

# Chantey

Boletín de los concesionarios náuticos de Yamaha

Ene. 2011

No. 133

Versión española



ÍNDICE Chantey No.133

P1: Especial Chantey: Motores fueraborda de 2 tiempos de Yamaha

P3: Consejo puntual para el servicio técnico: Medir la deformación de la culata

P4: Gestión del cliente 6ª parte: El potencial del boca a boca

P5: Actualidad mundial: II Salón Internacional Náutica de Arabia Saudí y más noticias

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations, 1400 Nippashi, Minami-ku, Hamamatsu, Shizuoka 432-8528, Japan

Especial  
Chantey

## Motores fueraborda de 2 tiempos de Yamaha

### Presentada la última gama de modelos de 2 tiempos con nuevas calcomanías

Yamaha Motor ha fabricado y comercializado motores fueraborda de 2 tiempos durante más de 50 años desde que fue introducido el primer fueraborda Yamaha en 1960. Los fuerabordas se utilizan en diferentes entornos y para diversos tipos de uso en todo el mundo. La mayor demanda de modelos de 2 tiempos se concentra en aquellos mercados en los que el uso comercial supera el de ocio. Como Yamaha quiere dar satisfacción a las necesidades del mayor número posible de usuarios proporcionándoles fuerabordas fiables y capaces de superar las más exigentes condiciones y entornos de uso, seguiremos presentando una completa línea Enduro de modelos de 2 tiempos y modelos que funcionan con queroseno, junto a los modelos de 4 tiempos.

Ahora, esta experimentada línea de 2 tiempos se ha renovado en su estética. La mayoría de los modelos de esta línea lleva nuevas calcomanías que resaltan el logotipo diapasón de Yamaha como símbolo de la fama de sus productos por su fiabilidad y durabilidad incomparables.



*Los nuevos modelos de 2 tiempos y de Enduro se presentan con nuevas calcomanías de diseño sobrio y elegante, añadiéndose el logotipo de diapasón como símbolo de la fiabilidad y calidad de la marca Yamaha.*

## Fiabiles modelos de 2 tiempos de Yamaha, favoritos de los usuarios en todo el mundo

Desde que Yamaha Motor comenzó a fabricar y comercializar motores fueraborda en 1960, se ha introducido en mercados de todo el mundo, en los que la gente los utiliza y aprecia como un compañero fiable sobre el agua tanto en el trabajo como en el tiempo libre. Entre la creciente gama de fuerabordas de Yamaha, los modelos de 2 tiempos, gracias a su estructura más sencilla, siguen gozando de gran popularidad. Con el fin de satisfacer las diversas y exigentes necesidades de estos fieles clientes, Yamaha ofrece una selección de más de 50 variedades de modelos de 2 tiempos y más de 20 modelos Enduro.

¿Cómo Yamaha Motor logró convertirse en la marca líder de fuerabordas en el mercado global? Dos acontecimientos tuvieron gran importancia en el proceso de expansión de su popularidad. El primero fue en 1972 cuando se tomó la decisión de desarrollar una línea de modelos Enduro. En muchos países del mundo, en los que la principal demanda de los fuerabordas es comercial, factores como la calidad del agua, el tiempo y clima variables y su prolongado e intenso uso conforman unos entornos de funcionamiento muy exigentes. Los modelos Enduro de Yamaha han sido diseñados para que superen estas condiciones de uso extremadamente exigentes, por su durabilidad y calidad.

El proceso de desarrollo se basó en minuciosos estudios sobre las condiciones de uso y de entorno, lo que permitió aunar los esfuerzos del personal de ventas y el de servicio técnico con los de los concesionarios locales en todo el mundo. Luego, los datos recogidos por estos estudios de campo se convirtieron en ambiciosas metas de desarrollo y parámetros de evaluación, que nunca habían sido tan exigentes. El primer modelo de Enduro nacido de este proyecto de desarrollo recibió el nombre de "E8", al que siguieron los E15, E25, E40 y E48. El lanzamiento de estos modelos estableció un nuevo nivel de durabilidad, lo que generó la fidelidad de los usuarios en todo el mundo. En casi 30 años de su presencia en el mercado, los modelos Enduro han sido sometidos a un proceso constante de mejora y hoy siguen fabricándose como modelos muy maduros y experimentados.

El segundo importante factor para que los fuerabordas de Yamaha ganaran reconocimiento con marca global fue su introducción en el mercado estadounidense en los años 80 del siglo pasado. A diferencia de los modelos de uso comercial como los de la serie Enduro, la demanda de los fuerabordas destinados al ocio había

crecido por unos factores de índole diferente, entre los que el ser ligero y compacto era una cualidad importante. Yamaha Motor, totalmente consciente de estas diferencias fundamentales, se convirtió en el primer fabricante de fuerabordas en desarrollar dos líneas independientes, una para el uso comercial y otra para el de ocio. El desarrollo de los fuerabordas para el ocio comenzó en 1981 y en sólo tres años el proyecto dio como fruto una gama de 12 modelos de 2 tiempos, de 40 CV hasta 220 CV, entre ellos el popular 150A. Con esta gama, Yamaha Motor participó en el Salón Náutico de Chicago en 1983 e inició su penetración en el importante mercado de EEUU.

Las exclusivas tecnologías Yamaha como el acabado de pintura altamente resistente y otras medidas anticorrosivas, junto a su durabilidad sin par, perfeccionada en los más exigentes mercados de uso comercial, ayudaron a que la marca Yamaha lograra fama de ser resistente y fiable en los sectores de ocio en EEUU

y otros mercados náuticos maduros. Ello situó a Yamaha Motor en una merecida posición de ganarse el reconocimiento de ser una marca de prestigio.

Yamaha Motor continúa respetando el enfoque diferenciador según el tipo de uso y mercados, lo cual la convirtió en una marca global. Mientras que en los mercados de ocio Yamaha lideró el camino al desarrollar la creciente gama de modelos de 4 tiempos de alta calidad, seguimos proporcionando una gran línea de 2 tiempos, que abarca desde 2 CV hasta 250 CV, para los mercados orientados al uso comercial en todo el mundo. Además, se incorporaron a estos modelos numerosas variaciones para satisfacer las necesidades específicas de cada región o localidad según factores como las condiciones reales de uso y tipos de embarcaciones en las que se instalan. Es esta dedicación de Yamaha para detectar las necesidades del cliente la que nos hace la marca preferida, utilizada y querida por la gente de todo el mundo.





# Medir la deformación de la culata

En esta edición de la serie “Actualizando conocimientos” abordamos el tema de cómo medir correctamente la deformación de la culata. Como en el número anterior, nos referiremos a la sección de “Pruebas y mediciones” del Manual de Servicio, que les recomendamos que lean para profundizar sus conocimientos.

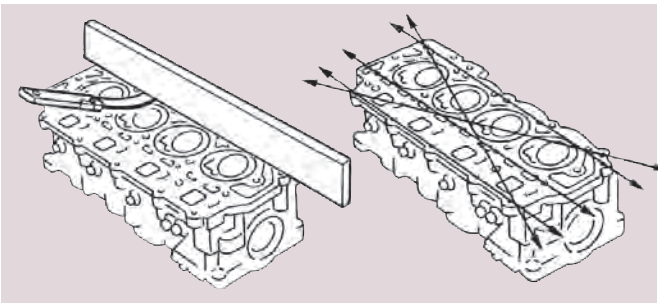
## La culata puede deformarse

Al estar directamente sometida a las altas presiones y temperaturas de combustión durante el uso, la culata puede deformarse si la embarcación es pilotada de forma incorrecta (sobrecalentamiento, etc). Las fuerzas internas producidas durante largos periodos de uso pueden causar deformaciones al desmontarse el motor. Por lo tanto, es importante revisar cada vez la culata para asegurarse de que no presenta deformaciones.

## Medir la deformación de la culata

Tal y como se indica en la página de “Comprobación de la culata” del Manual de Servicio, se requieren una regla de rectitud y una galga de espesores para medir la deformación de la culata.

Las fotos inferiores muestran el procedimiento de medición de la culata del motor fueraborda F60C. La culata se considera correcta si no se puede insertar una galga de espesor de 0,10mm entre la regla de rectitud y la culata.



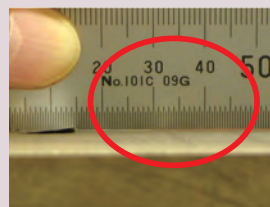
## Cuando estas herramientas no están disponibles

Si la labor de mantenimiento se realiza en un taller que pertenece a su empresa, no habrá problemas ya que seguramente contará con las herramientas necesarias para realizar la medición. No obstante, con frecuencia el servicio técnico de fueraborda debe realizarse en un lugar alejado de su taller, por lo que, aunque no disponga de las herramientas de medición adecuadas, querrá realizar comprobaciones para determinar si la culata es todavía válida. Para un caso así, usted debería saber realizar mediciones con las herramientas que tenga a mano.

El procedimiento que quiero mostrarles aquí lo ideé para tales casos. No es un método habitual, pero podría ser útil si no dispone de mejores herramientas.

Primero, en sustitución de una regla de rectitud, podría usar una regla de acero o el filo superior de una hoja de sierra de arco (que no esté doblada). Ambos sustitutos son suficientemente rectos y adecuados para la medición.

El problema es cómo medir el hueco. Como no hay nada que sustituya a la galga de 0,10mm de espesor necesaria para esta medición, nos vemos obligados a depender de nuestra capacidad visual. Las fotos inferiores muestran



0.03mm



0.10mm

una distancia de 0,03mm y otra de 0,10mm. Observe detenidamente la línea de color blanco y la naranja mostradas dentro del círculo rojo de ambas fotos. En el ejemplo de 0,03mm el fondo es apenas visible. En cambio, en el de 0,10mm se ve claramente el fondo. Simplificando, si el fondo o la luz de atrás es claramente visible, probablemente hay una deformación superior a 0,10mm.

## Entrenar los cinco sentidos

Tal y como se detalló en la última entrega “Medir la presión de compresión de los cilindros”, es muy importante que las mediciones se realicen de acuerdo con el procedimiento y condiciones correctas.

Aun así, surgen problemas durante el trabajo y a veces se debe tomar una decisión rápida. Es cuando necesitamos tener “habilidad aplicada”, “conocimiento fundamental” y “buena capacidad de percepción” apoyándonos en nuestros cinco sentidos. Mantener agudizados sus sentidos es algo que exige un entrenamiento constante. Por lo tanto, deberá comprobar y corregir frecuentemente su capacidad de percepción en tareas como mediciones para mantenerla en forma. El procedimiento que hemos explicado aquí requiere agudizar los sentidos y puede llevarle a un error si no tiene afinadas sus percepciones mediante prácticas frecuentes. Espero que todo el mundo recuerde este importante punto en las tareas diarias de servicio técnico.

## Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations,  
1400 Nippashi, Minami-ku, Hamamatsu,  
Shizuoka 432-8528, Japan



## El potencial del boca a boca

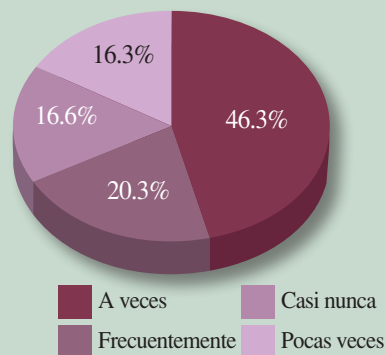
En la última columna de Gestión del cliente, tratamos de las prácticas de la correcta gestión usando los datos de los clientes para aumentar ventas. Para que su negocio tenga éxito, lo que deberá hacer es ampliar el tamaño de la base de sus clientes. Además, rodearse de buenos clientes que confían en usted y en sus prácticas de negocio es una manera segura de incrementar oportunidades de negocio y de ventas. Es este número, explicaremos cómo ampliar la base de sus clientes a través de la fuerza del “boca a boca”.

### Los efectos del “boca a boca”

En nuestros negocios, tratar de convencer a los clientes de las ventajas de los productos en charlas o anuncios sirve a duras penas para ganar su confianza. Los clientes tienden a creer más fácilmente los comentarios de otros clientes que realmente hayan usado el producto. Esta comunicación directa entre los usuarios se llama el método del “boca a boca”.

Los gráficos inferiores muestran los resultados de los efectos del boca a boca de una encuesta realizada en 2006 por Info-plant, una empresa japonesa de estudios de mercado. Según estos resultados, más de un 70% de los consumidores usan este método como referencia para adquirir un producto. Además, más de un 80% dice que quiere comentarlo con otras personas cuando encuentra un buen producto y un 40% realmente lo hace. La mayoría de la gente escucha a sus amigos y familiares, mientras que un pequeño porcentaje se fía de lo que le dicen los dependientes de las tiendas o a lo que leen en periódicos y revistas.

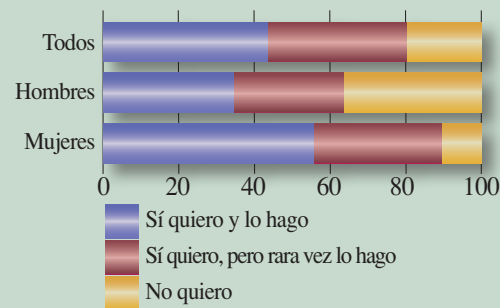
Q: ¿Con qué frecuencia utiliza información del boca a boca cuando compara o estudia un producto o servicio que le interesa adquirir?



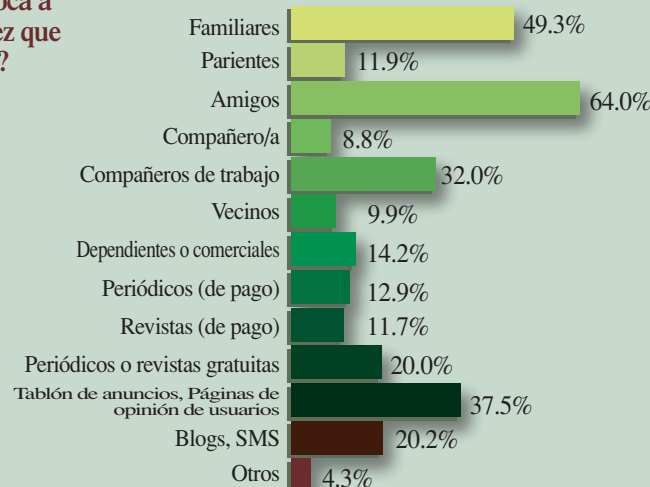
Q: ¿Querrá utilizar información del boca a boca como referencia la próxima vez que adquiera un producto o un servicio?



Q: ¿Quiere comentárselo a alguien cuando compra un buen producto o servicio?



Q: ¿De quién (o dónde) obtiene consejo del boca a boca cuando compara o estudia algún producto o servicio que quiere adquirir?



### Estrategias para el método del boca a boca en la era de internet

Con la expansión del uso de internet, se prevé que el potencial del boca a boca se incremente más que nunca a través del frecuente uso de blogs, Twitter y Facebook. El uso eficaz de estas herramientas como parte de la estrategia de marketing resulta esencial para muchos negocios. Sin embargo, las “estrategias del boca a boca” mal planteadas, como por ejemplo emitir información exagerada sobre sus propios productos o servicios, pueden ser contraproducente. Este tipo de prácticas son fácilmente descubiertas y expuestas en internet.

## II Salón Internacional Náutico de Arabia Saudí

Del 8 al 11 de diciembre de 2010 tuvo lugar en Jeddah (Arabia Saudí) el II Salón Internacional Náutico, en el que participaron 73 expositores nacionales e internacionales, procedentes de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) y otros países. El certamen abrió sus puertas cada día desde las 17 horas hasta medianoche, incluso el día festivo, y recibió muchos visitantes.

El stand del distribuidor local Al Khorayef estuvo repleto de nuevos productos de primera línea, como el fueraborda F300B, el yate de crucero EXULT 35SS y las motos acuáticas WaveRunner. En comparación con sus países vecinos, Arabia Saudí sigue disfrutando de una economía fuerte y se prevé un gran crecimiento de negocio en el sector náutico de ocio.

Mitsuhiro Nakamura, Oficina de Dubai, Operaciones de Negocio Marino, YMC



En el stand Yamaha.



Destacada presencia de nuevos motores fuerabordas F300B en el stand.

## Reunión de concesionarios para reforzar la venta de fuerabordas en Indonesia

En el mercado indonesio, en el que los fuerabordas de Yamaha gozan de una cuota superior al 70%, el distribuidor náutico PT. Karya Bahari Aradi (KBA) de Yamaha organizó, del 2 al 4 de diciembre de 2010, una reunión de concesionarios en la turística isla de Bali. Representantes de 14 concesionarios 3S (Venta, Repuestos y Servicio, en siglas en inglés) desarrollaron una agenda de tres días que consistía en difundir aun más la política de los concesionarios 3S y confirmar los objetivos de venta de la próxima temporada.

Las presentaciones ayudaron a elevar la motivación de los concesionarios.

Cara al futuro, KBA está ejecutando conjuntamente planes a medio y a largo plazo, orientados al potencial de crecimiento del mercado indonesio.

Kiminori Tsubomoto, Oficina de Singapur, Operaciones de Negocio Marino, YMC



Asistieron catorce concesionarios 3S procedentes de toda Indonesia.

## Captain Andy's patrocina la regata de veleros Mashua en el X Festival Anual de Cultura de Lamu

Captain Andy's Fishing Supply, un distribuidor de Yamaha en Kenia, patrocinó orgullosamente la regata de veleros Mashua como un evento que formaba parte del programa del Festival Anual de Cultura de Lamu, junto a torneos de fútbol, baile, regata de canoas y carrera de burros. Fue una gran oportunidad para Captain Andy's para exponer sus productos y su información.

La regata Mashua fue un gran éxito de participación, con 24 barcas dhow procedentes de todo el archipiélago de Lamu. El festival acogió a numerosos visitantes locales e internacionales y asistieron muchas personas al acto de entrega de premios para todos los eventos, siendo el invitado de honor el embajador de EEUU, Sr. Ranneberger.



El ganador se hizo con atractivos premios.

El ganador de la regata Mashua fue Suo Kale Suo de Mbawajumali, Lamu Oriental, que capitaneó su barco dhow Subira.

Erica Thomas, directora de Captain Andy's Fishing Supply



Regata de veleros Lamu-mashua en Kenia.

Página web de fuerabordas Yamaha <http://www.yamaha-motor.co.jp/global/consumer/outboards/index.html>

Página web de los fans de WaveRunner <http://www.waverunner-fan.com/>

Se puede visualizar el Canal Yamaha de Fuerabordas en Youtube. Vean escenas acuáticas y diversos usos de los fuerabordas de Yamaha en todo el mundo.

Canal Yamaha de Fuerabordas <http://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>