

Bimonthly issued by Yamaha

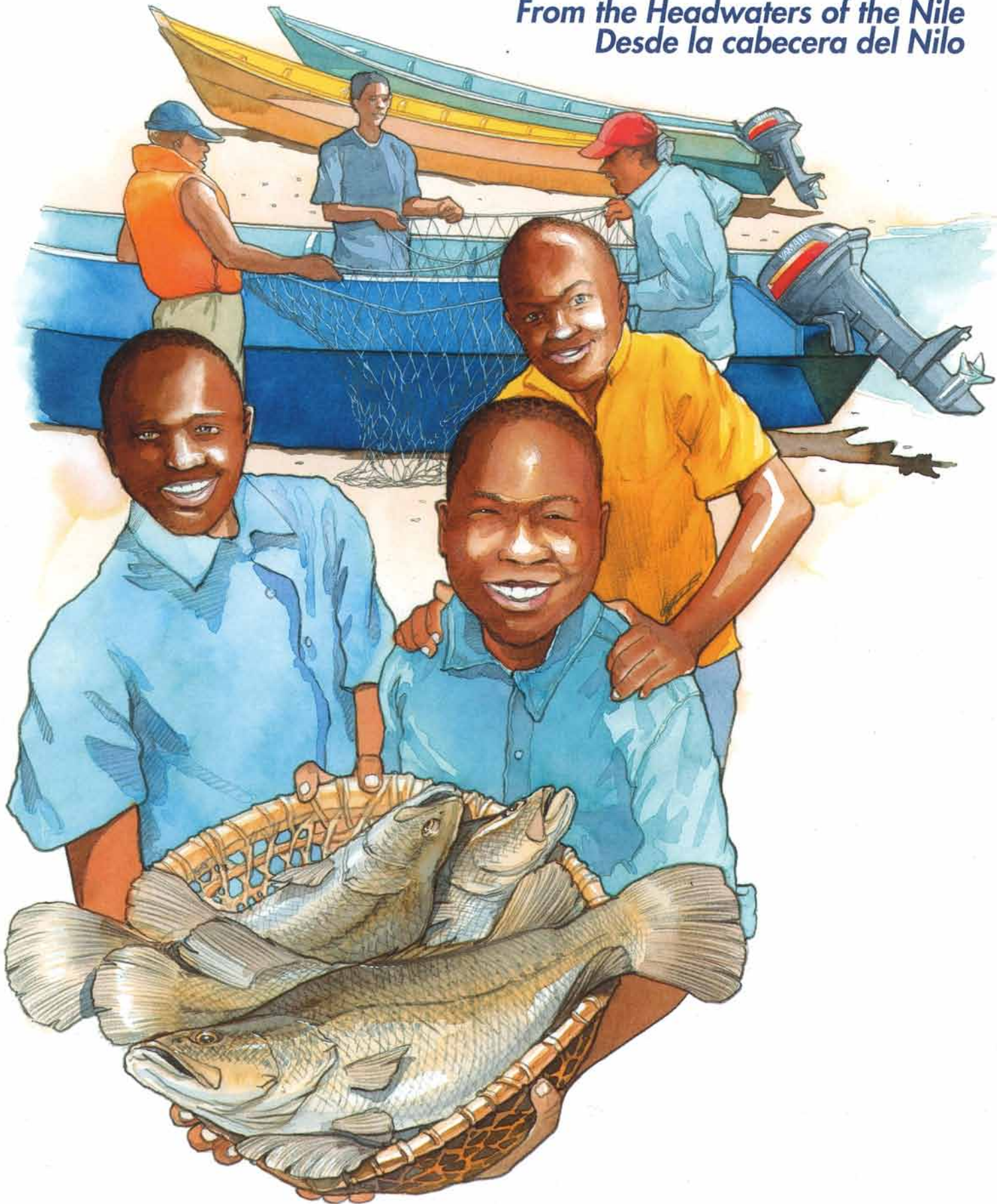
Chantey

2003 No. 105

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

ENGLISH/SPANISH VERSION

*From the Headwaters of the Nile
Desde la cabecera del Nilo*



From the Headwaters of the Nile Desde la cabecera del Nilo



The representative outboard motor markets in Africa today include the northwest coastal fisheries as typified by the octopus potting of Mauritania and Senegal, the pleasure-use market centered in South Africa and the freshwater fishery industry centered in Lake Victoria. And, in all these areas Yamaha is winning large market share thanks to the famed durability of its outboards, a reputation for strong support systems focused on local needs and the presence of excellent dealers. For this issue of *Chantey* we visited Uganda to report on this outboard market on the shores Lake Victoria.

*Demo runs for the new E15D
Demostración del nuevo E15D*



Nile

The new model E15D
El nuevo modelo E15D



Actualmente, los mercados representativos de motores fueraborda en África son la costa pesquera noroeste caracterizada por la cría de pulpo en Mauritania y Senegal, el mercado del ocio centrado en Sudáfrica y la industria pesquera del lago Victoria. Y en todos estas zonas Yamaha está aumentando su cuota de mercado gracias a la célebre durabilidad de sus fuerabordas, la fama de su amplia red de servicio que satisface las necesidades locales y la presencia de excelentes concesionarios. Para este número de *Chantey* hemos visitado Uganda a fin de informarles del mercado de los fuerabordas a orillas del lago Victoria.

A look at the outboard market of Lake Victoria

Lying in East Africa at an elevation of roughly 1,000 meters and having an area of 69,000 square kilometers, Lake Victoria is the continent's largest freshwater lake and the third largest in the world. Today, Lake Victoria supports a booming fishing industry for Nile perch, a large fish popular for its mild-flavored white meat that commands a thriving export market to Europe and North America. To answer this demand, all three of the countries that border on Lake Victoria, Kenya, Tanzania and Uganda, are promoting the development of the Nile perch industry.

Of these three countries, Tanzania, which claims 51% of the lake's area and a correspondingly large fishing industry, constitutes the largest outboard motor market. Next largest is Uganda, with 43% of the lake's area lying within its borders. In these countries, coffee is the major cash crop, but due to government support measures in recent years, fishery is also being stressed as an important export industry.



▲ Local children are full of energy and curiosity

Los niños de la localidad están llenos de energía y curiosidad

► Since high-speed performance is not a factor, most fishermen choose 15hp outboards

Al no ser importante la velocidad, la mayoría de los pescadores eligen fuerabordas de 15 C.V.



Townpeople watch the weighing of the day's catches
La gente de la ciudad observa el peso de las capturas realizadas

Una mirada al mercado de fuerabordas del lago Victoria

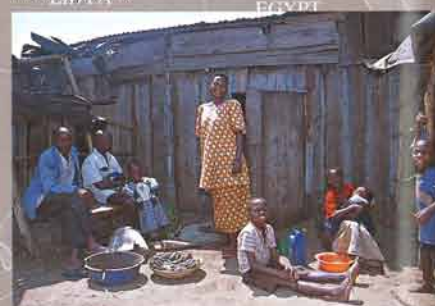
El lago Victoria, situado en África Oriental a unos 1.000 metros de altura y con una extensión de 69.000 kilómetros cuadrados, es el más grande de agua dulce de África y el tercero más grande del mundo. Hoy, el lago Victoria es cuna de la floreciente industria pesquera de la perca del Nilo, un pez grande y popular por su carne blanca de ligero sabor que se exporta mucho a Europa y Norteamérica. Para satisfacer esta demanda, los tres países a orillas del lago Victoria —Kenia, Tanzania y Uganda— están promoviendo el desarrollo de esta industria.

De estos tres países, Tanzania, que reclama el 51% de la superficie del lago y la correspondiente cuota pesquera, constituye el mayor mercado. Luego viene Uganda, con el 43% de la superficie del lago bordeando sus costas. En estos países el café es el mayor cultivo

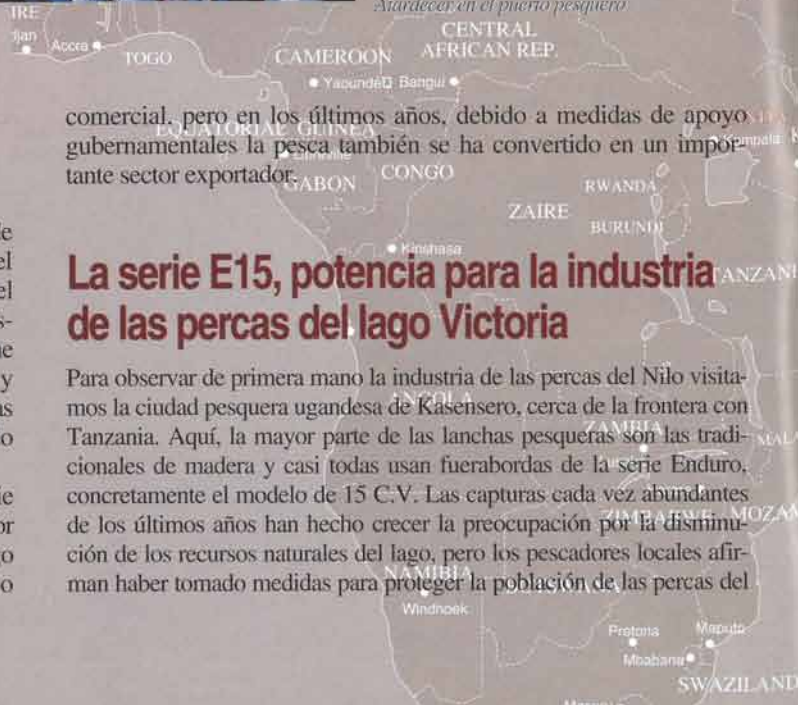


• After landing, the Nile perch are transported to the processing factory by refrigerator trucks

Después de desembarcarlas, las percas del Nilo se transportan en camiones refrigerados hasta la fábrica



Afternoon in the fishing port
Atardecer en el puerto pesquero



comercial, pero en los últimos años, debido a medidas de apoyo gubernamentales la pesca también se ha convertido en un importante sector exportador.

La serie E15, potencia para la industria de las percas del lago Victoria

Para observar de primera mano la industria de las percas del Nilo visitamos la ciudad pesquera ugandesa de Kasensero, cerca de la frontera con Tanzania. Aquí, la mayor parte de las lanchas pesqueras son las tradicionales de madera y casi todas usan fuerabordas de la serie Enduro, concretamente el modelo de 15 C.V. Las capturas cada vez abundantes de los últimos años han hecho crecer la preocupación por la disminución de los recursos naturales del lago, pero los pescadores locales afirman haber tomado medidas para proteger la población de las percas del



The E15 series, workhorses of Lake Victoria's Nile perch industry

For a first-hand look at the Nile perch industry, we visited the Ugandan fishing town of Kasensero near the Tanzanian border. Most of the fishing boats here are traditional wooden ones and the large majority of them mount the Yamaha Enduro series outboards, particularly the 15hp model. Increased fishing pressure in recent years has raised concerns about depletion of the lake's Nile perch resource, but local fishermen say they have taken measures to protect the Nile perch population by using large-mesh nets that prevent the catching of younger fish.

Leaving port the night before, or in the early morning hours, the fishermen of Kasensero have finished the day's fishing and returned to port by 9:00 a.m. The catch is weighed and then loaded quickly into refrigerator trucks for transport to the processing factories. By noon, the fishermen have washed their nets and are ready for a well-deserved rest.



Choice and maintenance of nets is another part of the fishermen's work
Les pêcheurs doivent aussi se charger du choix et de l'entretien de leurs filets.

COMOROS

Nilo usando redes de malla grande y evitando así capturar los peces más jóvenes.

Los pescadores de Kasensero salen del puerto la noche anterior o de madrugada y terminan su día de pesca volviendo al puerto hacia las 9 de la mañana. Sus capturas se pesan y cargan inmediatamente en camiones frigoríficos y se llevan a las fábricas. A mediodía, los pescadores tienen ya lavadas sus redes y están preparados para un bien merecido descanso.

Giving customers the service network they need

Mr. Christopher Saazi
Chairman/Managing Director
Nile Fishing Co., Ltd. (NIFCO)

"Our outboard motor customers have a variety of different needs. And, they use their motors hard in tough conditions," says Mr. Christopher Saazi of NIFCO. "That is why it is so important to have a service network in place that can answer all their needs. By holding regular training courses, we have succeeded in getting together a network of over 50 well-trained specialists." NIFCO supplies these service specialists with the special tools they need and service uniforms and sends them out to the customers on service campaigns. These ongoing efforts have built up user trust and contributed to a sales record for NIFCO that has reached a cumulative total of some 5,000 Yamaha outboards over the years.

Here in the outboard motor market of Lake Victoria, the source of the mighty Nile River, we also found the source of success in any business: building true customer satisfaction.



Ofrecer a los clientes la red de servicio que necesitan

Sr. Christopher Saazi
Presidente/Director General
Nile Fishing Co., Ltd. (NIFCO)

"Nuestros clientes tienen necesidades muy diferentes. Y usan sus motores en condiciones muy difíciles", afirma el Sr. Christopher Saazi, presidente y director general de NIFCO. "Por eso es tan importante disponer de una red de servicio que pueda responder a todas sus necesidades. A tal fin, y organizando cursos periódicos de formación, hemos logrado reunir una red con más de 50 excelentes especialistas". NIFCO suministra a estos técnicos las herramientas especiales y uniformes de trabajo que necesitan, y los envía a los clientes en campañas de servicio. Estos esfuerzos continuos han aumentado la confianza del usuario y contribuido al récord de ventas de NIFCO, que alcanza ya los 5.000 fuerabordas Yamaha.

Aquí, en el mercado de los fuerabordas del lago Victoria y en las mismas fuentes del poderoso Nilo, hemos encontrado también la raíz del éxito de cualquier negocio: crear auténtica satisfacción para el cliente.

User-friendly service boosts customer satisfaction

Supplying the fishermen here on Lake Victory with outboard sales and service is NIFCO, an enterprise founded in 1986. Kasensero is home port for about 300 fishing boats, almost all of which are powered by Yamaha outboards. NIFCO directly operates no less than 10 service outlets along the shores of Lake Victoria that are constantly busy answering every possible service and maintenance request from the local fishermen.

Although these service centers may not have any special facilities, they have the well-oiled wooden mounts that long years of experience have proved effective, and they are all located within a few dozen meters of the shore, where fishermen can drop by whenever they need service assistance or have a question to ask the mechanics.

When *Chantey* visited Kasensero in August, it was on the same day that the new Enduro model E15D was being introduced, and many fishermen had turned out to listen intently to the explanation of the new outboard and see displays of Yamaha motorcycles and generators as well. NIFCO also took this gathering as an opportunity to make a donation of life vests to the local fishery union and make an appeal for safety on the water.



An outboard model with cover removed for display.
Un motor fueraborda sin cubierta para exhibición

Servicio fácil de usar que aumenta la satisfacción del cliente

Para ofrecer a los pescadores del lago Victoria fuerabordas y servicio técnico está NIFCO, una empresa fundada en 1986. Kasensero es puerto de origen de unas 300 lanchas pesqueras, la mayoría de las cuales llevan fuerabordas Yamaha. NIFCO gestiona directamente no menos de 10 tiendas de servicio técnico a orillas del lago Victoria que se encargan de tramitar cualquier petición por parte de los pescadores locales.

Aunque estos centros de servicio pueden carecer de instalaciones especiales, tienen las bien aceitadas monturas de madera que han demostrado su eficacia durante tantos años, y están situados a pocos metros de la orilla para que los pescadores puedan pasar siempre que necesiten ayuda o tengan alguna pregunta que hacer a los mecánicos.

Cuando *Chantey* visitó Kasensero en agosto, ese mismo día se presentaba el nuevo modelo Enduro E15D y muchos pescadores habían acudido a escuchar atentamente las explicaciones del nuevo fueraborda y a ver igualmente las motocicletas y generadores Yamaha expuestos. NIFCO aprovechó la oportunidad para donar chalecos salvavidas al sindicato local de pescadores y hacer un llamamiento pidiendo seguridad sobre el agua.



At the E15D introduction event En la presentación del E15D

Speedy processing and shipping get the fish to market

Of the roughly 200,000 tons of Nile perch caught in Lake Victoria each year, about 1,000 tons are air freighted to Europe each month from Uganda as refrigerated fish parts to be consumed by people who appreciate this low-cholesterol white-meat fish.

Shipments to the United States are said to be on the increase as well, despite a hefty shipping cost of US\$3 per kilo. This industry growth has



▲ A service mechanic of NIFCO
Un mecánico del servicio de NIFCO.

◀ The product catalogs are also well received
Los catálogos de los productos son también bien recibidos

Rápida elaboración y envío del pescado al mercado

De las aproximadamente 200.000 toneladas de percas del Nilo capturadas cada año en el lago Victoria, desde Uganda se envían por vía aérea a Europa unas 1.000 cada mes como piezas refrigeradas para ser consumidas por las personas a las que les encanta este pescado blanco bajo en colesterol. También están aumentando los envíos a Estados Unidos a pesar de los altos gastos de embarque de 3 dólares por kilo. Este crecimiento de la industria se ha hecho posible mediante un acuerdo realizado entre Tanzania, Uganda,

been made possible by an agreement reached between Tanzania, Uganda and Kenya and the European Union in October 2000 approving imports of Nile Perch that meet specified EU standards for the fish, their shipping, handling, processing, storage and marketing.

Chantey visited the factory of one of the leading companies in this export business, Marine & Agro Export Processing Ltd.

Nile perch arriving here each day from the various fishing ports are immediately washed and then cut and cleaned of bones and innards by skilled cleaners. The cleaned fish parts are then sorted, packed in plastic bags and moved immediately to refrigerated storage until they can be air freighted off to market. Visitors are impressed by the clean, fast-moving processing line.

When Marine & Agro Export began operations in 1992, their factory was processing and shipping about five tons of fish a day. Presently, they ship a total of approximately 80 tons of Nile perch a day and Their export markets have expanded worldwide to include not only Europe and the U.S. but also Japan, Australia, Dubai, Singapore, Hong Kong, Malaysia, South Korea and Vietnam.



*The processing plant of Marine & Agro Export Processing Ltd.
La planta de elaboración de Marine & Agro Export Processing Ltd.*



▲ *On the fish cleaning line
En la línea de limpieza del pescado*



◀ *The cleaned fish parts are promptly frozen to await air shipment
Los pescados limpios se congelan inmediatamente en espera de su transporte aéreo.*

Kenia y la Unión Europea en octubre de 2000, por el que se aprobaban importaciones de perca del Nilo que satisfacían normas específicas de la UE en cuanto al pescado, su envío, manejo, elaboración, almacenamiento y marketing.

Chantey visitó la fábrica de Marine & Agro Export, Processing Ltd, una de las empresas líder en exportaciones. Las percas del Nilo que llegan aquí cada día procedentes de varios puertos pesqueros se lavan inmediatamente y, luego, se cortan y limpian de espinas y tripas. Las piezas limpias se clasifican y empaquetan en bolsas de plástico y se llevan rápidamente a almacenes frigoríficos en espera de su envío por vía aérea a los mercados. Los visitantes quedan gratamente impresionados por la cadena de elaboración limpia y rápida.

Cuando Marine & Agro Export empezó a funcionar en 1992, su fábrica procesaba y enviaba unas cinco toneladas de pescado diarias. Ahora envía un total de 80 toneladas de percas del Nilo diariamente y sus mercados de exportación se han ampliado hasta alcanzar no sólo Europa y EE.UU., sino también Japón, Australia, Dubai, Singapur, Hong Kong, Malasia, Corea del Sur y Vietnam.

The battle with seaweed, a story in ecosystem management

When talking about fishery in Lake Victoria, the subject will invariably turn to the problem of a plant called water hyacinth. Recognized by its simple, pale violet blossoms and puffy, air-filled leaves, this plant floats on the surface of lakes and rivers in warmer water regions of South America, Africa and Southeast Asia, trailing roots that can reach a meter in length. Due to its ability to absorb large quantities of the nitrogen and phosphorus that are said to be sources of water pollution, water hyacinth can have a cleansing effect in lake water. However, it also has a tremendous capacity for propagation, which often makes it a pest weed that can block waterways. This has been the case in Lake Victoria, where the rapid spread of water hyacinth has made it a disruptive presence for people living on the lake and a major hindrance to local fishery.

In response to this problem, Yamaha joined with the Ugandan government, JICA and local boat builders in a one-year project in 1998-99 to clear water hyacinth from some areas of the lake. In this project, Yamaha supplied the marine engines for boats performing the tasks of seaweed gathering and seaweed transport. This engine supply role also included modifying the outboards with screw assemblies that could hold up to the difficult use conditions without becoming clogged by the fine hair roots of the water hyacinth. The project proved successful in improving the ecosystem to support the Nile perch industry that so many people here depend on.



La batalla con las algas marinas: una historia para mejorar el ecosistema

Al hablar de pesca en el lago Victoria, el tema de conversación gira siempre alrededor del problema de los así llamados "jacintos de agua". Esta planta, reconocible por sus simples flores de color violeta pálido y hojas hinchadas y llenas de aire, flota en la superficie de los lagos y ríos de las regiones acuáticas más cálidas de Sudamérica, África y Sudeste de Asia arrastrando raíces que pueden alcanzar un metro de longitud. El jacinto de agua, por su capacidad para absorber grandes cantidades de nitrógeno y fósforo que se dice contaminan el agua, puede tener un efecto limpiador. Pero debido también a su enorme facilidad de propagación es a menudo un alga nociva que puede bloquear las vías fluviales. Esto sucede en el lago Victoria, donde la rápida expansión de los jacintos perjudica a los que viven en el lago y son un gran lastre para la industria pesquera local.

Para resolver este problema, Yamaha se asoció en 1998-99 con el Gobierno ugandés, JICA y los fabricantes locales de lanchas en un proyecto anual para retirar jacintos de agua de algunas zonas del lago. En este proyecto, Yamaha suministró los motores para las lanchas que se encargaban de recoger y transportar las algas marinas. También se encargó de modificar los fuerabordas con componentes atomillados capaces de resistir las difíciles condiciones de uso sin atascarse por las finas raíces del jacinto. El proyecto contribuyó a mejorar el ecosistema sobre el que se apoya la industria de la perca del Nilo y de la que depende el bienestar de mucha gente de la región.



Introducing 4-stroke outboards **Part 14**

Lanzamiento de los fuerabordas de 4 tiempos **14ª parte**

What your sales and service staff need to know

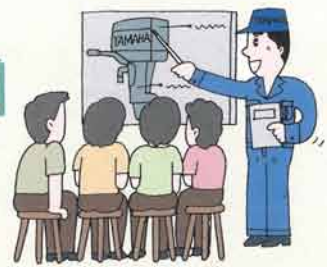
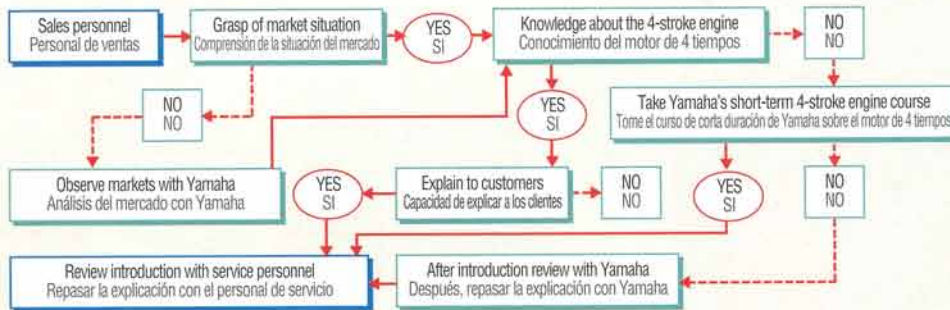
For distributors and dealers planning to introduce 4-stroke outboards in their markets for the first time, there is certain basic knowledge your sales staff must have about 4-stroke engines in order to advise customers whether or not a 4-stroke outboard is right for them. Here are the things your sales personnel must know.

What your sales personnel need to know

- 1) The differences in construction between 2-stroke and 4-stroke engines
- 2) Basic structure of a 4-stroke engine (valves and valve-driving system, etc.)
- 3) Knowledge about the right gasoline for the 4-stroke engines
- 4) Knowledge about 4-stroke engine oil and lubrication methods
- 5) Knowledge about 4-stroke outboard motors

The first step is for distributors to review the present situation concerning 4-stroke knowledge of the distributor and dealer sales staff, following the steps shown here in Diagram (1).

Diagram (1) Sales personnel knowledge review and measures



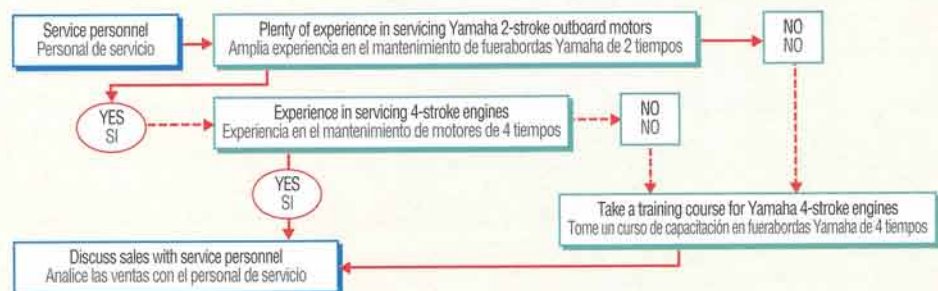
As with 2-strokes, there are certain service techniques and operations that service people must be experienced in before they can service 4-stroke outboard motors properly. Here is the minimum knowledge your service personnel must have.

What your service personnel need to know

- 1) Service instruction, knowledge and experience concerning 2-stroke outboards
- 2) Knowledge of 4-stroke engine oil and fuel
- 3) Knowledge of the mechanisms and construction of the 4-stroke engine
- 4) Knowledge of outboard motors and boats

The first step is for distributors to review the present situation concerning 4-stroke knowledge of the distributor and dealer service personnel, following the steps shown here in Diagram (2).

Diagram (2) Service staff knowledge review and measures



Lo que deben saber sus empleados de ventas y servicio

Los distribuidores y concesionarios que tengan previsto lanzar los fuerabordas de 4 tiempos por primera vez en su mercado deben tener en cuenta que el personal de ventas necesita tener ciertos conocimientos básicos sobre estos motores para poder aconsejar a los clientes si un 4 tiempos es adecuado para ellos. Reseñamos a continuación lo que debe saber su personal de ventas.

Lo que debe saber su personal de ventas

- 1) Diferencias de construcción entre los motores de 2 y 4 tiempos
- 2) Estructura básica del motor de 4 tiempos (las válvulas y su mecanismo de accionamiento, etc.)
- 3) Conocimiento del combustible adecuado
- 4) Conocimiento del aceite y de los métodos de lubricación
- 5) Conocimiento de los fueraborda de 4 tiempos

Lo primero que deben hacer los distribuidores es analizar el nivel de conocimientos de todo el personal de venta, incluso el de los concesionarios, siguiendo los pasos del diagrama (1).

Diagrama (1) Análisis de los conocimientos del personal de ventas y medidas a tomar

Al igual que con los motores de 2 tiempos, antes de poder ofrecer un servicio técnico y de mantenimiento adecuado, el personal debe poseer un cierto nivel de experiencia con los fuerabordas de 4 tiempos. Los conocimientos mínimos que debe tener el personal de servicio son:

Lo que debe saber su personal de servicio

- 1) Conocimiento y experiencia con fuerabordas de 2 tiempos
- 2) Conocimiento del combustible y del aceite apropiado para fuerabordas de 4 tiempos
- 3) Conocimiento de los mecanismos y de la construcción del fuerabordas de 4 tiempos
- 4) Conocimiento de los fuerabordas y de las lanchas

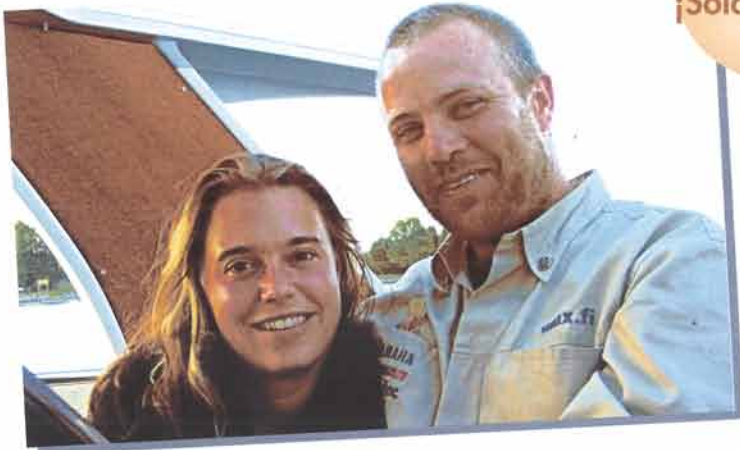
Lo primero que deben hacer los distribuidores es analizar lo que sabe el personal de servicio de concesionarios y distribuidores sobre el motor de 4 tiempos siguiendo los pasos del diagrama (2).

Diagrama (2) Análisis de los conocimientos del personal de servicio y medidas a tomar

Please write to me with any questions about service. Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

Dr. Sugimoto, Chantey Editorial Room
ME Company, Yamaha Motor Co., Ltd.
1400 Nippashi Hamamatsu, Sizuoka 432-8528, Japan





“You have to enjoy the products to sell them to the customers”

He can always be seen wearing a cap or shirt bearing the Yamaha tuning fork logo. In winter, he rides a snowmobile and in summer he spends his free time on a boat or PWC. His name is Eero Heininen, and from his shop in Finland's capital, Helsinki, he has become something of a missionary for Yamaha products as he shows many people just how fun they can be.

He used to enjoy Yamaha WaveRunners as a hobby, but as his friends were constantly asking to borrow them, he decided to make a business of it. In addition to sales, he now rents out boats and WaveRunners. “I want as many people as possible to find out just how great Yamaha products are, and rentals are a perfect first step,” he says.

His policy is that he only sells products that he personally enjoys. He loves snowmobiles, and in winter operates a business in Lapland in northern Finland specializing in Yamaha snowmobiles. Eero is also currently creating an ATV course for children to enjoy on a small island in the sea near Helsinki frequented by families with summer homes there.

Vmax Oy Eero Heininen Vmax Oy Eero Heininen

“Tiene que disfrutar de los productos para poder venderlos a los clientes”

Puede verle siempre llevando una gorra o una camiseta con el logotipo de Yamaha. En invierno conduce una motonieve y en verano pasa su tiempo libre a bordo de una lancha o a los mandos de una moto acuática. Se llama Eero Heininen y desde su tienda de Helsinki se ha convertido en misionero de los productos Yamaha demostrando a mucha gente lo divertidos que pueden llegar a ser.

Eero solía disfrutar de las Yamaha WaveRunners porque eran su pasatiempo favorito, pero sus amigos estaban pidiéndole constantemente que se las prestara, así que decidió hacerlo pero en plan comercial. Además de vender, ahora también alquila lanchas y WaveRunners. “Me gustaría que el mayor número posible de personas supiera lo magníficos que son los productos Yamaha y el alquiler es el primer paso para lograrlo”, dice.

Su política es vender sólo productos con los que él disfruta personalmente. Le encantan las motos de nieve y en invierno gestiona un comercio en Lapland, al norte de Finlandia, especializado en motos de nieve Yamaha. Ahora, Eero está también diseñando un curso de vehículos anfíbios todoterreno para niños en una pequeña isla cerca de Helsinki frecuentada por familias que tienen ahí sus casas de verano.

I N F O R M A T I O N

Your Chantey Calendar for 2004

The editorial department at *Chantey* has produced the “Chantey Calendar” for 2004. This year's theme is Yamaha products creating romantic and heartwarming relationships.

As in the past, this calendar features cute dolls created by the designer Masaru Isoiwa.

We would like to take this opportunity to tell you a little about Mr. Isoiwa. Since graduating from Tokyo's Musashino Art University with a major in illustration, he has worked as

a freelance graphic designer and illustrator for various magazines and advertisements. Out of his search for a new means of expression was born his own style called “Craftration” (a term he coined himself).

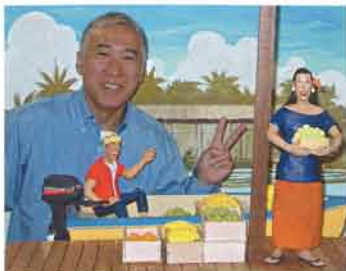
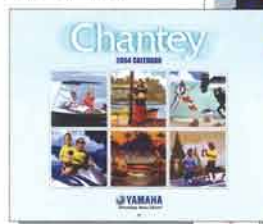
He is an avid outdoorsman who enjoys boating and fly fishing to experience Japan's natural beauty.

¡Su Calendario Chantey!

El departamento editorial de *Chantey* tiene preparado ya el “Calendario Chantey” para 2004. El tema de este año gira alrededor de la idea de que los productos Yamaha crean relaciones románticas y reconfortantes.

Como en años precedentes, el calendario contiene bellas muñecas creadas por el diseñador Masaru Isoiwa. Nos gustaría aprovechar esta oportunidad para hablarles del Sr. Isoiwa. Después de graduarse en Ilustración por la Facultad de Artes de la Universidad de Musashino en Tokio, trabajó por cuenta propia como diseñador gráfico e ilustrador para varias revistas y anuncios. Su búsqueda de nuevos medios de expresión dio lugar al nacimiento de un estilo propio

The 2004 Chantey
Calendar
El Calendario
Chantey 2004



Mr. Isoiwa at work on his Craftrations © for the Chantey Calendar
El Sr. Isoiwa trabajando en sus Craftrations © para el calendario Chantey

que se conoce como “grafstración” (palabra que acuñó él mismo). Le gusta mucho la vida al aire libre y disfruta de la navegación y de la pesca con mosca para sentir en lo más profundo de sí mismo las bellezas naturales del Japón.

Chantey Calendar

We have limited copies of the 2004 Chantey calendar. Those interested in one should contact their Yamaha representative. However, we regret that we may not be able to supply all requests.

El Calendario Chantey

Disponemos de un número limitado de calendarios Chantey 2004. Las personas interesadas deberán ponerse en contacto con su representante Yamaha. Sin embargo, lamentamos informarles que puede que no seamos capaces de satisfacer todas las peticiones.

INDIA



Dealer Meeting marks new presence in Kerala La reunión de concesionarios realza la nueva presencia de Yamaha en Kerala

India's southernmost state of Kerala is home of the country's largest fishery industry and a full 60% of India's outboard motor demand. Until recently, however, distribution of Yamaha outboards in this important market had been done mainly through the state's public fishery corporation. Recognizing a need to increase customer service capability, in June of this year YMC decided to enlist the services of George Maijo company, Yamaha's distributor in the rest of the India, as a non-exclusive distributor for the state of Kerala in a strategic move to strengthen the presence of the Yamaha brand here.

George Maijo began handling Yamaha products in 1979. Since then the company has worked to spread awareness of the advanced technologies and outstanding reliability of the Yamaha brand. However, despite having been a distributor for Kerala, business difficulties had distanced the company from the Kerala market over the last seven years. Now, Maijo Joseph, the son of the company's founder has taken the lead in rebuilding the service network for Yamaha products in India with the ultimate aim of increasing customer satisfaction.

As part of its re-entry into the Kerala market, the company has re-enlisted former staff and succeeded in appointing eight official dealerships and 40 authorized service shops in a very short time. Then, to announce the return of George Maijo company, a celebration was organized on Sept. 3 in Cochin. In attendance to help motivate the gathered authorized service shop representatives were President Doi and Manager Kawamukai of Yamaha Motor Kumamoto Products (YKP) and Senior Manager Minami of YMC. The meeting was



A unique outboard mount is used for fishing boats in Kerala with the bracket attached to the gunwale
Las lanchas pesqueras de Kerala montan los fuerabordas de una manera muy especial: fijados a la borda

also used to introduce the new EK9.9D, a economical kerosene fuel model that George Maijo company is confident will be a big seller that fuels the company's return to the Kerala market.
From Yoshiyuki Ito, OMDO, YMC, Japan



At the George Maijo event in Cochin on Sept. 3
En el evento organizado por George Maijo en Cochin el 3 de septiembre



George Maijo company has re-established its presence in Kerala

La empresa de George Maijo ha vuelto a hacer acto de presencia en Kerala



The satisfied smiles of the participants show the success of the meeting
Las sonrisas satisfactorias de los participantes demuestran el éxito de la reunión

Kerala, el estado del extremo sur de India, es cuna de la mayor industria pesquera del país, con una demanda del 60% de los fuerabordas de toda la India. Pero

hasta muy recientemente, la distribución de los fuerabordas Yamaha en este mercado tan importante se había llevado a cabo principalmente a través de la empresa pesquera pública del estado. Reconociendo la necesidad de aumentar el servicio a los clientes, YMC decidió incorporar en junio de este año los servicios de la empresa de George Maijo, el distribuidor Yamaha del resto de la India, como distribuidor no exclusivo para el estado de Kerala en un movimiento estratégico orientado a fortalecer aquí la presencia de nuestra marca.

George Maijo empezó a comercializar productos Yamaha en 1979. Desde entonces, la compañía se ha esmerado en profundizar sus conocimientos sobre las avanzadas tecnologías y la gran seguridad de los productos Yamaha. Sin embargo, a pesar de tener un distribuidor en Kerala, las dificultades comerciales separaron a la compañía del mercado local los últimos 7 años. Pero actualmente, Maijo Joseph, el hijo del fundador ha tomado la iniciativa para reconstruir la red de servicios en India con el objeto de aumentar la satisfacción de los clientes.

Como parte de esta vuelta al mercado, la compañía reclutó de nuevo a los personales anteriores y en un corto tiempo reactivó las relaciones con 8 concesionarios oficiales y 40 tiendas autorizadas. Luego, para anunciar su retorno, la empresa George Maijo organizó un evento el 3 de setiembre en Cochin. Y para apoyar a los representantes de las tiendas autorizadas, asistieron a la celebración el Presidente Doi y el director Kawamukai de Yamaha Motor Kumamoto Products (YKP) y el director Minami de YMC. La reunión fue también aprovechada para lanzar el nuevo EK9.9D, un económico modelo a kerosén que George Maijo cree que se venderá muy bien e impulsará el regreso de la compañía al mercado de Kerala.

Enviado por Yoshiyuki Ito, OMDO, YMC, Japón



Yamaha runs away with 24-hour endurance crown

Yamaha gana fácilmente la carrera de resistencia de 24 horas

It is surely safe to say that there is no other motorboat race in the world quite like the 24 Hours White Night Endurance Race, held annually in the middle of Russia's second largest city, St. Petersburg (former Leningrad). Although it began three years ago as a sort of running boat show for prospective inflatable boat buyers, this year's race, run on a scenic 2.4 kilometer circular course made up of sections of the Neva river and the moat system of the 18th century Peter and Paul Fortress in central St. Petersburg under the midnight sun (white night) of early July, was designated one of the events celebrating the city's 300th anniversary—while also receiving UIM (Union Internationale Motonautique) certification as an international race.

For the local Yamaha marine distributor Petroset, who competed in the race for the third time this year, it turned out to be a fantastic venue of proving the superior quality of their Yamaha outboard motors and Yamarin RIB boats. The race was competed in four displacement classes from under 725cc up to the largest 1,551 to 2,050cc class. In spite of the fact that many of the 39 competing teams were using boats with specially designed race hulls and decks, Petroset's president, Mr. Dmitry R. Sandler decided to race with a stock Yamarin inflatable and stock Yamaha Z200P HPDI 2-stroke outboard. "Our trust in production models was justified completely," said Mr. Sandler after winning the 2000cc class by a big 77-lap margin over the second-place finisher. President Sandler himself was among the four pilots who took one-hour turns at the wheel for the 24 hours of racing. "Our production boat proved reliable, but the reliability of our Yamaha outboards will now become spoken of as legend. During the whole 24 hours of the race we didn't even open the engine cover once! Our technicians played a great role, having prepared the boat so well that we had no technical problems whatsoever, and the gasoline crew and support group—mostly employees of our company—all worked hard and were well organized. Our victory is their victory, too. Also, many thanks to Yamaha Motor Co., Ltd. for its support," he concluded.

In a tough race that saw 15 of the 39 starting boats drop out due to the battering from wake-created waves or engine trouble, this runaway victory in front of so many spectators is sure to boost the Yamaha reputation in Russia.

From Kanichi Tsunamoto, Overseas Marketing Div., YMC, Japan



The staff of the winning Petroset team have good reason to be proud
El personal del equipo ganador Petroset tiene motivos para sentirse orgulloso

Se puede decir sin temor a equivocarse que no hay en el mundo otra carrera de lanchas motorizadas como la Prueba de Resistencia Noche Blanca de 24 horas celebrada anualmente en la zona céntrica de San Petersburgo (antes Leningrado), la segunda ciudad más grande de Rusia. Aunque empezó hace tres años como una especie de salón náutico para eventuales compradores de lanchas inflables, la carrera de este año disputada sobre un circuito circular de 2,4 km por parte del río Neva y del sistema de fosos de la Fortaleza de Pedro y Pablo del siglo XVIII y bajo el sol de medianoche (noche blanca) de principios de julio, fue designada uno de los eventos conmemorativos del 300° aniversario de la ciudad y recibió la certificación internacional de la Federación Unión Internacional de Motonáutica (UIM).

Para Petroset, el distribuidor local de Yamaha, que compitió este año en la carrera por tercera vez, resultó la prueba idónea para demostrar la superior calidad de los fuerabordas Yamaha y de las lanchas inflables rígidas Yamarin. La carrera se disputó en cuatro cilindradas, desde menos de 725 c.c. hasta las categorías superiores de 1551 a 2050 c.c. A pesar de que muchos de los 39 equipos participantes usaron lanchas con cascos y cubiertas especialmente diseñadas para la carrera, el Sr. Dimitry R. Sandler, director gerente de Petroset, decidió competir con una inflable Yamarin y un fueraborda Yamaha Z200P HPDI de 2 tiempos, ambos de serie. "Nuestra confianza en los modelos de producción quedó completamente justificada", dijo el Sr. Sandler después de ganar la categoría de 2000 c.c. con un amplio margen de 77 vueltas sobre el segundo clasificado. El Sr. Sandler fue también uno de los cuatro pilotos que hizo turnos de una hora al volante durante las 24 horas de la prueba. "Nuestra lancha demostró ser muy fiable pero la fiabilidad de nuestros fuerabordas Yamaha se volverá ahora legendaria. Durante las 24 horas de carrera, ¡no abrimos la tapa del motor ni una sola vez! Nuestros técnicos desempeñaron un gran papel y prepararon muy bien la lancha para que no tuviéramos problemas, y la tripulación de la gasolina y el grupo de apoyo —la mayoría empleados de la compañía— trabajaron todos duro y estuvieron bien organizados. Nuestra victoria es también la suya. Y muchas gracias a Yamaha Motor Co., Ltd. por su apoyo", fueron sus palabras finales.

En una dura carrera en la que tuvieron que retirarse 15 de las 39 lanchas

iniciales debido al incesante batido de las olas sobre las lanchas o por avería en el motor, esta victoria aplastante delante de tantos espectadores hará crecer seguramente la fama de Yamaha en Rusia.

Enviado por Kanichi Tsunamoto, División de Marketing Internacional, YMC, Japón



The winning boat was a Yamarin inflatable powered by a stock Z200P outboard
La lancha ganadora fue un Yamarin inflable propulsado por un fueraborda Z200P de serie

At the pit during the race
En los boxes durante la carrera



News Round-up

Guyana

Yamaha Outboard Motor Service Training program draws big response

When a press release was sent to the media announcing the holding of a Yamaha Outboard Motor Service Training program in the South American country of Guyana, the response was tremendous. Soon, requests had been received from over 80 applicants from all over the country anxious to take the course, four times the number that could be handled. The course organizers, acting under the assistance of the Association for



*The participants took to the training diligently
Los participantes siguieron las instrucciones al pie de la letra*

Overseas Technical Scholarship (AOTS) of Japan, finally selected 20 participants, who represented organizations like the Guyana Forestry Commission, Conservation International, the Guyana Revenue Authority, the Guyana Sea Turtle Conservation and several local town councils. The instructor for the 5-day course was Mr. Shoji Motegi from Yamaha Motor (YMC), Japan, and the venue was the facilities of local Yamaha Marine importer Mings Products & Services Ltd. (MPS) in Georgetown. The course began with an opening ceremony on the first day with Mr. Hans Barrow, Honorary Consul-General of Japan as guest speaker. And, at the end of the five days all participants successfully completing the course were given an AOTS certificate which is recognized internationally.

From Siroj Persaud, MPS, Guyana



*The training course participants and Yamaha staff
Participantes del curso de formación y personal de Yamaha*

El programa de formación recibe una magnífica respuesta

Cuando se envió un comunicado de prensa a los medios de comunicación anunciando la celebración de un programa de formación para el servicio y mantenimiento de los fuerabordas Yamaha en el país sudamericano de Guyana, la respuesta fue excelente. De inmediato se recibieron peticiones de más de 80 ansiosos solicitantes procedentes de todo el país, cuatro veces más que las plazas disponibles. Los organizadores, que contaban con la ayuda de la Asociación de Becas Técnicas del Extranjero (AOTS) de Japón, seleccionaron finalmente 20 participantes, que representaban a organizaciones como la Comisión de Ingeniería Forestal de Guyana, Conservación Internacional, Dirección General de Tributos de Guyana, Conservación de Tortugas de Mar de Guyana y varios municipios locales. El profesor del curso fue el Sr. Shoji Motegi de Yamaha Motor (YMC), Japón, y el lugar las instalaciones de Mings Products & Services Ltd. (MPS), el importador de productos marinos Yamaha en Georgetown. El curso empezó con una ceremonia de inauguración que tuvo al Sr. Hans Barrow, Consul General Honorario de Japón, como conferenciante invitado. Al final del curso de 5 días de duración, todos los participantes que lo completaron con éxito recibieron el certificado de la AOTS, que está reconocido internacionalmente.

Enviado por Siroj Persaud, MPS Guyana

Middle East

Japan trip is incentive for top Middle East sales reps

A total of nine sales representatives from distributors and dealerships of Yamaha WaveRunners in the six Middle Eastern countries of Bahrain, Kuwait, Lebanon, Qatar, Turkey and the UAE made a trip to Japan where they visited the Yamaha Marine Co., Ltd. (former Sunshine Industries) factory and the YMC headquarters and Communication Plaza in Iwata on October 9.

The sales representatives were invited to Japan by YMC's Water Vehicle Marketing Div. and given awards in recognition of their outstanding results in a 2003 season WaveRunner sales contest for the Middle East region and their resulting contribution to sales in their respective countries. Thanks to the popularity of marine leisure in the Middle East in recent years, WaveRunner sales have been expanding.

At YMC headquarters, Yamaha representatives expressed thanks to the sales representatives, who have been directly responsible for putting products in customers' hands and all parties promised to work even harder to



*The sales representatives from the Middle East who were invited to Japan
Representantes de ventas de Oriente Medio invitados a Japón*

increase WaveRunner sales in the future.

From Hirotaka Itakura, WV Operations, ME Company, Japan

El viaje a Japón premia a los mejores representantes de ventas de Oriente Medio

Nueve representantes de WaveRunners Yamaha en 6 países de Oriente Medio (los

Oriente Medio

EAU, Bahrain, Kuwait, Qatar, Líbano y Turquía) visitaron la fábrica de Yamaha Marine Co., Ltd., la sede de YMC y la Communication Plaza.

Estos representantes que hicieron importantes contribuciones a las ventas, fueron invitados a YMC como parte del concurso de ventas de WaveRunners de la temporada 2003, donde fueron reconocidos oficialmente. En Oriente Medio, gracias a la popularidad de la motonáutica, las ventas de

WaveRunner han ido en aumento en los últimos años.

En la reunión, los representantes de Yamaha expresaron su agradecimiento a los representantes de ventas que han sido responsables de poner los productos en manos de los clientes y todos prometieron trabajar aún más para incrementar las ventas en el futuro.

Enviado por Hirotaka Itakura, Operaciones WV, Compañía ME, Japón

Yamaha outboards chosen for "Formula Future" youth boating program

The Ministry of Youth and Sports of Malaysia has just launched a program to introduce youth people between the ages of eight and 18 to motorboating and the sport of motorboat racing, and Yamaha 8hp and 15hp four stroke outboards have been chosen to power the rigid inflatable boats (RIBs) used in the program.

Malaysia is a country that is getting big on racing and hosts rounds of the F1 car, MotoGP and F1 Powerboat world championship series. One of the aims of the recently launched "Formula Future" youth boating program is to get more youth involved in boat racing at the grass roots level with the hope of eventually fast-tracking young Malaysians into international powerboat racing careers.

The program also hopes to educate Malaysian youths on basic seafaring, maintenance of boats and engines, boat mechanics, first aid, racing procedure, water safety and more.

The program was introduced by UIM (Union International Motonautique) in Europe and was

developed by H2O Sports in line with local requirements.

From Takashi Maehara, Regional Office (Marine), Malaysia

Los fuerabordas Yamaha elegidos para el programa juvenil "Fórmula Futura" del Gobierno

El Ministerio de Juventud y Deportes de Malasia acaba de lanzar un programa para introducir a jóvenes entre 8 y 18 años de edad a la navegación y a las carreras con lanchas a motor, y los fuerabordas de 4 tiempos Yamaha de 8 y 15 caballos han sido elegidos para propulsar las lanchas inflables rígidas usadas en este programa.

Malasia es un país muy aficionado a las carreras y es sede de pruebas de Fórmula 1, del Mundial de Motociclismo y del Campeonato

Mundial F1 de lanchas a motor. Uno de los objetivos del programa "Fórmula Futura" recién presentado es hacer que más jóvenes malayos participen en carreras de lanchas motorizadas a nivel básico con la esperanza de que, en el futuro, disputen carreras internacionales. El programa también espera enseñar a los jóvenes malayos los elementos básicos de la navegación, el mantenimiento de las lanchas y los motores, la mecánica de las lanchas, primeros auxilios, reglas de carrera, seguridad en el agua y otros.

El programa fue iniciado por la Unión Internacional de Motonáutica (UIM) en Europa, y fue desarrollado por H2O Sports conforme a las exigencias locales.

Enviado por Takashi Maehara, Oficina Regional (Marina), Malasia.



The Minister of Youth and Sports, Mr. Datuk Hishammuddin Hussein, himself was on hand at the program's launch ceremony. M. Datuk Hishammuddin, le ministre de la Jeunesse et des Sports, était présent à la cérémonie du lancement du programme.

Big government order for Yamaha outboards

The Yamaha Distributor for the Philippines, ALS Marine Center, has just supplied 50 units of Yamaha's reliable Enduro outboard motor model E40J to the National Disaster Coordinating Council - Department of National Defense on October 3, 2003. These outboard motors will be mounted on 10-man capacity inflatable boats to be distributed to the different government rescue agencies and municipalities in the country. These boats will be used mainly during floods, sea calamities and other rescue operations. ALS Marine Center has been supplying ALS Boats and Yamaha outboard motors to various government agencies in the Philippines for years and this latest order is proof of the trust these agencies place in Yamaha quality and after-service.

From Cristina T. Supangan, Sales & Marketing, ALS Marine Center, Philippines



ALS Marine delivers a government order of 50 Yamaha Enduro 40hp outboards. ALS Marine entrega un pedido estatal de 50 fuerabordas Yamaha Enduro de 40 cv.

Gran pedido estatal de fuerabordas Yamaha

El 3 de octubre de 2003, ALS Marine Center, el distribuidor filipino de Yamaha, suministró 50 motores fueraborda Enduro del modelo E40J al Consejo Nacional para la Coordinación de Catástrofes del Departamento de Defensa Nacional. Estos fuerabordas se instalarán en lanchas inflables para 10 personas y se distribuirán entre las diferentes agencias estatales de rescate y los municipios del país. Las lanchas se usarán principalmente en inundaciones, desastres marítimos y diversas operaciones de rescate y salvamento. ALS Marine Center ha venido suministrando lanchas ALS y fuerabordas Yamaha a distintas agencias estatales filipinas durante años y este último pedido prueba la confianza que estas agencias tienen en la calidad y servicio

post-venta de Yamaha.

Enviado por Cristina T. Supangan, Ventas y Marketing, ALS Marine Center, Filipinas

News Round-up

Australia

YMA makes big splash with marine product launch

Yamaha Motor Australia Pty. Ltd. (YMA) scored a first when it invited Oceania's journalists to sample the latest F150A four-stroke outboard motor on four different boats. Marine journalists were flown to Stradbroke Island, off the Queensland coast, to test this ground-breaking four cylinder, 16-valve DOHC motor mounted on popular boat models from four different brands.

In addition, YMA provided the HPDI 2-stroke model Z300A VMAX for tests on another boat. Two WaveRunners, the FX140 Cruiser and GP1300R, were also available for the journalists to test ride.

The Couran Cove marine product launch coincided with the announcement of Ally Craft, Sea Jay and Haines Hunter boat manufacturers as new Yamaha packaging partners. Ideal weather meant that testers could put all the boats and motors through their paces in a sheltered stretch of water and all came away impressed with the quietness, smoothness and across-the-range performance of the F150A and the raw power of the Z300A VMAX.

Oceania is the only market that has chosen to brand all the HPDI motors, including offshore Bluewater models under the VMAX name. These exciting new outboards will further consolidate Yamaha's position as number one brand in the region.

From Sean Hawker, YMA, Australia



YMA marine product launch at Couran Cove, QLD
Presentación de productos náuticos YMA en Couran Cove, QLD



F150A tested on a Cruise Craft 55
El F150A probado en una Cruise Craft 55

YMA causa gran revuelo con su presentación de productos náuticos Yamaha

Yamaha Motor Australia Pty. Ltd. (YMA) se apuntó un buen tanto al invitar a periodistas de Oceanía a probar el más moderno fueraborda F150A de cuatro tiempos en cuatro lanchas diferentes. Los periodistas náuticos fueron trasladados en avión a la isla de Stradbroke, en la costa de Queensland, para probar este innovador motor DOHC tetra cilíndrico de 16 válvulas instalado en lanchas populares de cuatro marcas distintas.

Además, Yamaha suministró el modelo Z300A VMAX de 2 tiempos HPDI para probarlo en otra lancha. Los periodistas dispusieron también de dos WaveRunners, el crucero FX140 y el GP1300R para realizar con ellos pruebas de conducción.

La presentación en Couran Cove coincidió con el anuncio de que los fabricantes de lanchas Ally Craft, Sea Jay y Haines Hunter son los nuevos socios Yamaha en embalaje de productos náuticos.

El tiempo magnífico ayudó a que los asistentes pusieran a prueba lanchas y motores y a todos causó una gran impresión las enormes prestaciones y lo suave y silencioso que es el F150A, así como la potencia bruta del Z300A VMAX.

Oceania es el único mercado que ha elegido poner todos los motores HPDI, incluyendo los modelos Bluewater, bajo la marca VMAX. Estos nuevos y emocionantes fuerabordas consolidarán la posición de Yamaha como marca número uno en la región.

Enviado por Sean Hawker, YMA, Australia

Japan

Outboard motor test drive event "Yamaha 4-stroke Fair"

The "Yamaha 4-stroke Fair," an exhibition and test drive event for Yamaha 4-stroke outboard motors, was held on August 23 and 24 at Hiroshima Kanon Marina in Hiroshima prefecture. Environmental awareness is high in Japan and many makers in the motor industry are self-restricting their exhaust gas emissions at a time when user interest in 4-stroke outboard motors is high. The event drew many visitors from all over western Japan eager to experience for themselves the performance of the Yamaha 4-stroke outboard motors. This display and test drive event featured a wide lineup of 4-stroke outboards, including the popular new model F150A, installed on a total of 17 boats of various types. Events featuring new models of boats are held regularly all over Japan, but an event of this scale in which outboard motors are the main attraction is rare. There were many customers impressed with the absence of exhaust smoke and the quietness



The 4-stroke outboard test-ride event was held on a grand scale
La prueba de manejo del fueraborda de 4 tiempos tuvo gran repercusión

of the 4-stroke motors, and as some local dealers said, "This event will be great to persuade customers who want a 4-stroke but are uncertain about the performance or whether their boat can mount one."

La Feria del 4 tiempos Yamaha

La "Feria del 4 tiempos Yamaha", una exposición con pruebas de manejo de los

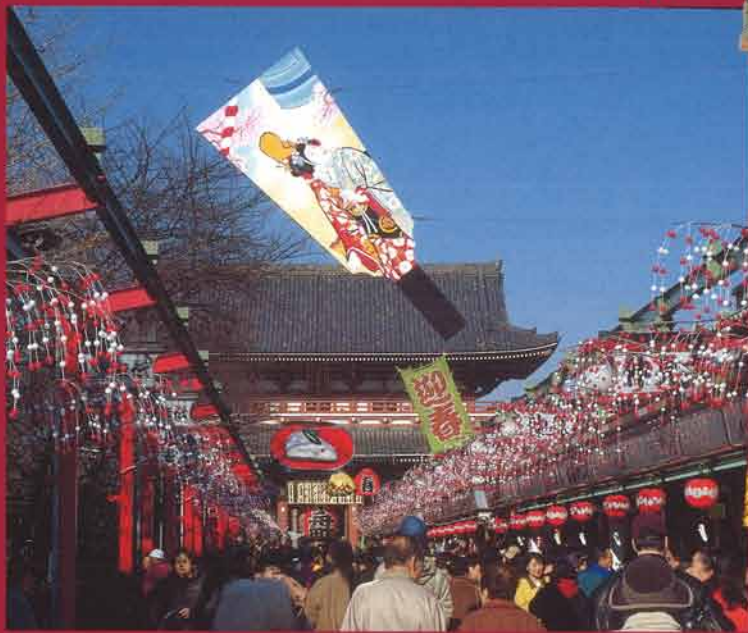
Japón

fuerabordas de 4 tiempos Yamaha, se celebró el 23 y 24 de agosto en el puerto deportivo Hiroshima Kanon de la prefectura de Hiroshima. En Japón el público es muy consciente de la necesidad de preservar el medio ambiente y por ello muchos fabricantes de motores están restringiendo sus emisiones de gases de escape ahora que crece el interés de los usuarios por los fuerabordas de 4 tiempos. La feria atrajo a numerosos visitantes de todo el oeste de Japón ansiosos de ser testigos directos del rendimiento de estos motores. La exposición incluyó una amplia gama de modelos de 4 tiempos, entre ellos el nuevo y popular F150A instalado en 17 lanchas de distintos tipos. En todo Japón se celebran con regularidad ferias para exponer nuevos modelos de lanchas pero eventos de esta magnitud en los que los fuerabordas son la principal atracción son raros. Muchos clientes quedaron impresionados por la ausencia de gases de escape y el silencio de estos motores y como dijeron algunos concesionarios locales "ferias así sirven para convencer a los clientes que quieren adquirir un 4 tiempos pero no están seguros de su rendimiento o no saben si pueden instalarlo en su lancha".



Shogatsu

The welcoming of a new year is an important day for all people. For proof of this, we need look no further than the wide variety of customs and traditions with which people of various religious and ethnic groups around the world celebrate this event. In Japan, the period at the beginning of the year is called "Shogatsu." During the 20th century, Japan transformed



itself into an ultramodern society, but during this time of year, time seems to stop as people in many areas return to old rituals or customs.

One example of this is "Hatsumode," or first shrine visit of the new year. Most Japanese have very little involvement with religion in their daily lives, but many visit the Shinto shrines during the new year to make offerings of coins and pray for safety and happiness in the coming year. Many women wear beautiful kimonos for this visit, which makes for a very vivid scene at the shrines.

Children most look forward to the "Otoshidama," or new year's present. This custom originated from the practice of making mochi rice cakes for an offering to the gods. A portion of the rice cake was kept for the family to be shared later. Today, it is simply a custom in which adult relatives give children small amounts of cash in special envelopes as presents.

A Japanese proverb says "Plan the Year on the First Day" which means that plans for the entire year should be made on the first day of the year. In business, the new year is a perfect opportunity to plan new challenges. What hopes and dreams do you have for 2004?

Shogatsu

Dar la bienvenida al año nuevo es muy importante. Y prueba de ello es la amplia variedad de costumbres y tradiciones con las que este acontecimiento es celebrado por personas de varios grupos étnicos y religiosos de todo el mundo.

En Japón, "Shogatsu" es la palabra que designa a las fiestas de los primeros días del año. Durante el siglo XX, Japón se transformó en una sociedad supermoderna pero en esta época del año el tiempo parece detenerse y

numerosas personas en muchas regiones vuelven a sus viejos rituales y costumbres.

Un ejemplo de ello es "Hatsumode", o la primera visita al santuario del nuevo año. La mayoría de los japoneses sienten poco interés por la religión en su vida diaria, pero muchos visitan los santuarios sintoístas durante el nuevo año para hacer ofrendas echando monedas y rezar por su seguridad y felicidad en el año que empieza. Muchas mujeres se ponen bellos kimonos y los santuarios se llenan de vivos colores y de gran gentío.

A los niños lo que más ilusión les hace es el "Otoshidama", o el regalo del año nuevo. Esta costumbre tiene sus orígenes en la práctica de hacer mochi (pastelillos de arroz glutinoso) como ofrenda a los dioses. Parte de los pastelillos se guardaba para la familia y se compartía más tarde. Hoy en día es sencillamente una costumbre en la que los adultos de la familia dan a los niños pequeñas cantidades de dinero en sobres especiales como si fuera un regalo.

Un proverbio japonés dice: "Planifica el año el primer día", lo que significa que los planes para todo el año deben hacerse el primer día de enero. En los negocios, el nuevo año es la oportunidad perfecta para preparar nuevos desafíos. ¿Qué esperanzas y sueños tiene Ud. para 2004?

From the Chief Editor

I went to the 37th Tokyo Motor Show the other day and listened to our company President, Mr. Hasegawa, speak at the press briefing before the opening of the Yamaha booth. He stressed the fact that we are a global company with the mission of "bringing new *kando* (excitement and deep satisfaction) and a more fulfilling life to people all over the world." To do this, he said, we will continue our efforts to deepen communication with people in all regions of the world so that we can build products that truly touch the hearts of people in the different cultures and meet the unique needs of the different countries' markets, and always with environmental friendliness as a vital premise.

I want to help make *Chantey* a vehicle for deepening this kind of communication among people of different cultures and nationalities around the world, and to do this I look forward to your input and to meeting people like you in my travels to the different markets where Yamaha products are used and loved.

Write to me by mail, fax or e-mail at:
<murakami@yamaha-motor.co.jp>

Hiroyuki Murakami, Chief Editor of *Chantey*



Del redactor jefe

El otro día fui al 37º Salón del Automóvil de Tokio y escuché las palabras del Sr. Hasegawa, director gerente de nuestra empresa, en la conferencia de prensa previa a la inauguración del stand de Yamaha. Hizo hincapié en el hecho de que somos una empresa global con la misión de "llevar *kando* (emoción y profunda satisfacción) y una vida más satisfactoria a todo el mundo". Para ello, dijo, seguiremos con nuestros esfuerzos por aumentar la comunicación con personas en todas las regiones del mundo y poder así crear productos que lleguen realmente al corazón de la gente en culturas diferentes y satisfagan las necesidades concretas de los distintos mercados, teniendo siempre como premisa esencial el respeto y protección del medio ambiente. Quiero que *Chantey* sirva como medio para profundizar en esta comunicación entre personas de diferentes culturas y nacionalidades de todo el mundo y, para ello, espero contar con su colaboración y encontrarme con gente como usted en mis viajes por los diversos mercados donde se usan y se aprecian los productos Yamaha.

Escribarnos por carta, fax o correo electrónico a:
<murakami@yamaha-motor.co.jp>

Hiroyuki Murakami, redactor jefe de *Chantey*

Beautiful Waters, Forever

Aguas hermosas para siempre

In 1990, Yamaha Motor set for itself the goal of reducing the amount of packaging material it used in packing and crating its products in half by the year 2000. Since then, the company has devoted great efforts to the study of methods to achieve minimum packaging and ways to reduce the use of Styrofoam in product crating. In these ten years, we succeeded in reducing the volume of packaging material for Yamaha outboard motors by 57% to an average of just 0.091 cubic meters. Under YMC's new environmental policies, our goal is to reduce this further to just 30% of the 1990 level by the year 2010.

During the same ten year period, we have worked to shift to the use of more easily reusable and recyclable crating materials like steel and cardboard, and in the process we have reduced the ratio of wood and Styrofoam in our crating materials by 70%.

As a result of these efforts, the all-cardboard crating design for 25 and 30 hp Yamaha outboard motors submitted by Yamaha Marine Co., Ltd. (then Sanshin Industries) won the "World Star 2000" award in the industrial category of the World Packing Contest. This award not only cited Yamaha as the first maker in the industry to devise an all-cardboard

packing system—which in the past had been limited to smaller models—for outboards of this mid-size class that weigh over 70 kg, but

also recognized the advanced design of the system from the standpoints of work efficiency, disposal and environmental concerns.

Meanwhile, Yamaha's efforts to lessen the environmental impact of packing for its export motorcycles has led to a shift toward the use of steel crating pallets that can be folded up and returned for reuse. These steel pallets are already being used regularly by Yamaha in certain export markets.

At Yamaha, we are concerned about preserving the global environment, not only through lessening the impact of our products and manufacturing processes but also by reducing the amount of waste and boosting recycle-ability in the packaging we use.

En 1990, Yamaha Motor se propuso reducir a la mitad la cantidad de material usado para embalar sus productos, fijándose como meta el año 2000. Desde entonces, la empresa ha dedicado grandes esfuerzos a estudiar métodos de reducir los materiales y la espuma de estireno usados para embalar sus productos. En estos diez años se ha logrado reducir el volumen de los materiales usados para embalar los fuerabordas Yamaha en un 57%, usándose actualmente tan sólo 0,091 metros cúbicos. Bajo la nueva política medioambiental de la compañía, el objetivo es reducir aún más esta cifra y llegar al 30% del nivel de 1990 en el año 2010.

Durante estos mismos diez años hemos pasado a utilizar materiales de embalaje más fácilmente reutilizables y reciclables como acero y cartón y, en este proceso, hemos reducido en un 70% la proporción de madera y espuma de estireno en el embalaje.

Por todo ello, el diseño "todo cartón" del embalaje de los fuerabordas Yamaha de 25 y 30 caballos presentado por Yamaha Marine Co., Ltd. (por aquel entonces Sanshin Industries) ganó el premio "World Star 2000" en la

categoría industrial del Festival Mundial del Embalaje. Este premio no sólo nombraba a Yamaha como el primer fabricante

de la industria en crear un embalaje totalmente hecho de cartón para fuerabordas de tamaño medio con más de 70 kilos—hasta entonces limitado a modelos más pequeños—sino que también reconocía el avanzado diseño del embalaje desde el punto de vista de la eficiencia del trabajo, de su eliminación y de la repercusión en el medio ambiente.

Mientras tanto y para reducir el impacto medioambiental del embalaje de sus motocicletas, Yamaha ha pasado a utilizar bases de acero plegables reutilizables. Estas bases ya se usan con frecuencia en varios mercados de exportación.

En Yamaha estamos comprometidos en la preservación del medio ambiente global no sólo disminuyendo el impacto de nuestros productos y procesos de fabricación, sino también reduciendo la cantidad de materiales de desecho y aumentando su reciclaje en los embalajes empleados.

Minimal Packaging, an Important Green Goal

Mínimo embalaje: un importante objetivo ecológico

Cardboard packing system
Sistema de embalaje en cartón



Easily reusable and recyclable
Fácilmente reciclable y reutilizable

