

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

2004 No. 107

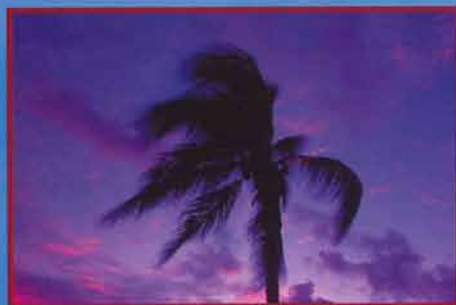
NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

ENGLISH/SPANISH VERSION

**Yamaha Products at
Caribbean Resorts**
*Los productos Yamaha en hoteles
y centros turísticos del Caribe*

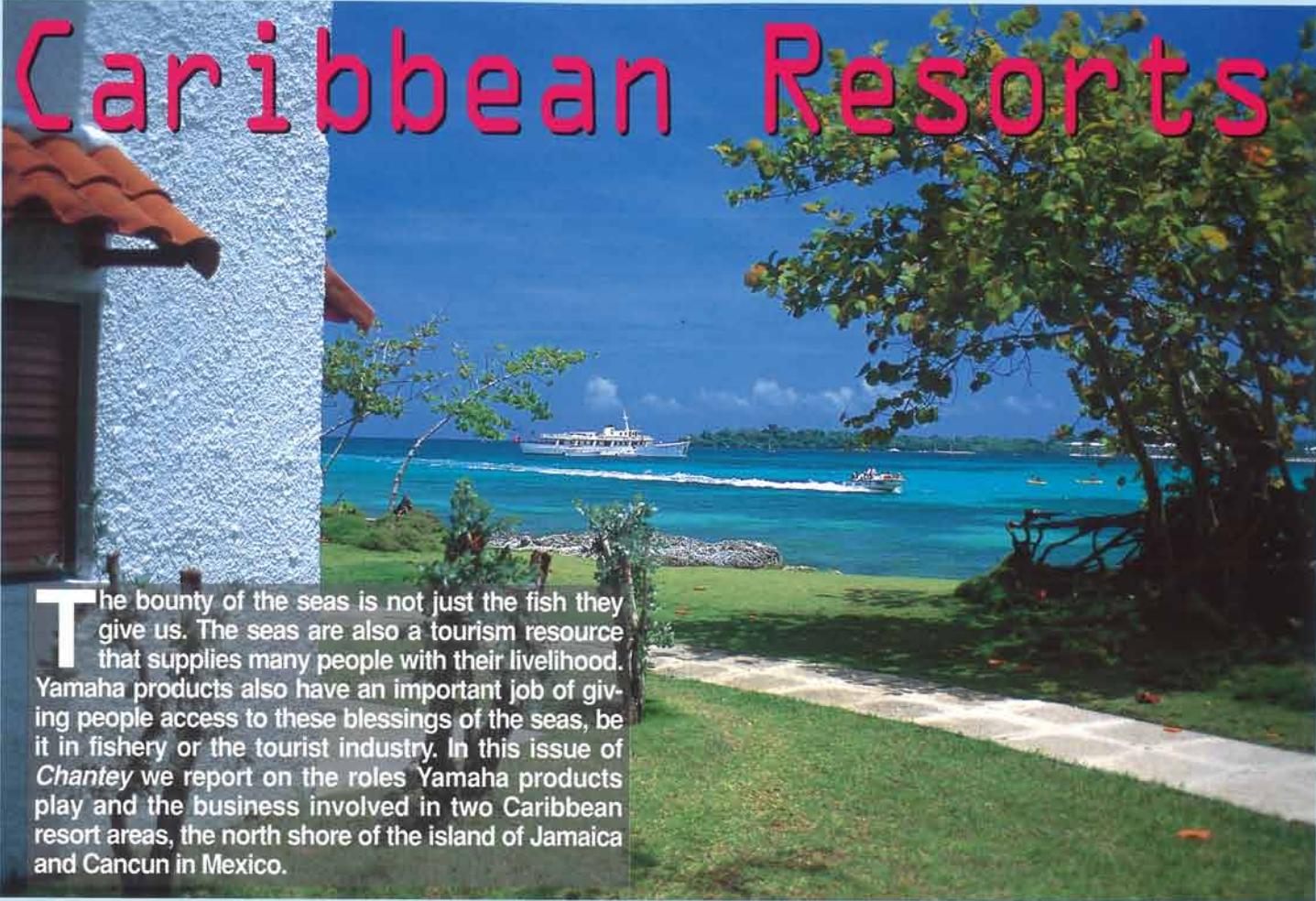


Yamaha Products at




Los productos Yamaha en hoteles

Caribbean Resorts



The bounty of the seas is not just the fish they give us. The seas are also a tourism resource that supplies many people with their livelihood. Yamaha products also have an important job of giving people access to these blessings of the seas, be it in fishery or the tourist industry. In this issue of *Chantey* we report on the roles Yamaha products play and the business involved in two Caribbean resort areas, the north shore of the island of Jamaica and Cancun in Mexico.



La abundancia y generosidad de los mares no está sólo en el pescado que nos proporciona. El mar es también fuente de turismo y medio de vida para mucha gente. Los productos Yamaha han contribuido enormemente a que muchas personas accedan a los dones de los mares, ya sea con la pesca o en el sector turístico. En este número de *Chantey* les presentamos la función que cumplen los productos Yamaha y las actividades que se llevan a cabo en dos zonas turísticas del Caribe: la costa norte de la isla de Jamaica y Cancún en México.

y centros turísticos del Caribe

Jamaica's Exclusive Hotels and Yamaha Case 1

The Caribbean archipelago nation of Jamaica is famous for its tourist industry, with first-class resort hotels concentrated along its north shore from Runaway Bay and Montego Bay to Negril at the island's westernmost point. Building the business of supplying these resorts with Yamaha products is the distributor Yamaja, with its head offices in the capital, Kingston.

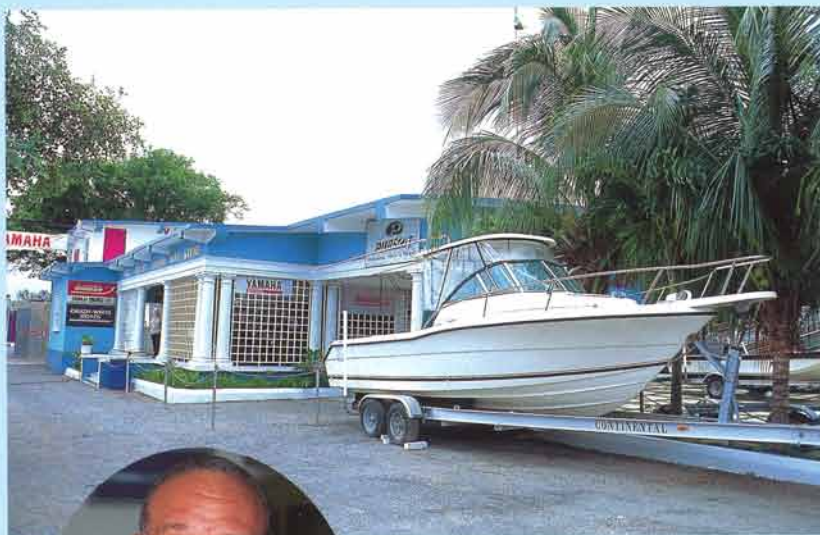
Winning customers with high-quality after-sale service

Yamaja was founded in 1979 by its present President, Mr. Phillip A. S. Samms, and his father, Hubert O.S. Samms, the present Chairman. At that time, the company's main target customers were commercial fishermen, and that remains true today. Presently, 60 ~ 70% of the company's sales are in Enduro outboard models for the fishing industry. The prospects looked good in this sector thanks to duty-free import for fishery-use outboards and aid from the Japanese government, and Mr. Samms was certain the business would grow. The other pillar the company built its business on was the supply of

products to the tourist hotels, an industry that began to grow strongly in the 1980s, bringing a steadily increasing amount of business to Yamaja.

When *Chantey* asked President Samms about his main business policies in promoting the resort sector business, he cited three: (1) engine and boat package sales, (2) training private mechanics to service Yamaha products and (3) maintaining a full stock of parts to enable rapid service response. All three of these contribute to quality after-sale service.

Says Mr. Samms, "Some of the resort hotels import their outboard motors directly from the U.S. But, they are realizing it is actually



Yamaja also imports a wide range of boats
Yamaja también importa una amplia gama de lanchas



Yamaja's President, Mr. Phillip A. S. Samms
Phillip A. S. Samms, director gerente de Yamaja



The resorts of Runaway Bay receive rapid service response from well-trained private mechanics
Los hoteles de la bahía de Runaway reciben rápida respuesta a sus necesidades por parte de expertos mecánicos privados



In the commercial fishery business as well, high-quality after-sale service is the key
También en el sector de la pesca comercial es clave tener un servicio post-venta de gran calidad

Los lujosos hoteles de Jamaica y Yamaha Caso n°1

La isla caribeña de Jamaica es famosa por su industria turística, de la que son parte esencial sus hoteles de primera clase situados a todo lo largo de la costa norte desde las bahías de Runaway y Montego hasta Negril, en el extremo occidental del país. La responsabilidad de suministrar los productos Yamaha a estos hoteles turísticos recae en el distribuidor Yamaja, con sede en la capital, Kingston.

Ganar clientes con servicio post-venta de alta calidad

Yamaja fue creada en 1.979 por su actual director gerente Phillip A. S. Samms y su padre Hubert O.S. Samms. Por aquel entonces, los principales clientes de la empresa eran pescadores comerciales, lo que hoy todavía es cierto. Actualmente, el 60-70% de las ventas de la compañía son fuerabordas Enduro para el sector pesquero. Las perspectivas de este sector parecen buenas gracias a la importación libre de impuestos de fuerabordas para la pesca y de las ayudas del gobierno japonés. Samms, por su parte, se muestra muy confiado en su crecimiento. El otro pilar en el que se asienta la empresa es el suministro de productos a los hoteles turísticos, un sector que empezó

a crecer fuertemente en los años 80, lo que supuso un negocio en constante aumento para Yamaja.

Cuando *Chantey* preguntó al director gerente Samms sobre sus principales políticas empresariales en la promoción de las actividades en este sector, nombró tres: (1) ventas conjuntas de motores y lanchas, (2) instrucción a mecánicos privados para que realicen el mantenimiento de los productos Yamaha y (3) existencia de un completo stock de piezas para hacer posible un mantenimiento rápido. Estos tres puntos contribuyen a la calidad del servicio postventa.

Afirma el Sr. Samms: "Algunos de los hoteles importan sus fuerabordas directamente de EE.UU., pero se están dando cuenta ahora que les resulta más conveniente comprárnoslos a nosotros aquí en

more convenient for them to buy from us here in Jamaica. We handle many U.S. boat brands and we can offer them package deals of these boats and Yamaha outboards that can even include a trailer. Of course, they will also get a warranty and thorough after-service if they buy from us."

About his company's service he says, "There are also dealers of the other outboard motor makers here in Jamaica, but they don't have a service network. So, they can't supply good service. We now have nine free-lance mechanics with advanced service skills. We have given them good training and Yamaha service manuals. And they know they can come to us and buy parts quickly and at a discount."

He goes on to talk about the importance of parts supply. "We keep a complete stock of parts that lets us service even models from 25 years ago. This is a big reason why customers stay with the Yamaha brand. They know we will have the parts they need, and that is a big sales point. And we have good mechanics, so they are willing to pay good money to keep their outboards running." These sales points have the same appeal in both the resort and commercial fishing markets.

The outboards professionals trust



Chantey visited two resorts to see how Yamaha products are being used, the Hedonism III resort at Runaway Bay on the north shore and the Grand Lido at Negril on the west coast, known for its beautiful sunsets.

Both of these hotels run on an "all inclusive" system where the costs of everything from the hotel room and meals to drinks at the bar and marine activities like diving and water skiing are all included in the hotel fee. That is why you will find little use of personal watercraft at Jamaica's deluxe resort hotels. The cost of providing an instructor for each guest and the fuel costs involved do not fit the all-inclusive rate system. So PWC

Jamaica. Trabajamos con muchas marcas de lanchas estadounidenses y podemos ofrecerles ventas conjuntas de estas lanchas y fuerabordas Yamaha que pueden incluir hasta remolque. Y naturalmente gozarán de nuestra garantía y de un completo servicio postventa si compran aquí". Sobre el servicio técnico de su empresa, nos dice: "Hay también concesionarios de otras marcas aquí en Jamaica, pero no tienen red de servicio. Así que no pueden ofrecer buen mantenimiento. Ahora tenemos nueve mecánicos por cuenta propia con experiencia y conocimientos. Les hemos dado una buena preparación, así como los manuales de servicio Yamaha. Y saben que pueden dirigirse a nosotros y comprar rápidamente aquí piezas con descuento."

Continúa hablándonos de la importancia del suministro de piezas: "mantenemos un completo stock de piezas que nos permiten hacer el mantenimiento de modelos de incluso hace 25 años. Esta es la principal razón por la que los clientes permanecen con la marca Yamaha. Saben que aquí tienen las piezas que necesitan y éste es un buen argumento de venta. También tenemos buenos mecánicos, por lo que están dispuestos a pagar lo necesario para mantener en buen estado sus fuerabordas". Esta política de ventas se aplica con éxito tanto en el sector turístico como en el de la pesca comercial.

Los fuerabordas en los que confían los profesionales

Chantey visitó dos hoteles para ver cómo se usan los productos Yamaha, el Hedonism III en la bahía Runaway, en la costa norte, y el Grand Lido en Negril en la costa oeste famosa por sus bellas puestas de sol.

Los dos hoteles practican el sistema "todo incluido", en el que los costes de, por ejemplo, habitaciones, comidas, bebidas en el bar y actividades náuticas como submarinismo y esquí náutico, están todos incluidos en el precio del hotel. Por eso no encontrará muchas motos náuticas en los lujosos hoteles jamaicanos. El coste de proporcionar un instructor para cada cliente y los costes de combustible no son

Yamaja's Service Manager, Peter McGhie Peter Mc Ghie, director de servicio técnico de Yamaja

The vital role of service

As service manager, my responsibility is to operate the workshop and perform maintenance, engine servicing and rig boats. Because of the limited size of our workshop, I have helped private mechanics get the training they need, and recently we have helped some set up shops of their own. I teach them to put together a set of quality Yamaha Basic Tools and maintain them well. In some markets this might seem like common sense, but in Jamaica even this is a big step forward. It is not an easy job to get good, qualified mechanics who have a good educational background and can do the report writing, correspondence, read the parts catalogs, service manuals, fill out the warranty claim forms and such. This is what I am working on now.

My job is not a difficult one because people know our workshop is here and if they bring their products in we will fix them. They also trust us



because we have been in this business for 30 years. During that time, other competitors have come into the market but our customers have continued to put their trust in us.

I enjoy working with Yamaha. The products themselves are good, so they are easy to work with. Also, the people who work for Yamaha are all cooperative, which makes my work easier as well. The Yamaha support system is very, very good.

La vital importancia del servicio técnico

Como director de servicio técnico, mi responsabilidad es hacer funcionar el taller, efectuar el mantenimiento, revisar los motores, y equipar lanchas. Debido al reducido tamaño de nuestro taller, procuro que los mecánicos privados reciban la instrucción que necesitan y, recientemente, les animo a establecer sus propias tiendas. Les enseño a reunir un juego de herramientas básicas de calidad y mantenerlas en buen estado. En ciertos mercados puede que esto sea algo natural, pero en Jamaica representa un gran paso adelante. No es fácil conseguir mecánicos buenos y cualificados, que tengan una buena formación, puedan escribir informes, se encarguen de la correspondencia, lean los catálogos de las piezas y los manuales de servicio, y rellenen los formularios de las garantías. De todo ello me ocupo ahora.

Mi trabajo no es muy difícil porque la gente sabe que aquí está nuestro taller y que si traen sus productos nos ocuparemos de ellos. También confían en nosotros porque llevamos 30 años en este negocio. Durante este tiempo, otros competidores se han establecido aquí pero nuestros clientes continúan confiando en nosotros.

Me encanta trabajar con Yamaha. Sus productos son buenos, así que es fácil trabajar con ellos. Y la gente de Yamaha está siempre dispuesta a cooperar, lo que facilita aún más mi tarea. Este sistema de apoyo que tiene Yamaha es excelente.

compatibles con el sistema de estos hoteles. Así que el alquiler de motos náuticas a los operadores del sector turístico es un mercado diferente al de los hoteles.

Por el contrario, los pasatiempos náuticos que ofrece el hotel y que son más populares entre sus clientes son submarinismo, buceo con esnórkel, esquí náutico y navegación en lanchas. Yamaja suministra fuerabordas Yamaha para las lanchas que los hoteles usan en estas actividades.

Hablamos con Alroy Hall, uno de los capitanes de las lanchas de buceo en el Hedonism III. "Creo que este Yamaha es el mejor motor que he instalado. Tiene un mejor rendimiento y dura más. En conjunto

rental operators are a different market from the hotels. Meanwhile, the popular marine pastimes for guests at these resort hotels are the scuba diving, snorkeling, water skiing and day-cruise boating they offer. Yamaja supplies Yamaha outboard motors for the boats the hotels operate for these activities.

We spoke to Mr. Alroy Hall, who is one of the diving boat captains at the Hedonism III. "I think this Yamaha is the best engine ever installed on the boat. It gives better performance, and lasts longer. Everything about it is good." Mr. Erwin Caine, who is the marine sports manager at the Grand Lido, also puts his trust in Yamaha outboards. "Yamaha outboards have collared the entire water sports industry in Jamaica. Just about any kind of water sports today, if you look at it, you will see Yamaha. That proves a lot. I have 15 years'



The Hedonism III hotel in Runaway Bay and the Grand Lido in Negril both provide marine sports to their guests on an all-inclusive basis. Los hoteles Hedonism III en la bahía de Runaway y en el Grand Lido, ambos en Negril, ofrecen a sus clientes deportes náuticos cuyo coste está incluido en el precio total del hotel

es muy bueno". Erwin Caine, uno de los directores de deportes náuticos en el Grand Lido, también confía en los motores Yamaha. "Los fuerabordas Yamaha se han apropiado del sector de los deportes náuticos en Jamaica. En cualquier deporte de este tipo hoy día, si miras, verás Yamaha. Es una buena prueba de su dominio. Tengo 15 años de experiencia en deportes náuticos y en el arte de la navegación. He sido propietario de varias lanchas y, en cuanto a durabilidad, Yamaha no tiene rival".



Comentarios como éstos son prueba evidente de la calidad de los fuerabordas Yamaha, pero tanto o más importantes son los esfuerzos de los empleados de Yamaja por mantener satisfechos a sus clientes. El Sr. Caine continúa: "Tenemos una relación muy buena con la oficina de Yamaja en Kingston, desde el propietario hasta los representantes de ventas. El encargado de marketing viene por aquí

experience in the water sports industry and seamanship. I have owned boats and as far as durability is concerned, Yamaha is the way to go."

Comments like these certainly offer well-founded proof of the quality of Yamaha outboards, but even more important has been the efforts of the people at Yamaja in keeping their customers satisfied.

Mr. Caine goes on to say that, "We have such a great relationship with the Yamaja office in Kingston, from the owner to the sales rep. The marketing rep comes once a week to find out what we need and make sure that the products are working as they should." He does admit, however, that he wishes the speed of repairs could be improved. But he adds that, "Yamaja has just announced that they will hold a service training course, and I plan to take their course."

Resort hotels like these are starting to look to the 4-stroke outboards as the engines of the future. The hotel where Mr. Caine works is a certified "Green Globe" hotel that is concerned about its responsibility for protecting the environment. They have begun to consider switching to 4-strokes for environmental reasons, and Mr. Caine expects that a full-fledged switch will be upcoming in three to five years.



Mr. Erwin Caine is marine sports manager at the Grand Lido. Erwin Caine, director de deportes náuticos del Grand Lido

Mr. Alroy Hall is a diving boat captain at the Hedonism III. Alroy Hall, capitán de lanchas de buceo del Hedonism III



una vez a la semana para ver lo que necesitamos y asegurarse de que los productos funcionan bien". Pero también nos dice que desearía que mejorara la rapidez de las reparaciones. Y añade para finalizar: "Yamaja acaba de anunciar que celebrará un curso de servicio técnico y ya me he apuntado para asistir".

Hoteles como éste están empezando a considerar los fuerabordas de 4 tiempos como los motores del futuro. El hotel en el que trabaja el Sr. Caine tiene la certificación "Globo Verde", lo que prueba su responsabilidad y compromiso con la protección del medio ambiente. Ya han pensado en cambiar a los 4 tiempos por razones medioambientales y el Sr. Caine espera que el cambio se termine en los próximos tres a cinco años.

Yamaja's Sales & Marketing Manager, Kevin Haynes

The important thing is keeping in touch

I have been at this job for four years. During this time our relationship with the hotels on the north coast has been developing well. I think this is because of the one-to-one relationships we have built. Our Service Manager, Peter, doesn't have enough time to spend interacting with the staff at all the hotels, so I come in with the interaction. I work to build trust in the Yamaha products.

I basically try to treat our customers as well as possible. I visit them regularly and keep in touch by phone. If they need something urgently I bring it myself rather than sending it by courier. That helps built their trust in us. This is the key.

You have to be patient in this job. Sometimes it takes a month or so before a hotel will make a decision to buy a product, sometimes a year. So patience is very important. No matter what, I keep in touch with them regularly. Sometimes I call them just to ask, "How are you feeling? Are you OK?" It takes effort, but I enjoy my job.



Kevin Haynes director de ventas y marketing de Yamaja

Lo importante es estar en contacto

Trabajo en este trabajo desde hace cuatro años. Durante todo este tiempo nuestra relación con los hoteles de la costa norte ha sido excelente, en parte, creo, por las relaciones que hemos establecido con ellos. Nuestro director de servicio técnico Peter no tiene mucho tiempo para relacionarse con el personal de todos los hoteles, así que de esto me encargo yo. Trabajo para crear confianza en los productos Yamaha.

Básicamente, intento tratar a los clientes lo mejor que puedo. Los visito con regularidad y mantengo contacto telefónico con ellos. Si necesitan algo urgentemente voy a entregárselo yo mismo en vez de enviarlo por correo. Así consigo que aumenten su confianza en nosotros. Esto es muy importante.

En este trabajo tienes que aprender a tener paciencia. A veces pasa un mes antes de que el hotel se decida a comprar el producto, o incluso un año. Así que es muy importante no tener prisa.

Pase lo que pase, mantengo contacto con ellos periódicamente. Y a veces los llamo simplemente para preguntarles: "¿Cómo están? ¿Están bien? Hay que esforzarse, pero me encanta mi trabajo.

Shaun A.S. Samms

I want to change people's view of our service shop

I am not out to change our business structure in a big way, but I do want to change the general view people have of our service team and our shop. To do this I want to make people aware that our Yamaja facilities are the best in Jamaica. I am also trying to win new customers that are completely different from the ones our dealership has had up until now.

The secret to business success is building strong relationships with each individual customer, making sure they are satisfied and winning their trust. On a small island like Jamaica, word of mouth can be a very effective advertising tool. But we can't forget that bad reputations spread just as quickly as good ones.

My father has always had a very close relationship with Yamaha, and I want to be the same. Yamaha is a well-known and respected brand, but in business it is like one big family. I have great respect for the people and the system that build such high quality Yamaha products and I am very proud to be a part of the Yamaha family. That is why I will continue to try to do everything I can in my job.



Shaun A. S. Samms

Quiero cambiar la imagen de nuestra tienda de servicio

No deseo variar mucho la estructura de nuestro negocio pero sí me interesa cambiar la opinión general que la gente tiene de nuestro servicio técnico y de nuestra tienda. Para lograrlo me gustaría que el público supiera que las instalaciones de Yamaja son las mejores en Jamaica. Y también trato de ganar

nuevos clientes que sean completamente diferentes de los que, hasta ahora, han tenido nuestros concesionarios.

El secreto del éxito empresarial es establecer una firme y sólida relación con los clientes, asegurarse de que están satisfechos y ganarse su confianza. En una pequeña isla como Jamaica, la comunicación verbal puede ser una herramienta publicitaria muy efectiva pero no hay que olvidar que las malas reputaciones se extienden tan rápidamente como las buenas.

Mi padre ha tenido siempre una relación muy estrecha con Yamaha y yo quiero seguir haciendo lo mismo. Es una marca muy conocida, con una gran reputación y que, para los negocios, es como una gran familia. Tengo gran respeto por la gente y por el sistema que crea productos de tan alta calidad, y estoy muy orgulloso de formar parte de la familia Yamaha. Ésta es la razón por la que seguiré haciendo mi trabajo lo mejor que pueda.

Cancun's Most Popular Marine Sports Operator Case2

The marine resorts of Cancun on Mexico's Yucatan Peninsula face a beautiful mint blue Caribbean Sea. The mangrove-lined lagoons provide magnificent water playgrounds for all kinds of marine activities. The resorts here welcome a year-round stream of tourists from the U.S. and other countries, come to enjoy the sun and sea. Chantey visited the marine sports operator Aqua World, which offers tourists a wide range of marine activities from WaveRunner rentals and small-boat snorkeling tours to paragliding and sport fishing.

Keeping pace with customer needs

The resort hotels here in Cancun face the outer sea along a long, narrow sand causeway. Across the road from the hotels on the inland side of the causeway is the quiet lagoon where Aqua World operates. From early in the morning you will see couples getting on

small custom boats to enjoy snorkeling on the nearby coral reefs, while others head out on cruisers for off-shore sport fishing, chasing the great marlin. All day long the tourists come to Aqua World to enjoy a variety of marine activities.

From its start 18 years ago with just one employee and six rental boats, Aqua World has grown to become Cancun's most successful



Aqua World of Cancun operates a large number of Yamaha products
Aqua World de Cancun trabaja con un gran número de productos Yamaha



Mr. Mauricio Orozco is a co-owner of Aqua World
Mauricio Orozco, copropietario de Aqua World

El operador turístico de deportes náuticos más popular de Cancun Caso n°2

Los hoteles y centros turísticos costeros de Cancun, en la península mexicana del Yucatán, están situados frente a las bellas aguas azul verdosas del Caribe. Las lagunas rodeadas de manglar son excelentes lugares de ocio y diversión para toda clase de actividades náuticas. Los hoteles aquí dan la bienvenida a multitud de turistas durante todo el año procedentes de EE UU y de otros países, que vienen a disfrutar del sol y del mar. Chantey visitó Aqua World, el operador turístico especializado en deportes náuticos, que ofrece a los turistas una amplia gama de actividades náuticas desde alquiler de WaveRunners y excursiones en botes para bucear con esnórkel hasta parapentes tirados por lanchas y pesca deportiva.

Atentos a las necesidades de los clientes

Los hoteles y centros turísticos de Cancun miran al mar a lo largo de un camino de arena largo y estrecho. Al otro lado de la carretera de acceso a los hoteles se encuentra la tranquila laguna donde opera

Aqua World. Desde muy temprano pueden verse parejas de turistas que suben en pequeñas lanchas a hacer buceo con esnórkel en los cercanos arrecifes de coral, mientras otros optan por cruceros de pesca deportiva en mar abierto, en busca de los grandes peces vela. Todo el día, los turistas vienen a Aqua World a disfrutar de diversas

marine activities operator. Part of the secret to this success can be found in the marine equipment they have offered.

Grasping the real needs of the customers and supplying the things they want most is the key to almost any business, and at Aqua World they have made unflagging efforts to be sure they are always on top of the latest user needs. One of the company's co-owners, Mr. Mauricio Orozco talks about the Yamaha WaveRunners they use in their rental operation. "The WaveRunners, we rent a lot of them. We use each unit for about eight months, it is a lot of use every day, averaging about 200 hours per machine per month. So, the turnover rate is high and, in all, we purchase about 250 WaveRunners a year," he notes.

According to Elizabeth García Salazar, the head of the Cancun office of Mexico's Yamaha distributor, IMEMSA (Industria Mexicana De Equipo Marino, S.A. De C.V.), "In Cancun we have many discerning customers coming from the USA, and they often want to ride the very latest model of WaveRunners. They will be disappointed if you try to rent them an older model."

At Aqua World, they have mechanics specializing in each of the products, the WaveRunners, the outboards, etc. "We try to run a program of preventative maintenance, so we avoid breakdowns and our units last longer. Our Yamaha products last a very long time. But, with 3-4 hours of use each day, the use-hours add up very fast and that demands a solid maintenance program," says Mr. Orozco. His mechanics all take the service training courses offered by IMEMSA to keep up on the latest service technologies for the latest models.



Aqua World trains a team of specialized mechanics
Un equipo de mecánicos especializados recibiendo instrucción en Aqua World



At the end of the business day all the boats and engines are checked over in preparation for the next day
Al terminar el día se comprueban todas las lanchas y motores para dejarlas preparadas para el día siguiente

actividades náuticas.

Desde sus comienzos hace 18 años con un solo empleado y seis lanchas de alquiler, Aqua World ha crecido hasta convertirse en el operador turístico de Cancún con más éxito en actividades náuticas. Parte de este éxito se debe a los equipos náuticos que ha ofrecido.

Captar las necesidades reales de los clientes y suministrar lo que éstos más precisan es clave en cualquier negocio, y en Aqua World se han esforzado siempre por conocer las necesidades más apremiantes de los usuarios. Uno de los copropietarios de la empresa, el Sr. Mauricio Orozco, nos habla de las WaveRunners que usan en sus operaciones de alquiler: "Alquilamos muchas WaveRunners. Utilizamos cada una de ellas unos ocho meses y durante bastante tiempo cada día, en total unas 200 horas de promedio mensual. Así que la tasa de rotación de existencias es alta por lo que, en total, compramos unas 250 al año".

Según Elizabeth García Salazar, la directora de las oficinas de IMEMSA (Industria Mexicana de Equipo Marino, S.A. de CV.), el distribuidor mexicano de Yamaha, "en Cancún tenemos clientes muy exigentes que vienen de EE UU y que, a menudo, quieren pilotar el último modelo de WaveRunner que ha salido al mercado. Sufrirían una gran decepción si tratáramos de alquilarles un modelo más antiguo."

90% of Aqua World's outboards are four strokes

At Aqua World, and in Cancun as a whole, the marine industry is very environment conscious. That is why Aqua World began buying 4-stroke outboards three years ago, and today between 90 and 95% of their fleet is now powered by 4-strokes.

Says Mr. Orozco, "We are very happy with the Yamaha 4-stroke products. They have lots of advantages. Environmentally speaking they are incredible engines. Better fuel consumption, so we like them a lot. As for the WaveRunners, we have not made the change from 2-strokes to 4-strokes yet. In handling the WaveRunners, they have to be pulled up and down the ramps, so the lighter 2-strokes are easier to use. The only disadvantage with the 4-stroke WaveRun-



A popular tour course takes tourists through the mangrove and out into the lagoon for snorkeling. The tourists can operate these small boats by themselves. Of course WaveRunners (above) are also a popular rental item. Care is taken to instruct each customer in the safety points and rules for operation

Una popular excursión lleva a los turistas a través de los manglares y hacia la laguna para hacer buceo con esnórkel. Los turistas pueden conducir ellos mismos estas pequeñas lanchas. Las WaveRunners (arriba) se alquilan también con facilidad y se pone gran cuidado en enseñar a sus usuarios las reglas de funcionamiento y las medidas de seguridad

En Aqua World tienen mecánicos especializados en cada uno de los productos: WaveRunners, fuerabordas, etc. "Tenemos en marcha un programa de mantenimiento preventivo para evitar averías y para que nuestras unidades duren más. Nuestros productos Yamaha son muy resistentes. Pero con 3 ó 4 horas de uso diario, el total de horas se acumula con rapidez y es necesario un buen programa de mantenimiento", afirma el Sr. Orozco. Sus mecánicos atienden todos los cursos de servicio técnico que ofrece IMEMSA para mantenerse al día de las últimas tecnologías en mantenimiento de nuevos modelos.

El 90% de los fuerabordas de Aqua World son de 4 tiempos

En Aqua World, y en Cancún en general, el sector náutico es muy consciente de la necesidad de proteger el medio ambiente y, por eso, Aqua World empezó a adquirir fuerabordas de 4 tiempos hace ya tres años y hoy en día entre el 90 y el 95% de su flota está propulsada por los 4 tiempos.

El Sr. Orozco afirma: "Estamos muy contentos con los motores fueraborda Yamaha de 4 tiempos. Tienen numerosas ventajas. En limpieza medioambiental son motores increíbles. Y tienen mejor consumo de combustible, así que nos gustan mucho. En lo referente a las WaveRunners todavía no hemos hecho el cambio de 2 a 4 tiempos. Para manejar estas motos hay que subirlas y bajarlas por las rampas, así que las de 2 tiempos son más ligeras y fáciles de usar. El único inconveniente de las WaveRunners de 4 tiempos es el peso, pero estoy seguro de que Yamaha estará ya trabajando para obviar

ners is the weight. But, I am sure Yamaha will work on that. Otherwise, the products are wonderful.”

Finally, we asked Mr. Orozco about his business outlook for the future.

“Cancun has grown a lot, and about every hotel that can be built has been built, so I don’t anticipate much more growth in the marine market here. So, we want to consolidate the market we have and concentrate on doing things better. From the past, we have always been ambitious, we believe in doing things right and we always look for areas for improvement. Sometimes we get ideas from other places, we bring them in and then try to improve on them. We always believe that if we work professionally and do things right, they will work.”



este aspecto. Por lo demás, sus productos son maravillosos.”

Para finalizar, le preguntamos al Sr. Orozco por las perspectivas futuras de su negocio. “Cancún ha crecido mucho y se han construido hoteles en casi todos los lugares donde era posible hacerlo, así que no esperamos un crecimiento mucho mayor del sector náutico. Queremos consolidar el mercado que tenemos y concentrarnos en hacer las cosas mejor. Desde hace tiempo hemos sido bastante ambiciosos, creemos que lo estamos haciendo bien y buscamos siempre cosas que podamos mejorar. A veces las ideas nos vienen de fuera, así que las incorporamos e intentamos mejorarlas y ponerlas en práctica. Siempre hemos creído que si trabajamos profesionalmente y hacemos las cosas bien, éstas funcionarán.”

IMEMSA’s Cancun Office Head, Elizabeth García Salazar

Always supplying the latest models

At the IMEMSA Cancun office we are responsible for Yamaha outboard motor and WaveRunner sales, service and parts supply. In order to stay ahead of the competition, product quality alone is not enough. We have to supply an overall package of products, service and parts, and we have to work with the dealers to make sure that our parts are supplied at competitive prices. And, despite the efforts of the competitors to win share with package deals, we have been able to maintain a dominant market share.



In the PWC market, our office manages to have successful sales of WaveRunners, most of which go to the resort rental operators. But, since the government is presently not issuing any new licenses for rental operators, we don’t expect this sector to grow much more. That is why we are concentrating on the trade-in market more than increasing new-unit sales.

Many of the rental customers don’t want to rent the older models, so our customers, the rental operators, trade-in at a rather short rotation interval to keep their fleets up to date. Since the hotels rotate their fleets every year, operators like Aqua World also rotate on an annual basis. Because if they let their fleets get out of date the customers stop renting.

Due to environmental concerns, we expect to see a shift from the 2-strokes to the 4-strokes in the future. And we plan to be ready for this shift. From the fishing villages we are seeing fishermen beginning to operate passenger boats as well, in order to bring in cash income. This is an area where we see the potential to expand 4-stroke sales. But, like anything, it will take time.

Elisabeth García Salazar, directora de las oficinas de IMEMSA en Cancún

Suministrando siempre los últimos modelos

En las oficinas de IMEMSA en Cancún somos responsables de las ventas de motores fueraborda y WaveRunners Yamaha, del mantenimiento y del suministro de piezas. Para permanecer por delante de los competidores, sólo la calidad del producto no es suficiente. Tenemos que suministrar un paquete completo de productos, piezas y servicio técnico, y trabajar con los concesionarios para asegurarnos de que nuestras piezas se ofrecen a precios competitivos. Así, y a pesar de los esfuerzos de nuestros competidores por arañar cuota de mercado con ventas conjuntas de lanchas y fuerabordas, hemos sido capaces de mantener nuestra mayor cuota de mercado.

En cuanto a las motos náuticas, nuestras oficinas venden exitosamente WaveRunners, la mayoría de las cuales van a los operadores turísticos de los hoteles para su alquiler. Pero dado que el Gobierno no concede nuevas licencias a operadores, no esperamos que este sector crezca mucho más. Por eso nos estamos concentrando en el mercado que tenemos en vez de tratar de aumentar las ventas.

La mayoría de los usuarios no quieren alquilar modelos antiguos, así que nuestros clientes, los operadores del sector turístico, mantienen sus flotillas actualizadas. Dado que los hoteles renuevan sus flotillas anualmente, los operadores como Aqua World también hacen lo mismo porque, si no, los clientes dejan de alquilar.

Por razones de protección medioambiental, esperamos ver un cambio de 2 tiempos a 4 tiempos en el futuro. Y estamos preparados para ello. En los pueblos costeros vemos que los pescadores empiezan a disponer también de lanchas de pasajeros, a fin de tener ingresos adicionales. La posible expansión aquí de las ventas de los 4 tiempos es grande pero, como todo, llevará algún tiempo.

Preparations for the Initial Stage of Four-Stroke Introduction

Once you have decided to introduce Yamaha four-stroke outboards in your market area after thorough surveys and consultations with your Yamaha representatives, the next step is to focus on ensuring good customer service. This is essential for winning customers and maintaining strong relationships with them. First of all, you need to make sure that your sales representatives and service personnel have the necessary knowledge and technical skills to sell and service four-stroke engines.

■ The most important points for introducing four-stroke outboard motors are:

- Be sure that the types of fuel and engine oil recommended by Yamaha are always available and properly used.
- Understand the advantages of Yamaha four-stroke outboard motors and their intended usage in your market.
- Provide the necessary equipment and trained service personnel to service four-stroke engines.
- Be sure that every dealer has proper sales knowledge and expertise and offers thorough after-sale service.

The above requirements should be checked systematically for every new locality introducing four-stroke outboards.

In this and coming issues of *Chantey* we will summarize the important issues to be considered in preparing initial four-stroke sales, first in your sales departments and later in your service and parts departments.



Preparaciones para la fase inicial del lanzamiento del cuatro tiempos

Una vez decidido a lanzar los fuerabordas Yamaha de cuatro tiempos en su mercado después de llevar a cabo completos estudios y consultas con los representantes Yamaha, el paso siguiente es centrarse en ofrecer un buen servicio al cliente. Esto es esencial para ganarse a los clientes y mantener buenas relaciones con ellos. Lo primero de todo es asegurarse de que sus representantes de ventas y el personal de servicio poseen los conocimientos y preparación técnica necesaria para vender y hacer el mantenimiento de los motores de cuatro tiempos.

■ Las cuestiones más importantes para lanzar los motores fueraborda de cuatro tiempos son:

- Asegurarse de que los tipos de combustible y aceite del motor recomendados por Yamaha están siempre disponibles y se usan de forma adecuada.
- Comprender las ventajas de los motores fueraborda de cuatro tiempos y su uso previsto en el mercado.
- Contar con el equipo y personal de servicio capacitado que es necesario para el mantenimiento de los motores de cuatro tiempos.
- Asegurarse de que cada concesionario tiene los conocimientos y la experiencia de ventas adecuada, y que ofrece un completo servicio post-venta.

Los requisitos anteriores deben comprobarse sistemáticamente en cada nueva zona o localidad en que se lancen los fuerabordas de cuatro tiempos.

En este número de *Chantey*, y en los siguientes, resumiremos los temas importantes que debe considerar al preparar las ventas iniciales de los cuatro tiempos, primero en sus departamentos de ventas y más tarde en sus departamentos de piezas y servicio.

Sales Selection

- After observing the selling strategies of other brands and researching the market trends, plans should be formulated for sales strategies and measures to meet the market needs, including which models should be offered in each area.
- Give the important knowledge necessary for selling Yamaha four-stroke outboard motors to all your sales personnel.
- Prepare a training course to be given to all new four-stroke customers concerning proper handling of four-stroke outboard motors.
- Make sure every customer gets a clear explanation about the differences between two-stroke and four-stroke engines and their respective advantages before making the purchase decision.

Following the above requirements is essential for winning yourself a competitive position in the market with other brands.



Selección de ventas

- Después de observar las estrategias de venta de otras marcas y analizar las tendencias del mercado, deben formularse planes de estrategia de ventas y medidas para satisfacer las necesidades del mercado, incluyendo qué modelos se ofrecerán en cada zona.
- Dar a todo su personal de ventas un breve curso básico que cubra los conocimientos necesarios para vender los fueraborda Yamaha de cuatro tiempos.
- Preparar un curso de capacitación sobre el manejo adecuado de los fuerabordas de cuatro tiempos para darlo a todos los nuevos clientes de estos motores.

- Asegurarse de que cada cliente recibe una explicación clara sobre las diferencias entre los motores de dos y cuatro tiempos y de sus respectivas ventajas antes de decidir su compra.

El seguimiento de los requisitos anteriores es esencial para adquirir una posición competitiva en el mercado con respecto a las otras marcas.

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, Shizuoka 432-8528, Japan



News Round-up

China

China

Shanghai Boat Show evolving with a growing market

From March 24 to 27, the Shanghai International Convention Center was the site of the 9th Shanghai International Boat Show, China's largest event of its kind. This year's show attracted a record 120 exhibitors, among which YMC mounted a prominent booth displaying boats like the popular Japanese market model motor cruiser "24 Siesta," 4-stroke outboard motors like the F150 and an FRP children's pool. Panels were also prepared to explain the environment-friendly features and quality advantages of Yamaha 4-stroke outboards and the unique qualities of Yamaha's FRP pools that can be assembled and disassembled in units, like the 50-meter competition pool used at the 2001 World Swimming Championships in Fukuoka, Japan. Visitors were also impressed by features like the Yamaha "Emergency Water Supply System" that filters pool water for use as potable water in times of emergency. Until now, China's marine market has centered mainly around tour boats and fishing boats and engines, but with the growing consumer market for leisure recreational boats, it is hoped that a market is emerging for boats like the 24 Siesta.



At the Shanghai Boat Show
En el Salón Náutico de Shangai



24 Siesta was a highlight of the Shanghai Boat Show
La 24 Siesta fue la atracción principal del Salón Náutico de Shangai

El Salón Náutico de Shangai crece en un mercado en plena expansión

Del 24 al 27 de marzo, el Centro Internacional de Convenciones de Shangai acogió la 9ª edición del Salón Náutico Internacional, el evento más grande de su clase en China. El salón de este año atrajo un

número récord de 120 expositores, entre los que se encontraba YMC, que instaló un magnífico stand donde exhibía lanchas, como el crucero motorizado "24 Siesta" muy popular en el mercado japonés, motores fueraborda de 4 tiempos F150 y la piscina de FRP (plástico reforzado con fibra de vidrio) para niños. Los paneles del stand explicaban las cualidades ecológicas y las ventajas de los fueraborda Yamaha de 4 tiempos, así como las exclusivas características de las piscinas Yamaha de FRP que pueden montarse y desmontarse por unidades, como prueba la piscina de competición de 50 metros usada en los Campeonatos Mundiales de Natación 2001 de Fukuoka, Japón. Los visitantes quedaron también impresionados por funciones como el "Sistema Yamaha de suministro de agua de casos de emergencia" que filtra el agua de la piscina y la hace potable. Hasta ahora, el mercado náutico en China estaba centrado esencialmente en las lanchas de turismo, las lanchas pesqueras y los motores, pero con el crecimiento del sector de lanchas de ocio y recreo se espera que embarcaciones como la 24 Siesta se hagan con un hueco en el mercado.

Singapore

Singapur

"Beautiful oceans forever" theme of Yamaha booth

Yamaha's marine distributor for Singapore, Supratechnic Pte Ltd, mounted a booth at the BOAT ASIA 2004 show staged from April 15 to 18 after a one-year hiatus at a new venue, Sentosa Cove. A total of 79 companies and organizations participated in the 2004 show, which was slightly smaller in scale than the last event in 2002. Nonetheless, the successful Yamaha booth, located prominently right in front of the main entrance of the main pavilion, brought in better sales results than the last one.

This year the theme of the Yamaha display booth was "beautiful oceans forever" reflecting the theme of Yamaha's CCS (Customer and Community Satisfaction) program. And in line with the theme, a full range of environment-friendly Yamaha four-stroke outboard motors and WaveRunners were displayed. Supratechnic is proud to have stolen the limelight with one of the biggest, best designed and most attractive booths and the most activities organized.

From Jonathan Pak,
Supratechnic Pte Ltd., Singapore



The Supratechnic booth at the BOAT ASIA 2004 show
El stand de Supratechnic en el Salón BOAT ASIA 2004

"Bellos océanos para siempre", tema del stand Yamaha

Supratechnic Pte Ltd, el distribuidor náutico de Yamaha en Singapur, montó un stand en el salón BOAT ASIA 2004 celebrado, después de un año de interrupción, del 15 al 18 de abril en su nueva ubicación, la caleta de Sentosa. Un total de 79 empresas y organizaciones participaron en la edición de 2004, que fue algo menor en tamaño a la última de 2002. No obstante, el éxito del stand de Yamaha,



instalado en un destacado lugar justo enfrente de la entrada principal del pabellón principal, dio como resultado mejores ventas que en la última edición.

Este año, el lema del stand de Yamaha fue "bellos océanos para siempre", fiel reflejo del programa CCS de Yamaha (Satisfacción al Cliente y a la Comunidad). Y de acuerdo con este tema se expuso una completa gama de ecológicos motores fueraborda y WaveRunners Yamaha. Supratechnic está orgullosa de haber acaparado la atención del público con uno de sus mayores, mejor diseñados y más atractivos stands, y con la mayoría de las actividades organizadas.

Enviado por Jonathan Pak,
Supratechnic Pte Ltd., Singapur

News Round-up

Indonesia

PWC tour covers 1,100 km from Jakarta to Singapore

On April 7, an intrepid group of 15 personal watercraft enthusiasts set out from the Indonesian capital, Jakarta, on what would be an adventurous five days of coast and island hopping north to Singapore. This "Water Cross Touring 2004" event was organized by the Indonesia Jet Sports Association, led by Mr. Fully Aswar and Mr. Jusli, to give PWC enthusiasts a chance to experience international long-distance adventure touring. The participants included nine Yamaha SUV 1200 owners, three FX140 owners and three owners of other makes. They were accompanied by two Yamaha powered cruisers carrying a support crew including two doctors, five mechanics, a TV film crew and security staff.

In all, the 1,100-km course was covered in 31 hours of riding over five days with all the Yamaha PWCs finishing successfully with no breakdowns. The proud participants were greeted on their arrival in Singapore on April 11 by Mr. Justin Lee, president of the Singapore Powerboat Association.

Everyone involved appreciated the experience and plans are already



All participants who joined the "Water Cross Touring 2004"
Todos los participantes del Cross Náutico 2004

Indonesia

CCS activities begin with Bali beach cleanup

As the distributor of Yamaha outboard motors for central Indonesia, Angkasa Mesin has made Yamaha's CCS philosophy an important part of its corporate policy.

As one of its first large-scale CCS activities, Angkasa Mesin recently took the lead in organizing a major beach cleanup effort at the tourist beach of Tanjung Benoa on the island of Bali. Led by the company's branch office manager, Mr. Danny Setiawan Tandoko, no less than 1,000 people gathered on February 27 to clean a five-kilometer stretch of beach of the garbage that washes up on it after the rainy season. These tourist beaches are an important asset for Bali's tourism-based economy and the cleanup makes a big contribution to the local community.

This event was publicized in the local news-

paper and government officials praised it highly. At the government's request Angkasa Mesin will be organizing more such activities in the near future.

From Ferry Tandoko, Angkasa Mesin, Indonesia

Limpieza de las playas de Bali

Como distribuidor de los motores fueraborda Yamaha en Indonesia central, Angkasa Mesin ha hecho de la filosofía



Volunteers clean Bali's resort beaches in CCS effort
Voluntarios limpiando las playas de Bali siguiendo la política CCS

Indonesia

being made for the next tour event to run from Jakarta to Pattaya in Thailand later this year.

From Ronald Leman, KG Marine, Indonesia

1.100 Km. de Yakarta a Singapur en moto

El 7 de abril, un intrépido grupo de 15 entusiastas de las motos náuticas partieron de la capital indonesia de Yakarta y pusieron rumbo norte hacia Singapur para pasar cinco días de aventuras surcando las aguas a toda velocidad. Este singular "Cross Náutico 2004" fue organizado por la Asociación de Deportes Náuticos de Indonesia, encabezada por el Sr. Fully Aswar y el Sr. Jusli, para dar a los entusiastas de la motonáutica la oportunidad de participar en travesías internacionales de larga distancia. A los nueve propietarios de las SUV 1200, tres de las FX140 y tres más de otras marcas, les acompañaron dos lanchas motorizadas Yamaha que transportaban una tripulación de apoyo con dos médicos, cinco mecánicos, equipo de filmación de TV y personal de seguridad.

En conjunto, los 1.100 Km. fueron cubiertos en 31 horas y cinco días, y todas las motos náuticas Yamaha terminaron con éxito el recorrido y sin ninguna avería. Los orgullosos participantes fueron recibidos a su llegada a Singapur el 11 de abril por Justin Lee, director gerente de la Asociación de Lanchas Motorizadas de Singapur. Todos los que tomaron parte agradecieron la experiencia y ya tienen planes muy avanzados para hacer una próxima travesía de Yakarta a Pattaya, en Tailandia, dentro de pocos meses.

Enviado por Ronald Leman, KG Marine, Indonesia



Indonesia

CCS (siglas en inglés de Satisfacción al Cliente y a la Comunidad) una parte importante de su política empresarial.

En una de sus primeras actividades CCS importantes, Angkasa Mesin tomó recientemente la decisión de organizar la limpieza completa de las playas turísticas de Tanjung Benoa, en la isla de Bali. No menos de mil personas, encabezadas por Danny Setiawan Tandoko, director de la sucursal de la empresa, se reunieron el 27 de febrero para limpiar cinco kilómetros de playa de la basura que, traída por la corriente, se acumula allí después de la estación de las lluvias. Estas playas son muy importantes para el sector turístico de Bali, por lo que esta operación de limpieza fue una gran contribución a la comunidad local.

El acontecimiento fue divulgado por el periódico local y ampliamente elogiado por funcionarios estatales. A petición del Gobierno, Angkasa Mesin organizará actividades similares en un futuro próximo.

Enviado por Ferry Tandoko, Angkasa Mesin, Indonesia

880 nautical miles to Caledonia with fuel-efficient Yamaha four-strokes

Powered by a pair of Yamaha 225hp 4-stroke outboards, the Ron Given-designed 12m powercat, *Tamatea*, made the trip from Opuia, in the northern part of New Zealand to the island of New Caledonia, 880 nautical miles away in just over two days. Being the first major ocean voyage undertaken by 4-stroke Yamahas, *Tamatea* managed to save more than two days over the previous delivery record of five days.

Using a total of 4,000 litres, the average fuel consumption was even more astonishing. Despite carrying an extra handicap of two tons in fuel and equipment, the Yamaha F225s used an average of just 2.27 litres each per nautical mile. The six-ton boat managed an average speed of 16.48 knots at average cruising rpm of 3,500.

Kelvin Travers from Silver Tiger Boats, *Tamatea*'s builder and skipper, raved about the engines. He said "They offered smooth constant power, not missing a beat and instilling complete confidence in the crew at all times. The Yamahas were ideal for a light displacement powercat – and they saved 900 kg in weight over diesel power plants." Greg Fenwick, Yamaha Motor New Zealand Limited (YMNZ) marine manager, also added "These engines have already proven themselves in coastal passage-making and now on



Success for *Tamatea* with the acclaimed Yamaha F225s
Éxito del *Tamatea* con los muy elogiados Yamaha F225

a serious blue water crossing, where the reliability and fuel efficiency of the engines is the paramount safety feature."

From Greg Fenwick, Marine Manager, YMNZ, New Zealand

880 millas marinas a Caledonia con un 4 tiempos Yamaha

Propulsado por dos fuerabordas Yamaha de 4 tiempos de 225 C.V., el catamarán *Tamatea* de 12 metros diseñado por Ron Given cubrió las 880 millas marinas que separan Opuia, en el norte de Nueva Zelanda, de la isla de Nueva Caledonia, en poco más de dos días. En este primer viaje oceánico importante efectuado por los Yamahas de 4 tiempos, el *Tamatea* logró reducir en más de

dos días su récord previo que tenía establecido en cinco días.

Usando un total de 4.000 litros, el consumo medio de combustible fue incluso más sorprendente. A pesar de la desventaja de llevar 2 toneladas adicionales de combustible y equipos, los Yamaha F225 consumieron una media de 2,27 litros por milla marina. La embarcación de seis toneladas alcanzó una velocidad media de 16,48 nudos a una velocidad media de crucero de 3.500 rpm.

Kelvin Travers de Silver Tiger Boats, el constructor y patrón del

Tamatea afirmaba entusiasmado: "Los motores proporcionaron potencia constante y uniforme, e infundieron una enorme confianza en la tripulación en todo momento. Los Yamahas fueron perfectos para la ligera embarcación ya que ahorraron 900 kilos en comparación con un motor marino diésel". Greg Fenwick, director de operaciones náuticas de Yamaha Motor New Zealand Limited (YMNZ) añadió por su parte: "Estos motores habían demostrado ya su calidad en viajes por la costa y ahora lo han hecho también en travesías complejas por alta mar, en donde la fiabilidad y eficiencia de combustible de los motores es fundamental para la seguridad".

Enviado por Greg Fenwick, director de operaciones náuticas, YMNZ, Nueva Zelanda

New Home Office for MARELCO

On February 17, the Yamaha distributor for the Central American country of Belize, MARELCO Ltd., celebrated the opening of its newly built home office facility in Belize City.

With a 35-year history of selling Yamaha products, beginning with the P250 outboard motor in 1969, MARELCO is one of the oldest Yamaha distributors in Central America. Led by its president, Mr. Peter Gegg, the company welcomed some 100 guests to the opening ceremony, including the country's Prime Minister Said Wilbert Musa and the First Lady, the Minister of Agriculture and Fisheries and the Mayor of Belize city. Representing YMC was a delegation of three led by OMDO Senior General Manager Shibata, who presented MARELCO with a set of Japanese Samurai armor.

The new two-story building MARELCO has a floor space of 1,254 sq. m and will bring together the showroom, office and service workshop facilities, thus creating a model for the 3S policy the company promotes.

With beautiful coral reef coasts, Belize boasts a large tourist industry that attracts about 800,000 visitors annually. In this marine market Yamaha outboards continue to keep the No. 1 share. From its new headquarters MARELCO plans to expand its business in the tourist areas of ATV tours and motorcycle rentals.

From Osamu Kobayashi, OMDO, YMC

Nueva sede de MARELCO

El 17 de febrero, MARELCO Ltd., el distribuidor Yamaha en el país centroamericano de Belice, celebró la inauguración de su nueva sede en esta ciudad.

Con 35 años de historia a sus espaldas vendiendo productos Yamaha, desde sus inicios allá por 1.969 con el motor fueraborda P250, MARELCO se ha convertido en uno de los más antiguos distribuidores Yamaha en América Central. La empresa, liderada por su director gerente, Peter Gegg, dio la bienvenida a unos 100 invitados a la ceremonia de inauguración, entre los que se encontraban el primer ministro del país Said Wilbert Musa y su esposa, el ministro de Agricultura y Pesca, y el alcalde de Belice. YMC estuvo representada por una delegación de tres personalidades encabezadas por el director general Shibata de OMDO, que hizo entrega a MARELCO de una completa armadura de samurai.

El nuevo edificio de dos plantas construido por MARELCO ocupa 1.254 m² y alojará el local de exposición permanente, las oficinas y los talleres de servicio, constituyendo así un modelo de la política 3S que promueve la compañía.

Con sus bellas costas de arrecifes de corales, Belice cuenta con una gran industria turística que atrae a unos 80.000 visitantes anuales. Y los fuerabordas Yamaha continúan siendo líderes en cuota de mercado. Desde su nueva sede, MARELCO prevé ampliar sus actividades relacionadas con excursiones turísticas de vehículos anfibios todo terreno y alquiler de motos náuticas.

Enviado por Osamu Kobayashi, OMDO, YMC



The new MARELCO home office building
La nueva sede de MARELCO



Senior General Manager Shibata, Prime Minister Musa and MARELCO President Gegg with the Samurai armor presented by YMC
El director general Shibata, el primer ministro Musa y el director gerente Gegg de MARELCO con la armadura de samurai ofrecida por YMC

News Round-up

French Polynesia

Yamaha PWCs for beach rescue and patrol in Tahiti

Around the world today Yamaha WaveRunners are becoming an increasingly important craft for lifesaving and beach patrol, and the Pacific island paradise of Tahiti is no exception. Yamaha distributor for French Polynesia, Comptoir Polyneisien, recently supplied the first official-use WaveRunners to an organization called Les Pompiers de Punaauia (The Firemen of Punaauia) on the island of Tahiti. In a project launched last year, two of the four XLT1200 that have been procured will be used for beach rescue operations by the local lifeguards (Sapeurs Pompiers de Punaauia) and two will be used for patrol purposes by the local police who maintain security along 15 km of beaches surrounding Punaauia, a town of 23,000.

Comptoir Polyneisien expects to sell more WaveRunners to local lifeguard and police organizations in the other towns of Tahiti to supplement its existing sales of WaveRunners and Yamaha outboard motors like new F225, F115 and F100 to the islands' leading resort hotels and scuba diving operators and Enduro models to pearl farms and fishermen in the many islands of French Polynesia.

From Nati Soeur, Sales Manager, Comptoir Polyneisien, French Polynesia

Las motos náuticas Yamaha en operaciones de salvamento y patrulla

En todo el mundo, las WaveRunners Yamaha son consideradas hoy en día importantes

Polinesia Francesa

embarcaciones en tareas de socorrismo y patrullaje en playas, y el paraíso de la isla de Tahití en el Pacífico no es una excepción. Comptoir Polyneisien, el distribuidor Yamaha en la Polinesia Francesa, suministró recientemente las primeras WaveRunners para uso estatal

a una organización denominada Les Pompiers de Punaauia (Los bomberos de Punaauia) en Tahití. En un proyecto presentado el pasado año, dos de las cuatro XLT1200 entregadas serán usadas en operaciones de rescate en playas por los socorristas locales (Sapeurs Pompiers de Punaauia) y otras dos en tareas de patrullaje por la policía local, encargada de mantener la seguridad a lo largo de los 15 kilómetros de playas que rodean a Punaauia, una ciudad de 23.000 habitantes.

Comptoir Polyneisien espera vender más WaveRunners a organizaciones de policía y socorristas locales en otras ciudades de Tahití para complementar sus actuales ventas de WaveRunners, fuerabordas Yamaha, como los nuevos F225, F115 y F100, a los más importantes hoteles de la isla y a empresas turísticas de submarinismo, y modelos Enduro a los cultivadores de perlas y pescadores de las muchas islas de la Polinesia Francesa.

Enviado por Nati Soeur, Directora de Ventas, Comptoir Polyneisien, Polinesia Francesa



*Local lifeguards will use these WaveRunners for rescue duties along the beaches
Socorristas locales usarán estas WaveRunners para operaciones de rescate en las playas*

Japan

Service Seminar Held for 2004 New Models

Over the four days from April 20 to 23, a group of 32 Yamaha service managers gathered at the newly outfitted CR Service Training Center of Yamaha's ME Company in Iwata to receive service training for the new models being released this year. The participants came from all Yamaha marine divisions in North America, Europe and Australia, as well as service staff from Japan.

In addition to comprehensive instruction in service technology for the new 2004 outboard motors and WaveRunners, the international participants joined in productive discussions about putting into effect the ME Company service theme of increasing customer satisfaction and becoming No. 1 in reliability through an integrated program of "products and service as one."

The participating service managers will now be responsible for the important job of disseminating new-model service information in their respective countries to



*Service managers and staff at the 2004 model service seminar
Los directores y el personal de servicio técnico en el seminario sobre los nuevos modelos de 2004*

ensure smooth product launches.

From Hideaki Kuno, CR Service Dept., ME Company, YMC

Seminario de Servicio Técnico para los nuevos modelos de 2004

Del 20 al 23 de abril, 32 directores de servicio técnico Yamaha se reunieron en el remozado Centro de Capacitación CR de la empresa ME de Yamaha en

Japón

Iwata para recibir instrucción técnica sobre los nuevos modelos lanzados este año al mercado. Los participantes procedían de todas las divisiones náuticas de Yamaha en Norteamérica, Europa y Australia, y a ellos se unió personal de servicio técnico japonés.

Además de recibir una completa instrucción en tecnología de mantenimiento de los nuevos motores

fueraborda y WaveRunners 2004, los participantes tomaron parte en productivos debates sobre la forma de poner en práctica el lema de la empresa ME de aumentar la satisfacción del cliente y ser el n° 1 en fiabilidad a través de un completo programa de "productos y servicio técnico a la vez".

Los directores participantes serán ahora responsables del importante trabajo de difundir esta información en sus respectivos países para asegurarse un eficaz lanzamiento de los nuevos productos.

Enviado por Hideaki Kuno, Dpto. de Servicio Técnico CR, ME Company, YMC

Japan

South African distributors and dealers visit YMC headquarters

Winners of the 2003 sales contest held by Yamaha Distributors South Africa (YDSA) visited the YMC headquarters in Iwata recently as part of their incentive trip to Japan from March 14 to 20. The tour included 29 dealers, important fleet customers and representatives of the media from the Republic of South Africa.

After touring the main motorcycle and outboard motor factories and the Communication Plaza, the visitors were invited to a reception in the evening at a hotel in nearby Hamamatsu. In attendance were YMC's Senior Managing Director Kajikawa and Yamaha Marine's President Sato, who presented awards to winning dealers in appreciation of their great contribution in promoting sales of Yamaha products.

After the visit, one of the important fleet customers commented that they had clearly learned a lot from their trip and expressed a deeper trust in



*Visitors enjoyed a tour of the Communication Plaza and tried some virtual test rides
Los visitantes disfrutaron con su visita al Communication Plaza e intentaron varias pruebas de manejo virtuales*



*Top dealers and other representatives from South Africa gathered for the reception at a hotel in Hamamatsu
Representantes de importantes concesionarios y medios de difusión sudafricanos reunidos en la recepción celebrada en un hotel de Hamamatsu*

the products and a stronger commitment to Yamaha.

From Sumiyo Hakamata, OMDO, YMC

Distribuidores y concesionarios sudafricanos visitan la sede de YMC

Los vencedores del concurso de ventas 2003 celebrado por los Distribuidores Sudafricanos de Yamaha (YDSA) visitaron recientemente la sede de YMC en Iwata como parte de su viaje a Japón del 14 al 20 de marzo. Viajaron 29 representantes de concesionarios, importantes clientes de flotillas y representantes de los medios de comunicación de la República Sudafricana. Después de visitar

las principales fábricas de motocicletas y motores fueraborda, así como el Communication Plaza, los asistentes fueron invitados a una recepción vespertina en un hotel de Hamamatsu. Aquí, el director general Kajikawa de YMC y el director gerente Sato de Yamaha Marine entregaron los premios a los concesionarios ganadores agradeciéndoles su gran contribución en la promoción de ventas de los productos Yamaha.

Después de la visita, un cliente de una de las flotillas más importantes comentó que había aprendido mucho en el viaje y expresó su enorme confianza en los productos y su mayor compromiso con Yamaha.

Enviado por Sumiyo Hakamata, OMDO, YMC

Tanabata

During the summer months, there are lots of festivals held throughout Japan for the people to enjoy, and some larger ones even attract tourists from abroad. In this issue of *Chantey*, we would like to introduce one of the biggest Japanese summer festivals, Tanabata.

This is a star festival that originated from a Chinese legend. Later, Tanabata was brought to Japan, and, over the years, this festival changed to reflect more the religious beliefs of the Japanese. Eventually it became very popular and spread all over the country.

Meaning "the evening of July 7," Tanabata is a beautiful story about a Herdsman called Hikoboshi (Altair) and a Weaver called Orihime (Vega) who fell deeply in love and were married. However, after their marriage, Orihime neglected her weaving duties and her angered father, who was The Emperor of the Galaxy, had no choice but to banish Orihime and Hikoboshi to opposite sides of the Milky Way. Not being able to bear seeing his daughter Orihime crying every day, the Emperor had a change in heart and allowed the couple to meet again, but only once a year on the 7th of July.

Around this time on a clear summer night, people can look up into the sky and romantically imagine that the two farthest stars away are Hikoboshi and Orihime and that they are crossing the Milky Way to meet each other.

As part of the festival tradition, children write a wish on a strip of paper the day before Tanabata and, in order to make it come true, tie it to a branch of a bamboo, as did Orihime when she wanted to see Hikoboshi.

One of the biggest Tanabata festivals today is held in Sendai. Here, the streets are lined with decorations hung from bamboo stalks, which are beautifully lit up at night. Together with a spectacular parade of performers and dancers, and an amazing fireworks display, these three days of festivities draw in a crowd of over two million every year.



Tanabata

Durante los meses veraniegos se celebran numerosos festivales por todo Japón y algunos de los más importantes atraen incluso a turistas extranjeros. En este número de *Chantey* les presentamos uno de los más populares festivales veraniegos japoneses: Tanabata.

Se trata del festival de las estrellas que tuvo sus orígenes en una popular leyenda china. Más tarde, Tanabata arribó a Japón y, con el paso del tiempo, se transformó para reflejar las creencias religiosas de los japoneses. Pronto se convirtió en una fiesta muy popular y se extendió por todo el país.

Tanabata quiere decir "la tarde del 7 de julio" y conmemora la bella historia del boyero Hikoboshi (Altair) y de la tejedora Orihime (Vega) que se enamoraron profundamente y se casaron. Sin embargo, después de su matrimonio, Orihime descuidó sus labores como tejedora y su padre, que era el Emperador de la Galaxia, se enfureció y no tuvo más remedio que desterrar a Orihime y a Hikoboshi a lados opuestos de la Vía Láctea. El Emperador, al no poder resistir ver a su hija Orihime llorando todo el día, se apiadó de la pareja y permitió que se reunieran de nuevo, pero sólo una vez al año: el 7 de julio.

Más o menos en este día y en una clara noche de verano, podemos mirar al cielo e imaginar románticamente que las dos estrellas más lejanas son Hikoboshi y Orihime y que están cruzando la Vía Láctea para reunirse el uno con el otro.

Como parte de la tradición del festival, los niños escriben un deseo sobre un trozo de papel el día antes de Tanabata y, para que se haga realidad, lo atan a una rama de bambú, como hizo Orihime cuando quería ver a Hikoboshi.

Hoy en día, uno de los mayores festivales Tanabata es el que se celebra en Sendai. Aquí, las calles se engalanan con adornos que cuelgan de palos de bambú y que lucen hermosamente por la noche. Junto con el espectacular desfile de artistas y bailarines y los sorprendentes fuegos artificiales, estos tres días de festividades atraen a una multitud de más de dos millones de personas al año.

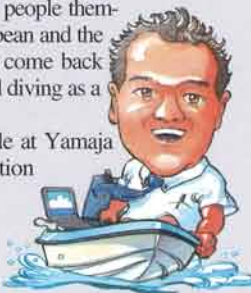
From the Chief Editor

This issue of *Chantey* features beautiful resorts and the great marine business activities going on there. As in other markets I have visited, we found solid business models being implemented, but the most important factor in their success seems to be the shining vitality of the people themselves. Looking at the beautiful waters of the Caribbean and the wonderful resort facilities made me wish I could come back some time and just enjoy the boating and sailing and diving as a carefree vacationer.

Finally, I would like to thank the wonderful people at Yamaja and IMEMSA who gave us their fullest cooperation during our visit.

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

Hiroyuki Murakami, Chief Editor of *Chantey*



Saludos del redactor jefe

En este número de *Chantey* les presentamos bellos hoteles y centros turísticos, así como las importantes actividades náuticas que allí se llevan a cabo. Como en otros mercados, hemos encontrado negocios sólidamente asentados, pero el factor más importante de los éxitos alcanzados parece ser la asombrosa vitalidad de sus gentes. Observando las bellas aguas del Caribe y sus magníficas instalaciones turísticas tuve deseos de volver más adelante a disfrutar simplemente de la navegación y del submarinismo como un turista cualquiera.

Para terminar, me gustaría agradecer a todos en IMEMSA y YAMAJA la extraordinaria amabilidad y cooperación que nos brindaron durante nuestra visita.

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

Hiroyuki Murakami, redactor jefe de *Chantey*

Beautiful Waters, Forever

Aguas hermosas para siempre

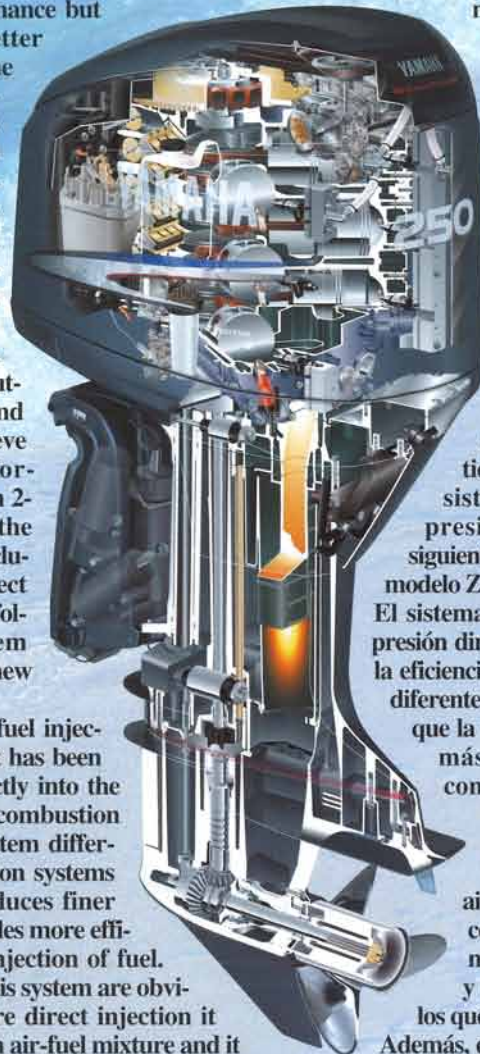
HPDI Technology for Clean-running 2-stroke engines Tecnología HPDI para motores más limpios de 2 tiempos

As people around the world become increasingly concerned about environmental issues, more and more users in the outboard motor market are asking for not only performance but also cleaner emissions and better fuel economy. Meanwhile, in the United States, which can certainly be called the world's largest outboard market, as well as in Europe and Japan, emissions regulations have already been imposed on outboard motors, and this trend is spreading to other countries around the world.

In light of these trends, Yamaha has continued to develop both outstanding 4-stroke outboards and 2-stroke models that also achieve much cleaner running performance. The big breakthrough in 2-stroke technology came with the development of the Yamaha-exclusive HPDI (High Pressure Direct Injection) system in 1998. The following year, 1999, this system arrived on the market on the new 200 hp model "Z200N."

This HPDI system is a type of fuel injection system that injects fuel that has been atomized at high pressure directly into the cylinder, thus enabling better combustion efficiency. What makes this system different from ordinary direct injection systems is that the higher pressure induces finer atomization of the fuel that enables more efficient combustion of a leaner injection of fuel. The environmental benefits of this system are obvious. The effective high-pressure direct injection it achieves means there is optimum air-fuel mixture and it is burned almost completely. The result is far cleaner exhaust with levels of hydrocarbons and nitrogen oxide gas on par with a 4-stroke engine.

What's more, since the injector shoots fuel into the cylinder only at the moment the exhaust port is completely closed, the typical 2-stroke "blow-out" of unburned fuel is eliminated, which means greatly improved fuel economy and much cleaner exhaust. Every year, Yamaha engineers are improving the performance of the HPDI system, and on the latest Z250 and Z300 models they have succeeded in raising the fuel injection pressure to achieve an even higher level of environment-friendly performance. Yamaha's exclusive HPDI system is now mounted on a lineup of models at 150 hp, 175 hp, 200 hp, 225 hp, 250 hp and 300 hp.



A medida que crece en todo el mundo el interés y la preocupación por los temas medioambientales, los usuarios de los motores fueraborda demandan cada vez más no sólo buen rendimiento, sino emisiones más limpias y mejor economía de combustible. Mientras tanto, en Estados Unidos, país que puede considerarse el mayor mercado mundial de fuerabordas, al igual que en Europa y Japón, se imponen ya normas de emisiones en los motores fueraborda, tendencia que se está extendiendo ya a otros países.

En vista de esto, Yamaha ha continuado desarrollando excepcionales fuerabordas de 4 y 2 tiempos cada vez más ecológicos. El gran avance en la tecnología de los 2 tiempos se dio al desarrollar en 1998 el sistema HPDI (Inyección directa a alta presión) exclusivo de Yamaha. Al año siguiente, este sistema se incorporó en el nuevo modelo Z200N de 200 C.V.

El sistema inyecta combustible atomizado a alta presión directamente al cilindro, con lo que mejora la eficiencia de la combustión. Lo que hace que sea diferente de los sistemas ordinarios de inyección es que la mayor presión produce una atomización más fina del combustible y, consecuentemente, una combustión más eficiente. Las ventajas medioambientales del sistema son obvias. La efectiva inyección significa una mezcla óptima de aire y combustible, que se quema casi por completo. El resultado es gases de escape más limpios con niveles de hidrocarburos y de gas de óxido de nitrógeno similares a los que tienen los motores de 4 tiempos.

Además, dado que el inyector lanza combustible al cilindro sólo cuando el orificio de escape esté completamente cerrado, se elimina la típica pérdida de combustible no quemado del 2 tiempos, lo que significa mayor economía de combustible y gases de escape más limpios. Cada año, los ingenieros de Yamaha mejoran el rendimiento del sistema HPDI y en los últimos modelos Z250 y Z300 han logrado elevar la presión de inyección del combustible para conseguir un nivel incluso mayor de limpieza medioambiental. El sistema HPDI exclusivo de Yamaha se usa ahora en los modelos de 150 C.V., 175 C.V., 200 C.V., 225 C.V., 250 C.V. y 300 C.V.