

Especial  
CHANTEY

## Un joven empleado de Yamaha examina de cerca los métodos de los concesionarios náuticos del mayor mercado mundial



**E**n Yamaha Motor Japón (YMC), hace siete años que enviamos a jóvenes ingenieros al extranjero para que realicen viajes de estudio dentro de nuestro programa de Actividad Próxima al Mercado (CTMA por sus siglas en inglés). El objetivo es que hablen a fondo con los concesionarios y los usuarios locales para entender mejor sus necesidades y los problemas a los que se enfrentan. Esta mentalidad «próxima al mercado» es una de las mayores fortalezas de nuestro negocio de motores fueraborda. Hace casi seis décadas que Yamaha desarrolló su primer motor fueraborda y, desde entonces, nuestros ingenieros han recorrido los mercados de todo el mundo para saber de primera mano lo que quieren los clientes y qué productos les gustan y les inspiran confianza. En otras palabras, la base de nuestro ideal de ingeniería es pensar siempre las cosas desde el punto de vista del usuario. Nuestro programa CTMA cumple la importante misión de transmitir esta tradición y las bases de este enfoque próximo al mercado a nuestra nueva generación de ingenieros de manera regular.

Nuestro editor de *Chantey* hace poco ha tenido la ocasión de realizar un viaje de estudio CTMA y de ver la experiencia desde el punto de vista del marketing. El Especial *Chantey* de este número presenta los resultados de las entrevistas con los concesionarios del muy desarrollado mercado náutico de los Estados Unidos, sobre todo en los estados sureños de Luisiana, Florida y Carolina del Norte y del Sur, donde la navegación y las actividades recreativas náuticas son populares y se disfrutan todo el año. Algunos de los ingenieros a los que acompañamos nos han explicado que para ellos la experiencia fue realmente valiosa y reveladora: “Para mí, la mayor sorpresa fue ver el uso generalizado de los barcos allí. En Japón, muy poca gente puede tener su propio barco, pero en los Estados Unidos es como tener un coche”, o “Descubrí lo amplia que es la cultura náutica en EE. UU. y la gran variedad de necesidades de la navegación”. A continuación, presentamos un pequeño desglose en tres puntos de lo que nuestro editor aprendió de las estrategias y las técnicas de marketing de los concesionarios estadounidenses.

### ÍNDICE

- P1: Especial Chantey :** Un joven empleado de Yamaha examina de cerca los métodos de los concesionarios de productos náuticos del mayor mercado mundial
- P3: Consejo puntual para el servicio técnico :** La alimentación humana y la alimentación de los motores fueraborda
- P5: Actualidad mundial :** Convención anual de distribuidores mexicanos y otras noticias
- P6: ¡Anzuelo mordido! Reportaje de pesca :** Una pareja francesa de pescadores padre e hijo
- P7: Informe Revs :** El equipo de Yamaha aspira a lo más alto de la Clase de Vela 470
- P8: Visita a la Familia Yamaha :** Servirse de décadas de experiencia para una nueva operación

## La pesca deportiva en barco ofrece oportunidades de crecimiento

En los Estados Unidos, los barcos se usan para una gran variedad de deportes acuáticos y actividades recreativas, pero la pesca deportiva es más popular allí que en ningún otro lugar del mundo. Tanto en los lagos y ríos del interior como a lo largo de las costas, mucha gente se lanza al agua con sus barcos para pasar su tiempo libre pescando y tratar de conseguir una buena captura. Las embarcaciones con consola central (diseñadas específicamente para la pesca deportiva) son populares en todo el país, mientras que las embarcaciones con casco de fondo plano son populares para pescar en aguas poco profundas, sobre todo en Florida. En cualquier caso, la popularidad de la pesca deportiva en EE. UU. hace que estos tipos de embarcaciones sean un segmento importante para el negocio de motores fueraborda de Yamaha.



Las embarcaciones con consola central son populares para la pesca deportiva en EE. UU. (Butler Marine, Inc. en Carolina del Sur)



Las embarcaciones de casco plano están especialmente diseñadas para pescar en aguas poco profundas.

### Punto 1

#### Asociarse con pescadores deportivos profesionales para lograr visibilidad en los medios de comunicación de masas

En EE.UU., las cadenas de televisión locales y nacionales retransmiten con regularidad programas de pesca. Además, últimamente, los entusiastas de este deporte pueden ver vídeos de pesca de todo el mundo a través de Internet. Varios de los concesionarios a los que entrevisté en este viaje aprovechan estos programas para hacer publicidad de sus negocios y promocionar sus productos de Yamaha mediante patrocinios. Pasan anuncios de sus negocios durante estos programas de televisión y/o proporcionan barcos y aparejos o equipos de pesca para que los utilicen los pescadores famosos con el fin de conseguir una publicidad de gran repercusión. En estos programas suelen aparecer pescadores profesionales, de manera que los espectadores ven a auténticos profesionales usando productos específicos y explicando sus excelencias, por lo que sus opiniones pueden tener una gran influencia en quienes los ven.

La pesca deportiva es una actividad recreativa popular en todo el mundo desde hace décadas. Se disfruta individualmente, en familia o incluso en equipo. Por lo tanto, en muchos países se celebran torneos de pesca, que pueden ser de nivel local y llegar a las competiciones internacionales. Por



Marshall's Marine, en Carolina del Sur, es un buen ejemplo de concesionario que participa en las competiciones de pesca y que las conecta con su negocio.

supuesto, los torneos de pesca son populares en EE.UU. Cuando se celebra una de estas competiciones, los concesionarios aprovechan la ocasión para montar carpas para mostrar sus productos y acondicionar espacios para reunirse y charlar con los participantes. Es algo de lo que sacan un gran provecho, ya que les ayuda a conocer a nuevos clientes y a establecer nuevas relaciones y se hacen una mejor idea de cuáles son las tendencias actuales en barcos al ver las embarcaciones participantes, lo que les permite aplicar unas mejores estrategias de marketing.

### Punto 2

#### Aumentar la base de usuarios a través de los seminarios de pesca

Algunos concesionarios de EE. UU. destacan la importancia de formar a los clientes y organizan seminarios sobre temas como el mantenimiento del barco y del motor, los métodos para pescar especies concretas, etc., que van dirigidos a todo el mundo, desde los principiantes hasta los propietarios de barco experimentados. Formar a los clientes no es el único motivo por el que se organizan estos seminarios. Los concesionarios pueden dedicar tiempo suficiente a explicar su línea de productos y la calidad de sus servicios y, lo que es más importante, tienen la posibilidad de interactuar con los participantes y de establecer relaciones con ellos. Por lo tanto, los seminarios pueden ser beneficiosos para ambas partes.

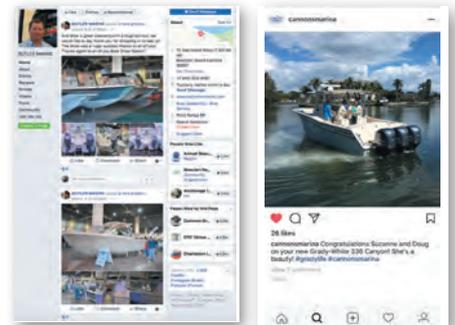


Acto para fomentar la comunicación con los usuarios en Marshall's Marine

### Punto 3

#### Usar Internet y las redes sociales

La mayoría de los concesionarios destacan la gran influencia de Internet y las redes sociales en las ventas y las relaciones y la comunicación con los clientes. Algunos concesionarios invierten en grabar y subir vídeos a Internet, otros invierten en anuncios en Google y actualizan sus sitios web con regularidad. Todos estos métodos permiten atraer clientes y dirigirlos a sus sitios web. La página web de un concesionario ya no tiene un carácter meramente informativo, sino que también es una sala en la que se exponen los productos y en la que se pueden tomar las decisiones de compra. Las redes sociales como Instagram y Facebook son especialmente efectivas a la hora de dirigir a los clientes hacia las páginas web de un concesionario, así que muchos concesionarios de EE. UU. no pasan por alto el potencial del marketing en estos medios.



Los concesionarios utilizan activamente las redes sociales como Facebook e Instagram para comunicarse con sus usuarios.



## La pesca deportiva como gran oportunidad de negocio

La visión que la gente tiene de la pesca depende en gran medida del lugar en el que vive. Para algunos, la pesca no es más que su trabajo diario. Pero en EE. UU. la pesca deportiva es lo que impulsa el negocio de los motores fueraborda y lo que convierte a este país en el mayor mercado náutico del mundo. Ernest Hemingway, el gran escritor estadounidense y premio Nobel de literatura, es muy conocido por su novela corta, ganadora del premio Pulitzer, *El viejo y el mar*. En realidad, Hemingway era también pescador deportivo y escribió sobre los placeres de la pesca con caña, de la misma manera que otros escribieron sobre la caza mayor, practicada por la aristocracia y la élite adinerada. En su vida privada, Hemingway tuvo su propio barco para la pesca deportiva de altura y practicó esta actividad como «deporte de caballeros», promoviendo el establecimiento de unas reglas de tipo deportivo.

Hemingway falleció en 1964, pero si hoy estuviera vivo, podría perfectamente ser el propietario de un potente barco de pesca deportiva



El negocio del alquiler de barcos de pesca también es importante en EE. UU. Venice Marina, en Venice, Luisiana, ofrece este servicio, además de un restaurante y alojamiento para los pescadores.



Zona de exposición de Butler Marine. La exposición de todos los barcos desempeña un papel importante en el nivel de satisfacción de los clientes y también inspira confianza en el concesionario.

impulsado por grandes motores fueraborda. La pesca es una afición y un deporte que la gente quiere practicar con estilo, en barcos de diseño elegante, con los aparejos de pesca más modernos y con equipos especializados; y los motores fueraborda también son un componente importante de esta fórmula, por lo que representan una gran oportunidad de negocio para los concesionarios náuticos.



## La alimentación humana y la alimentación de los motores fueraborda

Hola a todos: ¿Se está portando bien el tiempo? Después de despertamos por la mañana, si no comemos algo, no tenemos la suficiente energía para afrontar el día. No es una exageración afirmar que hay que empezar el día con un desayuno bueno y saludable. Se dice que las personas que desayunan bien trabajan mejor que las que deciden saltarse el desayuno.

Si trabajas bien, sin duda se debe en parte a que has tomado un buen desayuno, pero es innegable que unas personas toman un desayuno ligero y que otras prefieren un desayuno abundante.

Sin embargo, ¿las personas que solo comen un poco y las que comen mucho pueden proporcionar el mismo nivel de rendimiento en el trabajo? En Japón, se nos suele decir que solo hay que comer hasta tener el 80% del estómago lleno, pero lo que podemos afirmar con toda seguridad es que comer demasiado o demasiado poco no es bueno. Por ejemplo, si fueras a participar en un maratón, ¿podrías correr bien con el estómago atiborrado después de haber comido en exceso? Por el contrario, si tuvieras el estómago casi vacío, probablemente no podrías llegar a la línea de meta.

¿No podríamos decir lo mismo de los motores fueraborda? Si a un motor fueraborda le damos la gasolina que tanto «ansía» en cantidad suficiente, podrá trabajar duro durante mucho tiempo. Pero si le damos demasiada gasolina, empezará a carraspear y petardear, y los gases que salen del tubo de escape se irán oscureciendo a medida que sigue funcionando. En cambio, si no tiene suficiente gasolina, sonará como si se estuviera quedando sin aliento y no funcionará con mucha fuerza.

Por lo tanto, ¿cómo determinamos la cantidad adecuada de gasolina con la que «alimentamos» un motor? Lo cierto es que, si un motor fueraborda solo se «alimenta» de gasolina, acabará teniendo dolor de estómago. Tiene que alimentarse con una mezcla de aire y gasolina, en otras palabras, con la «mezcla de aire y combustible» correcta. Si la mezcla no es la adecuada, el motor no puede digerirla.

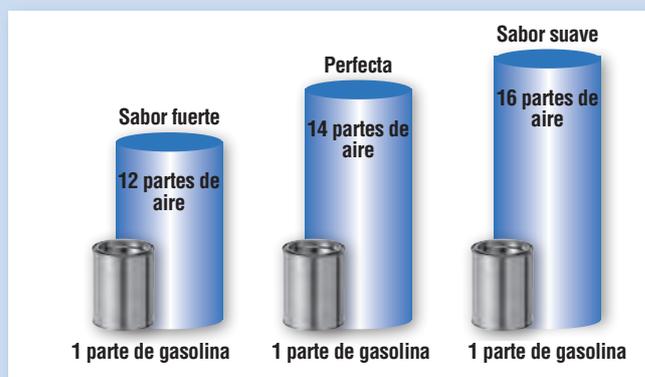
Así que, ¿qué tipo de mezcla de aire y combustible prefiere un motor fueraborda? Intentemos pensar en ello como si la riqueza en gasolina fuera como «condimentar» el motor fueraborda usando las tres ratios de aire y combustible siguientes.

12/1: 12 partes de aire mezcladas con 1 parte de gasolina (una mezcla con un «sabor fuerte»)

14/1: 14 partes de aire mezcladas con 1 parte de gasolina (una mezcla «perfecta»)

16/1: 16 partes de aire mezcladas con 1 parte de gasolina (una mezcla con un «sabor suave»)

Si hay demasiado aire (número mayor/1), la mezcla es pobre o tiene un «sabor suave» y, a la inversa, si no hay suficiente aire (número menor/1), la mezcla es rica o tiene un «sabor fuerte».



¿Qué tipo de condimentación prefieres? Por ejemplo, si normalmente te gusta una condimentación moderada, como una mezcla de aire y combustible de 14/1, ¿siempre la prefieres así? Lo más probable es que tus preferencias cambien en función del hambre que tengas o de lo cansado que estés, más o menos de la siguiente manera:

Quando descansas o duermes: no estás trabajando, así que no tienes hambre (18/1).

Quando caminas normalmente o cuando vas cuesta abajo: no te entra hambre, así que no necesitas comida con un sabor fuerte (16/1).

Quando corres: te entra hambre como de costumbre, así que quieres comida con la condimentación habitual (14/1).

Quando haces ejercicio intenso o cuando vas cuesta arriba: te entra mucha hambre, así que quieres algo con un sabor más fuerte (12/1).

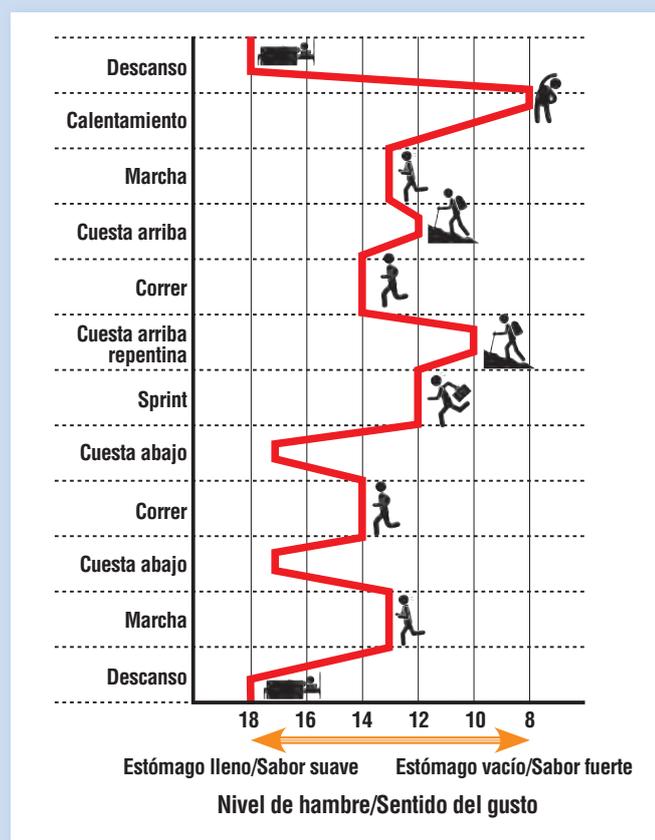
Quando subes una cuesta muy empinada: te entra muchísima hambre, así que lo que te apetece es una comida muy condimentada (10/1).

Antes de un ejercicio duro: sabes que necesitarás energía, por lo que la comida muy rica está bien (8/1).



# Consejo Puntual para el Servicio técnico

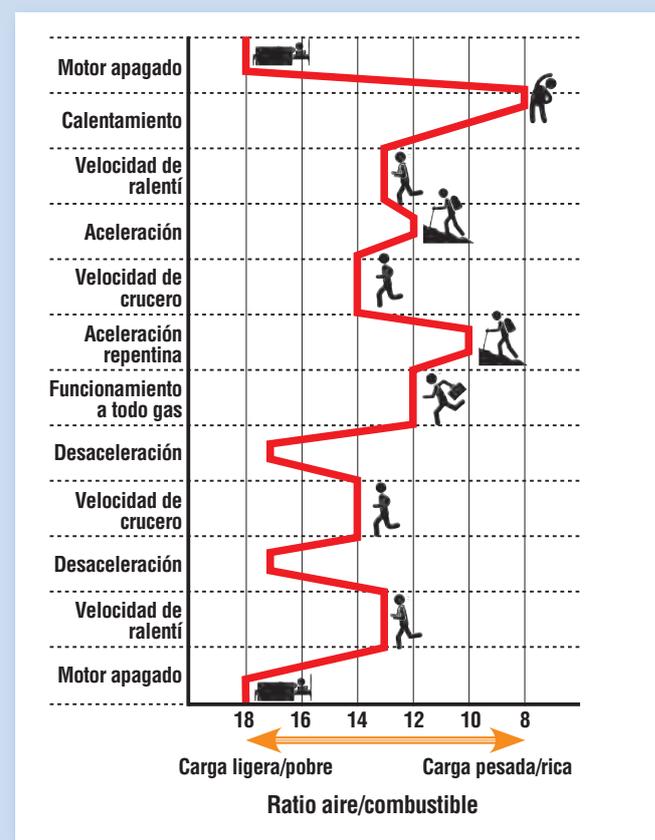
Si tuviéramos que representar en un gráfico estas situaciones, el resultado se parecería al siguiente:



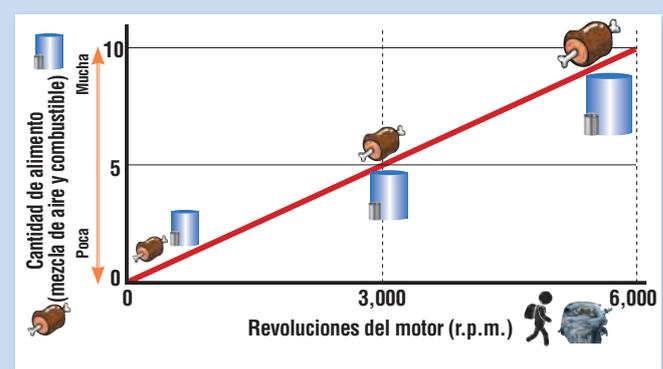
La mezcla de aire y de combustible que constituye el «alimento» de un motor fueraborda se describe en términos de ratio de aire y combustible o de manera abreviada como «A/C» (A/F en inglés). Si tomamos el ejemplo anterior de la comida para los humanos y lo aplicamos a los motores fueraborda, el resultado tendrá el aspecto siguiente:

- Quando el motor está apagado: básicamente, no necesita combustible (18/1).
- Quando funciona normalmente o desacelera: está bien ahorrar combustible, por lo que no se necesita una mezcla rica (16/1).
- Quando se desplaza a velocidad de crucero: el ahorro de combustible es el normal, por lo que una mezcla normal está bien (14/1).
- Quando funciona a todo gas o acelera: se ahorra poco combustible, así que se necesita una mezcla más rica (12/1).
- Quando acelera de repente: el ahorro de combustible es muy bajo, así que se necesita una mezcla rica (10/1).
- Quando el motor se pone en marcha: se necesita una mezcla muy rica (8/1).

Si tuviéramos que representar en un gráfico estas situaciones, el resultado se parecería al siguiente:



Al igual que la cantidad de alimento que comemos, la mezcla de aire y combustible también cambia según sea la necesidad de ese momento. Por ejemplo, si la cantidad de ejercicio que hacemos o las r.p.m. del motor se duplican, la cantidad de alimento que necesitamos y la cantidad de mezcla necesaria también será más o menos el doble.



Estos ajustes de la ingesta alimentaria se regulan mediante la sensación de hambre, etc., mientras que un motor fueraborda usa su carburador o el sistema de inyección de combustible para hacer lo mismo.



En nuestro próximo número, explicaremos los paralelismos entre la «digestión» humana de los alimentos y la «combustión» de un motor fueraborda. ¡Espero que tengas ganas de leerlo!

# Actualidad mundial

Actividades realizadas por los distribuidores de Yamaha en todo el mundo y otras noticias



México

## Convención anual de distribuidores mexicanos

El 19 de enero de 2018, el distribuidor de Yamaha, Industria Mexicana de Equipos Marinos, S.A. de C.V. (IMEMSA), organizó su convención anual de distribuidores náuticos de Yamaha en la Ciudad de México reuniendo a todos los concesionarios del país. Esta convención tiene lugar a principios de cada año y este año se analizaron los resultados empresariales del año fiscal 2017 y se informó a los asistentes acerca de las principales políticas y objetivos para 2018. Fue una reunión fructuosa que ayudó a reforzar nexos de unión entre los concesionarios e IMEMSA. Todo el mundo se reafirmó en su determinación de superar las metas de ventas de este año.

*Jin Matsuno, 1st Marketing Div., Marine Business Operations, YMC*



EE.UU.

## Salón Náutico Internacional de Miami 2018

Del 15 al 19 de febrero de 2018, la 77ª edición del Salón Náutico Internacional de Miami tuvo lugar de nuevo en el Miami Marine Stadium Park & Basin, Virginia Key en Florida, reuniendo el área de exposición sobre el agua y el interior en el



mismo recinto. Se expusieron numerosos productos náuticos de Yamaha, desde embarcaciones inferiores a 36 pies hasta motores marinos y accesorios, repartidos entre varias carpas gigantes frente al mar, que sirvieron como áreas de exposición interior. Asimismo, se podían ver numerosos botes y yates, en su mayoría equipados cada uno con varios motores fueraborda, amarrados en los muelles, en el área de exposición exterior, cuya superficie fue mayor que el año pasado. El buen tiempo acompañó el evento todos los días y unas 97.000 personas de todo el mundo viajaron al salón de este año siendo el nivel de asistencia similar al del año pasado.

Yamaha expuso sus motores fueraborda, WaveRunners y embarcaciones, así como hélices y equipos de instrumentación, demostrando ser un fabricante y suministrador náutico completo con su oferta de una amplia gama de productos. Los nuevos modelos se expusieron en el área del motor fueraborda, entre ellos el F300 y el F350 con sus nuevos cascos blancos, y el nuevo F90 SHO. Con el gran cartel de Yamaha colgado en la carpa de exposición interior, la presencia de Yamaha Motor en el salón fue realmente espectacular.

*Yukiya Akahori, 1st Marketing Div., Marine Business Operations, YMC*



Las Bahamas

## Transmitiendo la fortaleza de Yamaha en las Bahamas

A una distancia de unos 300km de Miami, Florida, frente de la costa este de EE.UU. se encuentra el país isleño de las Bahamas. Harbourside Marine, un distribuidor local de Yamaha en estas islas, tiene su sede en la ciudad capital de Nassau. La empresa comercializa una amplia gama de aparejos marinos y de pesca y ha crecido constantemente, siendo uno de los primeros distribuidores de Yamaha en el Caribe que impulsó el cambio a los motores de 4 tiempos. En el mercado de las Bahamas coexisten motores fueraborda de 2 y 4 tiempos y Harbourside Marine sigue manteniendo una alta participación al comprometerse a ofrecer un completo servicio posventa a cada uno de sus clientes.

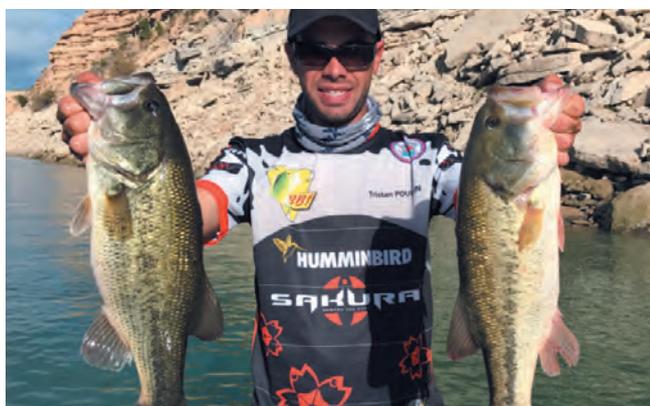
Una de las formas con las que afronta la empresa las diversas promociones es transmitir con fuerza y consistencia la probada durabilidad y fiabilidad de los motores fueraborda de Yamaha. En la sala de Harbourside Marine actualmente está en exposición un fueraborda F100B de 4 tiempos de Yamaha, que trabajó para su propietario más de 7.000 horas con un uso intensivo, desde la pesca comercial hasta servicios de charter privado, durante un periodo de 10 años.

*Reiko Kiriara, Overseas Market Development Operation Business Unit (OMDO)*





# Una pareja francesa de pescadores padre e hijo



Para inaugurar esta nueva columna presentamos a una pareja francesa de pescadores padre e hijo, Laurent y Tristan Poulain.

Laurent Poulain, de 52 años, vive en el sur de Francia y trabaja como guardabosque pero es un consumado pescador deportivo. Desde que participó en su primer torneo de pesca hace 22 años ha logrado numerosos éxitos: ganó el título de Campeón Francés de 2008 y aportó para el equipo francés dos medallas de bronce en el Campeonato Mundial de la pesca de *black bass*.

Su hijo Tristan, de 23 años, trabaja como asistente comercial en una empresa de sistemas de navegación marítima y participó en su primer torneo cuando tenía 7 años. Igual que su padre demostró tener un don especial para la pesca y se incorporó al equipo oficial a la edad de 12 años. Tristan también logró ser campeón francés junto a su padre en 2008 y consiguió una medalla de bronce en el Campeonato Mundial de la pesca de *black bass* en 2013.

El equipo padre-hijo goza del patrocinio de Yamaha Motor France gracias al programa de apoyo Pro Fishing. Para la temporada de 2018, los Poulain optaron por un motor fueraborda ligero F200FETL para propulsar su embarcación principalmente por las tres razones siguientes: 1) el motor es silencioso a rpm bajas, lo que les permite ser discretos cuando exploran puntos de pesca, 2) tiene potencia suficiente para acercarlos a zonas de pesca distantes, y 3) tiene la fiabilidad de no presentar ningún problema en un torneo, que implica navegar en el agua de 8 a 10 horas seguidas durante 2 ó 3 días, además a veces en condiciones adversas.

Los Poulain participan en muchas competiciones en Francia y España, por lo que si se presenta la oportunidad, por favor ¡ánimelos y déles su apoyo!

# Informe Revs



## Miembros del equipo



Sho Kaminoki (patrón) / Taisei Hikida (tripulante)



Daichi Takayama (patrón) / Kimihiko Imamura (tripulante)



Mano Udagawa (patrona) / Ayano Kudo (tripulante)

## Participaciones previstas en 2018

Fecha	Competición	Lugar
30 de marzo-7 de abril	Trofeo Princesa Sofía	Palma, España
22-29 de abril	Copa del Mundo de Vela de 2018, Hyères	Hyères, Francia
3-10 de junio	Final de la Copa del Mundo de Vela de 2018	Marsella, Francia
16-24 de junio	Semana de Kiel de 2018	Kiel, Alemania
30 de julio-12 de agosto	Campeonato Mundial de Vela Hempel, de Aarhus, 2018	Aarhus, Dinamarca
20-26 de agosto	Campeonato Nacional de Japón de Clase 470 de 2018	Enoshima, Japón
9-16 de septiembre	Copa del Mundo de Vela de 2019 - 1ª ronda, Enoshima	Enoshima, Japón
21-24 de septiembre	Copa de Vela ASAF de la Semana Olímpica JSAF de Enoshima de 2018	Enoshima, Japón

Check out [Vol. 11 de nuestra serie Moving You](#) de documentales cortos, en el que se habla del equipo. (Solo en inglés)



## Campeonato Mundial de Clase 470 de 2017

Celebrado en Tesalónica, Grecia, el distribuidor local de Yamaha, Motodynamics S.A., apoyó el Campeonato Mundial como patrocinador oficial de la competición.



## Copa del Mundo de Vela - 2ª ronda, Miami

Takayama e Imamura participaron en la prueba masculina y Udagawa y Seki lo hicieron en la femenina. Takayama e Imamura acabaron en 12º lugar (fueron los segundos clasificados japoneses), pero sintieron que su entrenamiento había dado resultados tangibles, ya que consiguieron mantenerse en las primeras posiciones incluso con viento débil, algo que anteriormente les había resultado difícil.

# El equipo de Yamaha aspira a lo más alto de la Clase de Vela 470

El equipo de vela «Revs» de YAMAHA se creó en 2016 como parte de los esfuerzos por llevar a la práctica el eslogan de nuestra marca «Revs your Heart» (Revoluciona tu corazón). Está formado por seis deportistas (dos parejas masculinas y una pareja femenina) y ha logrado buenos resultados en numerosas competiciones internacionales de vela. A raíz de ello, algunos miembros de nuestro equipo han sido seleccionados para el equipo de vela de Japón de 2018 y como deportistas para programas de apoyo, lo que demuestra que nuestro objetivo de estar entre los mejores regatistas del mundo progresa a paso firme. Además, Yamaha ha firmado un contrato con el equipo de vela australiano AUS 11, formado por Mathew Belcher y Will Ryan (medallistas de plata en la Clase 470 de vela en los Juegos Olímpicos de Río) y su entrenador Victor Kovalenko. Yamaha apoyará los esfuerzos del AUS 11 en las regatas y sus miembros proporcionarán asesoramiento e información, así como oportunidades para practicar la navegación a vela en el extranjero.

## Retrospectiva de las principales competiciones de 2017



### Copa de Vela ASAF de 2017: Semana Olímpica JSAF de Enoshima de 2017

Los principales regatistas de todo el mundo se dieron cita para competir en esta regata que se desarrolló en las mismas aguas en las que está previsto que se celebren las pruebas de los Juegos Olímpicos de 2020. Takayama e Imamura ganaron la medalla de plata de esta competición.



Kaminoki y Hikida se lesionaron, pero ya han completado la rehabilitación y vuelven a estar en forma.

Visita a la  
Familia Yamaha

# Servirse de décadas de experiencia para una nueva operación

Indonesia es un país que tiene más de 17.000 islas, por lo que cuenta con una cultura marítima profundamente arraigada entre sus habitantes. Naturalmente, el transporte fluvial forma parte esencial de la vida diaria en la mayor parte del país, con embarcaciones equipadas con motores tanto intraborda como fueraborda, destinadas al turismo, la pesca y el transporte.

CV. Berkah Nusantara es un prestigioso concesionario náutico de Yamaha, ubicado en el puerto de Tanjung Perak en Surabaya, en Java Este, a menos de 10 minutos de distancia de los puestos de la guardia costera y la marítima. Es una nueva sucursal del distribuidor de los productos náuticos de Yamaha, PT. Karya Bahari Abadi (KBA), abierta en febrero de 2017. Aunque se trata de una nueva operación, tenemos 30 años de experiencia y pericia en este campo y una extensa red de relaciones que engloba desde constructores navieros, técnicos de servicio hasta concesionarios de recambios que cubre toda la zona de Java. En esta nueva oficina combinamos estas ventajas con renovada energía con un nuevo enfoque hacia un mayor crecimiento de Yamaha en Indonesia.

Yamaha es la marca No.1 de motores fueraborda en Indonesia, por lo que siempre ofrecemos un servicio de máxima calidad a las comunidades locales, formando regularmente a nuestros técnicos en KBA. Asimismo, creemos que el mercado cambiará radicalmente en los próximos 10 años a medida que una nueva generación de concesionarios y consumidores finales tomen un papel central, por lo que nos estamos preparando mediante inversiones en tecnología y mano de obra experta.

Es un honor trabajar juntos con Yamaha y esperamos poder cumplir más en el futuro.

*¡Yamaha senyum bahari senyum Indonesia!*

*Eddy Susanto, CV. Berkah Nusantara*



## Nota del editor



¡Hola a todos! Gracias por dedicar su tiempo para leer la *Chantey* No. 167, el primer número de 2018 (el año del perro). Espero que haya notado alguna diferencia en esta edición. ¡Sí! Hemos cambiado el formato y el diseño. Espero que estos cambios hagan más fácil y amena su lectura. Les deseo otro buen año y espero recibir noticias frescas por parte de todos ustedes.

Página web de fuerabordas Yamaha

<https://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html>

Página web de WaveRunner

<https://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/>

Se puede visualizar el Canal Yamaha de Fuerabordas en YouTube.

Canal Yamaha de Fuerabordas

<https://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>