

Chantey

Boletín de los concesionarios náuticos de Yamaha

Diciembre 2012

No. 144

Versión española



ÍNDICE

- P1:** Especial Chantey: Los productos de Yamaha lideran el negocio del motor fueraborda en un mercado brasileño en rápida expansión
- P4:** Consejo puntual para el servicio técnico: El programa "5S"
- P5:** "Preciada captura en los inmensos humedales de Brasil", según Kurt el Pescador

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

Especial
Chantey

Brasil

Los productos de Yamaha lideran el negocio del motor fueraborda en un mercado brasileño en rápida expansión



La ciudad de Río de Janeiro y la bahía de Guanabara con el Océano Atlántico al fondo a la derecha.

Como se ve aquí en la bahía de Botafogo, echar anclas fuera de la bahía es el estilo usual de amarre.



Forjando la cuota de mercado con las funciones 3S

Uno de los mercados náuticos que atrae mayor atención a nivel mundial es el de Brasil, el mayor país sudamericano. Este país, asociado para mucha gente con cosas como el fútbol, el carnaval de Río, el café y la *bossa nova*, ahora se halla en el pleno proceso de desarrollo económico y acogerá importantes eventos internacionales como la Copa Mundial de la FIFA del 2014 y las Olimpiadas de Verano del 2016.

El mercado náutico de Brasil puede dividirse en tres áreas: la cuenca del Amazonas en el norte, los humedales del Pantanal en el oeste y la costa atlántica (agua salada) que rodea grandes urbes como Río de Janeiro.

Actualmente, el volumen de la demanda anual total de fuerabordas en Brasil se calcula en unas 30.000 unidades, de las cuales unas 20.000 serían de Yamaha. En las tres áreas del mercado que mencionamos arriba, la del Amazonas y la del Pantanal, se observa un predominio de los modelos de 15 CV a 90 CV, usados en actividades fluviales. Por el contrario, hay una gran presencia de potentes fuerabordas de 200 CV en la costa atlántica. Asimismo, hay que anotar que, a pesar de que la venta en número de unidades es muy superior en las áreas interiores, podríamos afirmar que son las famosas y concurridas ciudades de la costa como Ipanema y Copacabana las que lideran el mundo náutico brasileño.



Los grandes fuerabordas son los principales propulsores que se utilizan en las aguas de la costa atlántica. No es raro ver el montaje dual de fuerabordas como en esta foto.

¿Cuál es la estrategia del éxito de Yamaha en el mercado náutico de Brasil?

Pese a que se trasladó la capital a Brasilia y que São Paulo se convirtió en el centro comercial del país, Río de Janeiro ha permanecido como símbolo de Brasil en el corazón de la gente. Su puerto se considera como uno de los tres más hermosos del mundo y sus lugares de fama mundial como el cerro de Corcovado y la playa de Ipanema siempre están animados de turistas.

El mundo náutico brasileño comienza en la bahía de Guanabara. Cercada por grandes urbes como Río y Niterói, la bahía tiene unas 130 islas de distintos tamaños. Cuatro de los puertos deportivos más famosos se ubican en esta bahía, que, fuera de la zona de muelles, cuenta con numerosos amarres para embarcaciones. Los fines de semana muchas personas disfrutan navegando por la bahía.

El uso de embarcaciones más común en Río es para navegar. En cuanto al tipo de embarcaciones, usted quedaría sorprendido ver que pocas van propulsadas por fuerabordas. Aquí los navegantes siempre han preferido veleros y embarcaciones equipadas con grandes intrabordas. La razón de esta tendencia se explica por la fuerte influencia de la cultura de ocio europea con respecto a los vehículos motorizados y el estilo de ocio náutico de Brasil no es excepción a esta norma. Por lo tanto, las embarcaciones con



Hay más veleros que barcos motorizados amarrados en los puertos deportivos de la bahía de Guanabara.

fuerabordas se utilizan mayoritariamente para la pesca deportiva, practicada en las entradas a la bahía, o para navegar en ella. Los barcos utilizados son de FRP de 30 pies en su mayoría y normalmente están equipados con fuerabordas de entre 150 CV y 300 CV.

Para asegurar su posición de liderazgo en un mercado de este tipo, Yamaha está consolidando la política de 3S (Ventas, Servicio y Repuestos, en sus siglas en inglés) para su red comercial. A través de esta política de asegurar tanto las ventas y un servicio reforzado como un suministro fluido de repuestos, Yamaha está trabajando para elevar la satisfacción del cliente y diferenciar de esta forma la marca Yamaha de sus rivales.



La sala de exposición y las oficinas del concesionario TRINCA que presta su servicio en el mercado náutico de Río.



Gracias a sus fiables fuerabordas y a un sólido servicio de sus concesionarios, Yamaha goza de un 90% de la cuota de mercado

Como un importante ejemplo de un mercado donde la estrategia “3S” de Yamaha está ganando apoyos del cliente, presentamos aquí el mercado náutico fluvial de Panorama.

Panorama es conocido como base de pesca deportiva en el extremo oeste del estado de São Paulo, adonde acuden los aficionados los fines de semana con sus embarcaciones remolcables. Muchos se desplazan hasta una distancia de 600 km desde São Paulo para embarcarse aquí y capturar hasta la saciedad grandes peces como el pavón y el dorado.

El concesionario de fuerabordas de Yamaha para el área de Panorama es MOTO-OESTE. Antes este concesionario sólo vendía motocicletas, pero desde que abarca



Este tipo de rampas son usuales en el puerto deportivo de Panorama. Por esta razón, la mayoría de las barcos son inferiores a 20 pies.

el negocio náutico desde hace ocho años, ha experimentado un crecimiento tan rápido que actualmente alcanza un 30% de la cuota de la venta total de los fuerabordas de Yamaha en Brasil.

“De los motores fuerabordas que comercializamos, los modelos de mayor salida son de entre 15 y 60 CV que propulsan barcos de aluminio de entre 16 y 20 pies. El tamaño que escogen los clientes depende hasta cierto punto de la condición económica de cada uno, pero otros



factores importantes son la distancia de su navegación y la facilidad de transporte del mismo motor. Aquí la mayoría de los propietarios prefiere una embarcación remolcable para poder guardarla en su casa, en lugar de hacerlo en un puerto deportivo.

Asimismo, una gran parte de la demanda consiste en motores de pequeña potencia que son más fáciles de transportar para utilizarlos en barcas de alquiler. Es que la costumbre de esta zona es alquilar barcas, en las que los clientes montan sus motores. No obstante,

en otros casos, la destacada fiabilidad y durabilidad de los fuerabordas de Yamaha hace que la convierte en su marca preferida de forma abrumadora cuando optan por la compra”, afirma el Sr. Moraes de MOTO-OESTE.

El punto fuerte de MOTO-OESTE consiste en sus ventas y en un sólido departamento de servicio centrado en el mantenimiento postventa. El Sr. Moraes añade también que otro factor importante que contribuye a la gran difusión

de la marca Yamaha en su mercado es por sus agresivos esfuerzos para incrementar la exposición de la marca.

“Organizamos campañas de servicio técnico, etc. en los supermercados y también en los ríos. Escogemos sitios concurridos”, dice el Sr. Moraes. “Aunque estas campañas son para nuestros usuarios, también sirven para atraer la atención en la marca de la gente que ve la campaña por casualidad en estos sitios tan populares. Al extender la impresión de que MOTO-OESTE es el concesionario adonde debe ir por fuerabordas, logramos nuevos clientes. Es este tipo de esfuerzos diarios lo que nos permitió ganar la cuota de mercado de la que disfrutamos hoy en día”.

En el área de MOTO-OESTE, los motores fueraborda de Yamaha acaparan un 90% del mercado, lo cual seguramente se debe a que este concesionario fue más allá de simplemente vender productos, trabajando para consolidar una relación de confianza con sus clientes mediante la puesta a punto de un sólido sistema de apoyo a la vida del navegante, que incluye campañas de servicio y reparaciones rápidas y fiables cuando tienen fallos.

Acerca de la dominante cuota lograda en este



Los fuerabordas y las barcas de aluminio son los productos más importantes para MOTO-OESTE.



La sala de exposición de MOTO-OESTE. Se exponen barcas de aluminio y motores fueraborda que constituyen sus productos de mayor venta.



El Sr. Moraes de MOTO-OESTE dice que seguirá consolidando las funciones 3S para ganar una cuota de mercado aun mayor.



El programa “5S”

En los últimos números de Chantey, he tocado temas muy técnicos dentro de la labor de servicio técnico, por lo que esta vez hablaré de una habilidad técnica algo diferente, que llamamos las habilidades “5S” en Japón. Supongo que usted ha oído hablar de las 5S. Es un término que originariamente se utilizó para mejorar entornos del lugar de trabajo en la industria japonesa de fabricación y de servicio técnico, pero actualmente se ha convertido en un estándar internacional.

En este número, hablaré sobre los puntos básicos del programa 5S y de cómo integrarlo como parte del enfoque para mejorar el taller o lugar de trabajo en seguridad y eficiencia. Seguramente los encontrará muy valiosos en la práctica.

¿Qué es el programa 5S?

El término 5S se deriva de las cinco palabras japonesas que comienzan con una S: *Seiri, Seiton, Seisou, Seiketsu y Shitsuke*.

¿Qué significan? Aquí tiene una explicación resumida.

- (1) *Seiri*: Separar las cosas que usted necesita de las que no necesita y deschar éstas.
- (2) *Seiton*: Mantener cada cosa en un lugar asignado para que esté allí cuando usted la necesita.
- (3) *Seisou*: Mantener siempre limpio el lugar de trabajo.
- (4) *Seiketsu*: Mantener cada día los anteriores puntos (1), (2) y (3).
- (5) *Shitsuke*: Obligarse a adquirir la costumbre de respetar el correcto orden de operaciones y normas. Son prácticas aparentemente sencillas, pero nos cuesta a todos respetarlas en nuestro trabajo diario.



Seiri: Las SST (herramientas especiales de servicio) son imprescindibles, por lo tanto, se depositan en una caja.



Seiton: Las herramientas se ordenaron por tipos y se colocaron en estantes.



Seisou: Una vez finalizado el trabajo, se realiza la limpieza del taller.

¿Cómo conseguiremos llevar el programa 5S a la práctica?

De las cinco prácticas, llevar a cabo las primeras tres es incluirlas en el calendario de trabajo, mientras que tenemos que adquirir la costumbre de realizar la (4) y la (5), por lo que vamos a plantearlas separadamente. Dado que las (1), (2) y (3) son cosas de planificación, todo lo que tenemos que hacer es asignar una fecha a cada una y llevarla a cabo.

- (1) El mayor obstáculo para la (1) *Seiri* es pensar que “ahora no necesito esto pero a lo mejor lo necesitaré algún día”. Si hay algo que no ha utilizado en un año, hay que decidir eliminarlo.
- (2) En (2) *Seiton*, lo importante es ordenar los objetos por grupo y colocarlos en donde sean visibles y fáciles de encontrar. Ordenar los objetos por grupo significa poder saber al instante dónde están las herramientas que busca. A continuación colocar cada herramienta en donde sea visible y fácil de alcanzar. Para ello, sería buena idea observar las mejores prácticas de los demás compañeros de trabajo.
- (3) En cuanto a (3) *Seisou*, no necesita explicación. Ya sabe que hay que limpiar el lugar de trabajo al finalizar la jornada. Para las (4) y (5), lo mejor sería que usted y sus compañeros de trabajo establecieran normas. Se podría dividir las tareas relacionadas con las (1), (2) y (3) entre tres niveles: ‘Nivel 1’ tareas que deben realizarse cada día; ‘Nivel 2’ tareas que deben realizarse en una fecha determinada cada mes; ‘Nivel 3’ tareas a realizarse una vez al año. Hay que decidir fechas entre todos y llevar a cabo las tareas según el calendario.

El programa 5S es una manera efectiva de reducir coste

Una de las razones por las que en muchos talleres no se lleva a cabo el programa 5S es que da la sensación de no contribuir directamente a generar beneficios. Pero, como usted puede observar en la foto superior de *Seiri*, si las herramientas están todas mezcladas en una caja, puede que usted pierda cinco minutos buscando la herramienta necesaria. Repetir dos o tres veces búsquedas de este tipo no sólo significa la pérdida de tiempo sino que desmotivará a los operarios. Cuando las herramientas se guardan como en la foto superior de *Seiton* (2), no se perderá más tiempo y la tarea se realizará con eficacia. Pasa lo mismo con *Seisou* (3). Recoger objetos que están en el suelo y limpiar las mesas de trabajo a medida que usted vaya trabajando hace que el trabajo fluya sin dificultad. De este modo, el programa 5S representa importantes tareas preparatorias para asegurarse de que las cosas se hacen sin demora con un flujo de trabajo más rápido y exacto, lo que permite ir ejecutando las tareas sin complicaciones. Ello significa que está directamente relacionada con la reducción de tiempo, lo que disminuye el coste.

¿Qué le parece? La verdad es que vale la pena intentar eliminar pérdidas diarias de tiempo y trabajos inútiles mediante el programa 5S.

Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room

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





Uno de los peces más apreciados entre los pescadores deportivos en el Pantanal es el *dorado*. Tal y como indica su nombre, este pez está cubierto de una bella y brillante capa dorada de la cabeza al vientre. En su madurez puede alcanzar un promedio de un metro de largo y pesar unos 7 kilos, superando alguna pieza más de 20 kilos. El dorado es conocido por ser un feroz y audaz combatiente y, cuando pica el señuelo, hace chirriar la caña al intentar escapar. Nada veloz y salta con una fuerza tremenda que no se esperaría de un pez de este tamaño. Una vez terminada la lucha, muchas veces se encontrará el señuelo destrozado y



“Preciada captura en los inmensos humedales de Brasil” según Kurt el Pescador

En este número, el Especial Chantey le invita a visitar Brasil para observar el panorama de la pesca deportiva en la región del Pantanal. Los humedales del Pantanal abarcan inmensas superficies entre Brasil, Bolivia y Paraguay, a las que aportan agua los innumerables afluentes del río Paraguay y del Paraná. La nutriente agua de estos ríos alimenta la flora y fauna de gran riqueza, entre la que naturalmente se incluyen numerosos peces a capturar.

el anzuelo desfigurado. Seguramente el dorado se considera como uno de los peces de agua dulce más fascinantes del mundo para capturar.



En esta región brasileña del Pantanal, hay muchas casitas de pescador, donde se puede alquilar una barca. La mayoría son embarcaciones de aluminio propulsadas por un motor fueraborda con el timón de caña como se puede ver en la foto. Aparte de un aparejo de pesca adecuado, todo lo que se precisa para pescar en el Pantanal es una embarcación de este tipo. Yamaha participa con una ventaja decisiva en el mercado de fuerabordas aquí. Gracias a la durabilidad de nuestros fuerabordas y a la disponibilidad del servicio postventa de alta calidad, hemos ganado la confianza del mercado. Otro aspecto atractivo de pescar el dorado es la tupida red de alojamientos de habitación individual en esta región. Cada alojamiento dispone de una pequeña flota de barcas de

aluminio propulsadas por fueraborda, lo que permite a los pescadores visitantes moverse desde un alojamiento a otro y pescar en diferentes puntos de los inmensos humedales del Pantanal, utilizando las barcas de los alojamientos como medio de transporte.

El dorado es un pez apreciado por los pescadores deportivos de todo el mundo. En Japón, un país conocido por sus numerosos y ávidos pescadores, el famoso escritor Takeshi Kaiko en uno de sus libros lo describe como un pez extremadamente difícil de capturar. Debo confesar que cuanto visité el Pantanal lo intenté sin éxito. No obstante, es expresamente esta dificultad de encontrar y combatir el dorado lo que hace muy apreciada su captura entre legiones de pescadores deportivos de todo el mundo.



Nota del editor



A medida que Brasil continúa su curso de crecimiento económico, observamos que el país atrae cada vez más la atención del mundo empresarial a nivel mundial. Dado su inmenso tamaño y abundantes recursos naturales, no hay duda de que su crecimiento continuo y estable conducirá a Brasil hacia un futuro brillante.

El ocio náutico es uno de los deportes al aire libre más populares de Brasil, país que cuenta con numerosas playas de gran belleza, el clima tropical y una alegre idiosincracia, que le confieren una cultura y tradiciones originales.

Los usuarios de productos náuticos tienden a ser víctimas de ciertas artimañas y actuaciones poco honestas.

Para Yamaha la clave del éxito en su negocio brasileño no consiste en algo especial o diferente. La política de marketing de 3S (Venta, Servicio y Repuestos en sus siglas en inglés) que Yamaha fomenta en todo el mundo está funcionando satisfactoriamente también en Brasil. Sin deshonestidad ni artimañas. El objetivo de Yamaha es lograr una plena satisfacción de nuestros clientes, ni más ni menos.

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.

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