles son las claves de este mercado tan particular como es el de las motos de Trial y saber hacia dónde tiende, además de conocer con más detalle lo que hay detrás de JTG en una entrevista apasionante, llena de conocimiento y actualidad.

Texto: David Quer

TRIALWORLD: Tu dilatada experiencia en diferentes sectores del Trial a nivel de Marketing te permite conocer perfectamente este mercado. ¿Cómo lo definirías?

MARC ARANYO: Se trata de un mercado precioso, tanto por el producto en sí, como por la dedicación y la afición que despierta en las personas que lo integran, profesionales y usuarios.

Existe un alto componente nostálgico y gran parte de los practicantes lo son por herencia familiar; es precisamente por este motivo, entre otros, que se trata de un mercado pequeño en comparación con el resto de segmentos del mundo de las dos ruedas, sin embargo presenta un potencial de crecimiento a mi parecer significativo, cada vez son más las personas que lo prueban y/ o combinan con otra modalidad y además se ha puesto de manifiesto que no se trata de un deporte tan exclusivo en cuanto al coste que implica practicarlo.

En cuanto a la aplicación del marketing en dicho mercado, ésta es muy distinta a otras aplicaciones en otros segmentos; se trata de un mercado como comentaba pequeño, unas nueve mil uds/ año en todo el mundo (el enduro mueve casi 200 mil) y a repartir entre pocos "players", no más de cinco, que fabricamos y comercializamos las motos sin grandes estrategias, priman la calidad del producto, el servicio y la atención a tus clientes para con el día a día.

TW: ¿Qué ventajas y desventajas tiene el tratarse de un deporte tan exclusivo como minoritario?

MA: Pienso que no se trata ni de ventajas ni de desventajas, se trata de una realidad con la que vivimos bien todos los involucrados, somos pocos tanto a nivel de fabricantes como a nivel de distribuidores y evidentemente de usuarios y los números salen adelante; si el mercado crece creceremos con él, creo que a todos nos gustaría que eso sucediese, ya no tanto por una cuestión económica, las fábricas hoy son rentables, y sí más por una cuestión de ilusión y compromiso con esta modalidad.



Si es cierto que hay una "ventaja" por el hecho de ser pequeños, las políticas que se aplican son poco agresivas, ello te permite destinar los recursos que muchos (otros segmentos) invierten en marketing y en grandes campañas publicitarias, a lo que es el producto en sí y la competición.

TW: En 5 años hemos pasado de vivir una fiebre de los 4T para poco después enterrarlos. Qué define el éxito de una tendencia, ¿las fábricas o el consumidor?

MA: Los dos; si la fábrica tiene un buen producto, le será fácil convertirlo en tendencia; y si hay un consumidor al que podemos considerar como un líder o cabeza de grupo, le será fácil arrastrar al resto de las personas del grupo y hacer que las fábricas le sigan.

TW: En su día, Montesa diseñó la Cota 315R para competir y después la adaptó al mercado. Con la Cota 4RT sucedió lo contrario. Dónde crees que hasta día de hoy apuntan las fábricas para evolucionar sus modelos, ¿competición o usuario?

MA: Pienso que a ambos; en el caso de JTG, Jordi está haciendo un trabajo brillante, es muy consciente de que debemos desarrollar una moto ganadora y al mismo tiempo una moto con la que el público en general pueda divertirse; cuando vamos a probar el proto, no lo prueban solamente él, Marc Freixa o cualquier otro piloto top, lo probamos unas cuantas personas del equipo, para él es incluso importante mi opinión como usuario ocasional entendiendo que mi nivel dista mucho del nivel de estas personas a las que hago referencia.

TW: Háblanos un poco de cómo surge JOTAGAS y con qué filosofía se une al mercado.



MA: La idea de crear Jotagas, surgió hace ya más de dos años; Jordi Robinat, socio mayoritario de la compañía con un 88% visitó las instalaciones de Motorland en Alcañiz; el motivo de su visita era el de realizar un proyecto urbanístico entorno al circuito de forma que todo el proyecto que allí se ha realizado estuviese completado. Jordi Robinat, además de empresario, es un gran apasionado del mundo de la moto off road así como practicante habitual; tras visitar varias veces el circuito y la zona, así como las instalaciones del parque tecnológico dentro del mismo circuito destinado a albergar empresas del sector y conocedor de la ilusión tanto de Jordi

como de Miki por desarrollar una moto de trial y de enduro respectivamente, decidió juntar todos los ingredientes y crear un equipo con el fin de lanzar al mercado una nueva marca.

A partir de aquí, nuestra filosofía no es otra que la de introducir en el mercado una nueva marca de la mano de gente entendida y con contrastada experiencia, de forma que la gente y sobretodo nuestros futuros colaboradores puedan trabajar disfrutando y sentirse parte de una familia, somos pequeños y por el momento no tenemos planes de ser exageradamente grandes, es la mejor forma de tirar adelante con esta filosofía.

TW: Tus labores profesionales Gas Gas y Mesbo te ha dado un gran conocimiento del mercado. ¿Necesitamos una JT en los concesionarios?

MA: Pienso que sí.

TW: ¿Hay diferencias entre un consumidor de Trial en España y el resto de mercados?

MA: A grandes rasgos no existe una gran diferencia; si bien es cierto que en España existe un parque muy importante de usuarios esporádicos, gente que tiene la moto de trial en casa y que la utiliza una vez al mes o incluso una vez cada dos meses para hacer excursiones; en el resto de países, existen menos usuarios con este perfil y el que tiene o se compra una moto de trial es para utilizarla con más frecuencia.

TW: Adentrándonos un poco más en el proyecto. ¿Quién tuvo la idea de ponerlo en marcha?

MA: Jordi Robinat junto a Javier Castany, catedrático en la Universidad de Zaragoza, departamento de ingeniería mecánica.

TW: ¿Hubiese sido posible este proyecto sin Jordi Tarrés? Me viene a la cabeza otro coetáneo, Marc Colomer.

MA: La figura de Jordi, su prestigio y sus conocimientos así como su meticulosidad en el trabajo, son imprescindibles para que el proyecto tenga la dimensión y el reconocimiento por parte de la futura red comercial que necesita. Sin la presencia de Jordi, ni la moto sería como veréis en breve ni la gente me habría abierto las puertas a nivel comercial en cualquier país del mundo como lo han hecho. Sin lugar a duda, habría costado más.

TW: ¿Cuáles son vuestras aspiraciones? ¿Veremos a la JT compitiendo en la temporada 2012?

MA: Nuestras aspiraciones son estar en el mundial con una buena moto, con una buena infraestructura y conseguir un buen resultado. Por supuesto, la JT estará en el mundial 2012.

TW: Un piloto de gran proyección es el propio sobrino de Jordi, Pol Tarrés. ¿Podría ser el primero en ponerse a sus mandos?

MA: Podría, a mi personalmente me encantaría, aún y así Jordi es Jordi y Pol y su carrera son un proyecto a parte, ya se verá más adelante.

TW: A pesar de que la moto de campo no vive su mejor momento, marcas como Ossa y JTG apuestan fuerte. ¿Qué pros y contras os habéis encontrado a la hora de dar un paso tan importante?

MA: En cuanto los contras, los típicos de cualquier proyecto nuevo, ninguno que tenga que ver directamente con el hecho de ser una marca de motos de trial y enduro. En cuanto a los pros, unos cuantos, la administración en Aragón nos ha apoyado y los futuros clientes se han volcado con nosotros.

TW: Respecto a vuestra ubicación, en Motorland, lejos de las grandes fábricas y pilotos de élite. ¿Realmente compensa o trabajaréis más fuera de fábrica?

MA: La ubicación en Motorland es más un valor añadido y no lo contrario; en Motorland tenemos unas infraestructuras impresionantes y en línea con nuestras necesidades, las necesidades de una fábrica de motos off road.

Para nosotros, un piloto de élite es muy importante, también lo es un distribuidor, por ejemplo el de Zaragoza, Madrid y/ o Andalucía, y éstos podrán desplazarse igualmente a Alcañiz, para algunos será incluso más fácil y en cuanto a los extranjeros, es exactamente lo mismo; algunos pilotos de élite están incluso más cerca de Alcañiz o a la misma distancia que de determinadas fábricas; no olvidemos que de BCN a Gerona hay cien km. y de bcn a Alcañiz poco más de 200, sin embargo Beta está por ejemplo a unos 1.000 y las Scorpa de fabrican en territorio francés. Aún y así, tendremos despacho por llamarlo de alguna forma también en el área de Barcelona.

TW: ¿Se sabe ya con qué fecha y precio saldrá la JT al mercado?

MA: Conocemos tanto precios como fechas, aún y así no deseamos comunicarlo todavía, solamente puedo decir que será pronto y a un precio de mercado.

TW: ¿En qué se diferenciará más la JT del resto de motos que se ofertan en el mercado?

MA: Es una moto cien por cien nueva, mejora aspectos que a nuestro parecer deben mejorar e innova tan solo en lo estrictamente necesario.

TW: Refléjanos en unas líneas hacia dónde crees que va el mercado de las motos de trial y qué panorama nos encontraremos, por ejemplo, dentro de cinco años.

MA: La verdad, no soy adivino; de todos modos tengo buenas sensaciones en cuanto a la evolución y el desarrollo para el futuro de este mercado. Practico trial desde hace mas o menos 24 años; todavía recuerdo de pequeño, estar en un bar el domingo por la mañana y ver en la puerta mas de 30 motos de trial que se disponían a salir, todo eso en un pueblo de no más de cinco mil habitantes, Bultacos, Montesas, algunas Halley, etc... esa imagen ha ido desapareciendo con el tiempo, sin embargo, hace ya un par de años que de forma natural, en ese mismo bar empiezas a ver mas motos de lo normal, así como por la montaña, te encuentras con diferentes grupos a los que no conoces; estas señales, así como el cambio en la tendencia política, los nuevos reglamentos en competición y otros aspectos como países extranjeros que empiezan a importar motos de trial, conforman una realidad positiva de cara al sector, las vibraciones son buenas y las expectativas también.

TW: Progresivamente los grandes grupos de comunicación han ido restando importancia al Trial, aun siendo Campeones del Mundo. ¿Cuál es tu opinión sobre los medios de que tratan el Trial? ¿El apadrinamiento de Jordi Tarrés es también fundamental en este punto?

MA: La relación con los medios es fundamental, con todos, y en eso trabajaremos para que nuestra relación para con todos ellos vaya más allá, estoy convencido de que el resto de fábricas también lo harán.

TW: ¿Alguna cosa más que te gustaría añadir?

MA: Por el momento no, espero que la próxima charla la podamos tener durante la presentación en Alcañiz y montados en una JT.

MARC ARAÑÓ MARTINEZ

Sales & Marketing Manager **Jotagas, S.L. (JTG off road motorcycles)**

