

Bimonthly issued by Yamaha

# Chantey

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

1992 No. **59**  
ENGLISH/SPANISH VERSION

SAVE THE SEA

HEY, DAD!  
AREN'T THEY  
HUMBACK WHALES!?



Chantey Special

A new-year talk-at-the-top

## On the Start of '92 Marine Business



BOY, I'M SURE GLAD  
THEY'RE USING A YAMAHA  
OUTBOARD MOTOR —  
WE CAN BREATHE EASIER!

Chantey Sales Idea Contest for  
the new E115A, E25A and 25V outboards  
**ENTER NOW!**

Since the beginning of 1991 the world has seen a drastic political and economic reshuffling as exemplified by the Gulf War and the dissolution of the U.S.S.R. And this has inevitably affected our marine business, directly or indirectly.

In such a world situation, how should we cope with the '92 international marine market? Representing their respective work divisions of Yamaha Motor, Mr. Tamada and Mr. Sawada discussed this important matter. Here is what they had to say:

**Yamaha marine engines hold reputation in spite of flat market**

**Chantey:** First of all, we would like to hear your views on the '91 world marine business from your respective standpoints.

**Mr. Sawada:** Well, we cannot form any hasty conclusions. However, we have to say that our marine business remained rather flat as a whole throughout the year 1991. For example, our business was hard hit by the general recession in North America, resulting in

a drastic decrease in outboard and boat sales. While almost the same can be said of other markets including Central and South America, Europe, Oceania and Asia, too, things showed some upturn in the Middle and Near East, and Africa.

Total world sales of outboards are estimated at 850,000 units for the year 1991. But actual sales might not exceed 800,000 units or even less, as considerable surplus quantities are still kept in stock. And sales competition will surely get even more intense worldwide.

**Mr. Tamada:** Back in 1990, we had a comprehensive user evaluation survey conducted by a leading survey company on all major-brand outboards available on the US market for general product quality, sales promotion and service activities from an absolutely neutral standpoint.

Much to our satisfaction, we found our products cited as number one in this survey. This convinced us of the excellence of our products and encouraged us to continue our planning, development

## A new-year talk-at-the-top On the Start of '92 Marine Business

Participants Participantes



Mr. Tadashi Tamada, President, Sanshin Industries Co., Ltd.

Sr. Tadashi Tamada, Presidente, Sanshin Industires Co., Ltd.



Mr. Hideki Sawada, Senior General Manager, Overseas Marine Operations & Overseas Market Development, Yamaha Motor Co., Ltd.

Sr. Hideki Sawada, Gerente General Superior, Operaciones Marinas Exteriores y Desarrollo de Mercado Exterior, Yamaha Motor Co., Ltd.

## Reunión cumbre de Año Nuevo Al comienzo de un nuevo año de negocios náuticos

Desde principios de 1991, el mundo ha experimentado una reconstrucción política y económica drástica como lo ejemplifica la Guerra del Golfo y la desintegración de la U.R.S.S. Esto ha afectado inevitablemente en forma directa o indirecta nuestros negocios de productos marinos.

Ante tal situación mundial, ¿cómo deberíamos encarar el mercado marino internacional en el '92? Representando a sus respectivas secciones de trabajo de Yamaha Motor, los Sres. Tamada y Sawada discutieron este importante asunto. A continuación sus opiniones al respecto:

**Los motores marinos Yamaha mantienen su reputación a pesar de la paralización del mercado**

**Chantey** - Antes que nada, nos gustaría escuchar sus respectivas opiniones sobre la situación mundial del sector de productos marinos en el '91.

**Sr. Sawada** - Bien, no podemos sacar conclusiones apresuradas. Sin embargo, debemos decir que el sector permaneció bastante pa-



ralizado en general durante todo 1991. Por ejemplo, nuestro sector fue muy afectado por la recesión general norteamericana, originando una drástica disminución en la venta de fuerabordas y embarcaciones. Aunque también podía decirse lo mismo sobre otros mercados incluyendo América Central y del Sur, Europa, Oceanía y Asia, el sector experimentó cierto aumento en Medio y Cercano Oriente y Africa. Las ventas totales de fuerabordas se estiman en 850.000 unidades en 1991. Pero las ventas reales quizá no exceden de 800.000 unidades o inclusive menos, considerando que todavía hay un gran número de unidades en depósito. La competencia en ventas será indudablemente más intensa a nivel mundial.

**Sr. Tamada** - En 1990 encargamos a una compañía grande de investigación que realizara una exhaustiva encuesta de evaluación entre usuarios de las principales marcas de fuerabordas disponibles en el mercado norteamericano en cuanto a calidad del producto en general, promoción de ventas y actividades de servicios desde un punto de vista totalmente neutral.

Para nuestra gran satisfacción, los productos Yamaha fueron mencionados como los preferidos en esta encuesta. Esto nos conven-

and manufacturing activities for even better products throughout 1991. What's more, last year we reached the 4 million production mark since our first outboard model, the P-7, was introduced in 1960, and our stern-drive model was awarded a number of prestigious prizes (see Note 1). All in all, 1991 was a very significant year for the Manufacturing Division.

### Quality improvement is top priority in all phases

**Chantey:** We understand that while Yamaha products are highly appreciated on the market, we cannot necessarily be optimistic about the development of marine business in 1992.

**Mr. Sawada:** Last year, as we mentioned earlier, our marketing business was relatively flat under the negative effects of economic and political setbacks such as the general recession in the United States and the breakup of the U.S.S.R. And we must foresee that the after-effect of these setbacks will remain strong in certain parts of the

world. Nevertheless, we are sure that the reputation of our products is now virtually unchallenged the world over. In fact, it is true that Yamaha is becoming the brand of preference for an increasing number of people in not only the pleasure but also the commercial fields. While trends in marine leisure have remained virtually unchanged for the past few years, inhibiting growth of people's buying desire in direct or indirect connection with the current business recession, we hope we will see an upturn in the growth of our marine business, including a considerable amount of replacement demand in the near future. Therefore, what is important right now is to strengthen both the quality and quantity of our sales and service systems in order to be prepared for such an upturn in the best possible way.

**Mr. Tamada:** The same can be said of our Manufacturing Division as well.

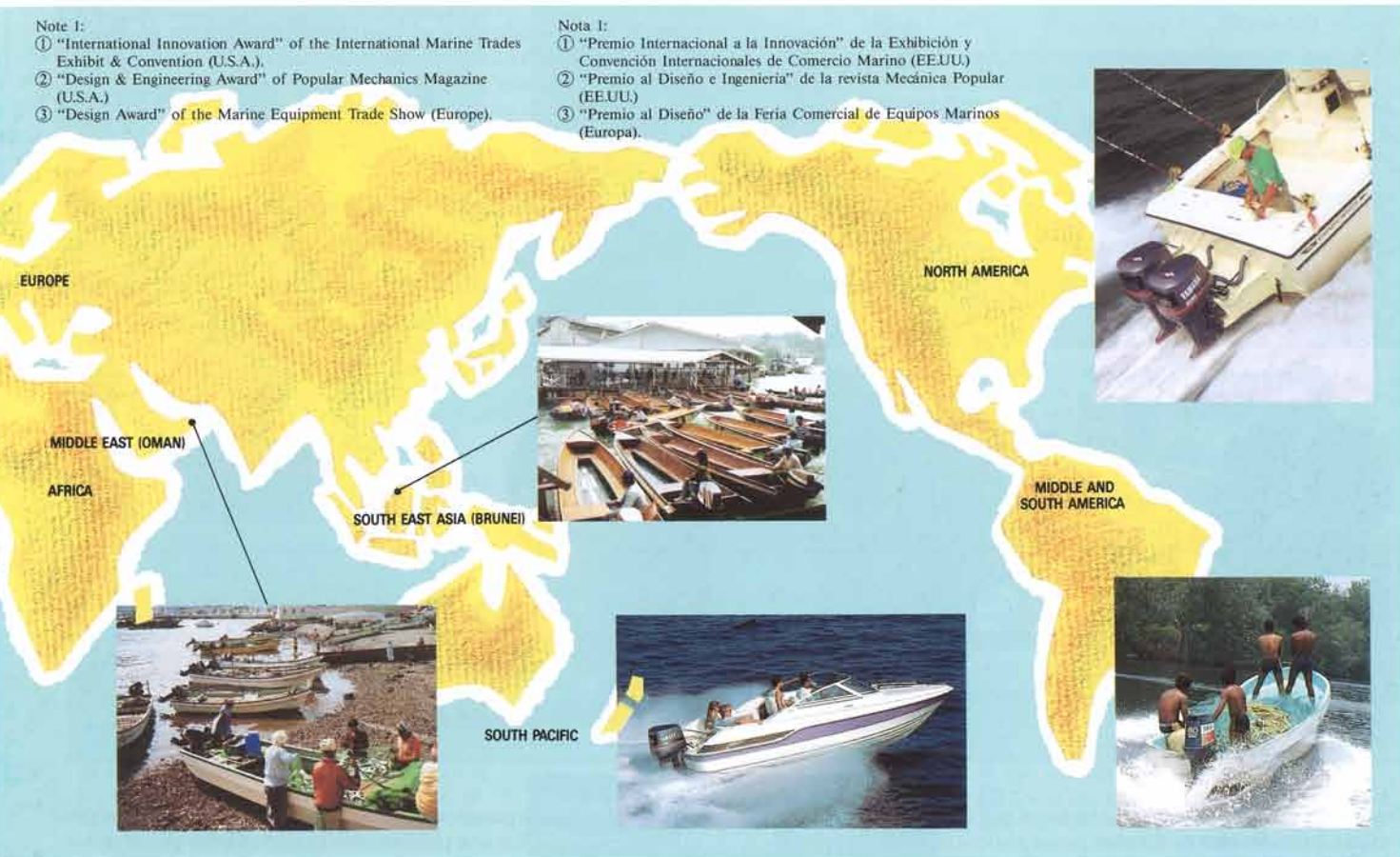
We think that the engineering staff should develop, design and

#### Note 1:

- ① "International Innovation Award" of the International Marine Trades Exhibit & Convention (U.S.A.).
- ② "Design & Engineering Award" of Popular Mechanics Magazine (U.S.A.)
- ③ "Design Award" of the Marine Equipment Trade Show (Europe).

#### Nota 1:

- ① "Premio Internacional a la Innovación" de la Exhibición y Convención Internacionales de Comercio Marino (E.E.U.U.)
- ② "Premio al Diseño e Ingeniería" de la revista Mecánica Popular (E.E.U.U.)
- ③ "Premio al Diseño" de la Feria Comercial de Equipos Marinos (Europa).



ció de la excelencia de nuestros productos y nos alentó a continuar las actividades de planificación, desarrollo y fabricación para mejorar aun más en 1991. Además, el año pasado alcanzamos el total de 4 millones de unidades desde que lanzamos el primer modelo de fueraborda, el P-7, en 1960, y nuestro modelo de impulsión de popa fue galardonado con varios prestigiosos premios (véase la Nota 1). En definitiva, 1991 fue un año muy importante para la Sección de Fabricación.

### El mejoramiento de la calidad es prioritario en todas las etapas

**Chantey** - Si bien tenemos entendido que los productos Yamaha son sumamente valorados en el mercado, no necesariamente podemos ser optimistas sobre el progreso de este sector en 1992.

**Sr. Sawada** - El año pasado, como hemos mencionado anteriormente, nuestras actividades de marketing estuvieron relativamente paralizadas debido a los efectos negativos de los reveses económicos y políticos tales como la recesión general de los Estados Unidos y la desintegración de la U.R.S.S. Debemos prever que las

consecuencias de esta situación continuarán vigentes en ciertas partes del mundo. No obstante, estamos seguros de que la reputación de nuestros productos permanecerá prácticamente inalterable en todo el mundo. En efecto, es cierto que Yamaha se ha convertido en la marca preferida de un número cada vez mayor de gente no sólo en el mercado recreativo, sino también en el comercial. Aunque las tendencias del sector de recreación náutica han permanecido sin experimentar cambio alguno en los últimos años, inhibiendo el deseo de comprar de la gente en conexión directa o indirecta con la actual recesión comercial, tenemos esperanzas de que mejore nuestro sector, incluyendo un aumento considerable en la demanda de repuestos en un futuro inmediato. Por lo tanto, lo importante en este momento es reforzar la calidad y cantidad de nuestras ventas y sistemas de servicio a fin de estar preparados para tal recuperación de la mejor forma posible.

**Sr. Tamada** - Lo mismo puede decirse de nuestra Sección de Fabricación. Consideramos que el personal de ingenieros debería desarrollar, diseñar y fabricar productos tomando en cuenta en lo posible las necesidades de cada mercado.

manufacture products by taking into account the needs of individual markets as much as possible.

In brief, we are striving to find ways to offer truly useful products that embody a number of technical features suitable for the respective markets toward which they are oriented. Simple, maintenance-free mechanisms and untiring pursuit for reliability are also our password. We want our products to contribute toward greater fulfillment in people's marine life. Toward this goal, we have achieved a number of technological developments including a Prime Start system and an Oil Injection system necessary to improve the maneuverability, comfort and reliability of our products. We wish to direct a wider range of efforts toward the improvement of engine-related peripheral developments, such as propeller technology, etc.

### Creating a better Integrated tripartite management system of manufacturing, marketing and technology

**Chantey:** It seems that the quality of human resources will become a more crucial factor in the development of Yamaha's marine business for the future.

**Mr. Sawada:** Certainly. As for our marketing activities, the quality of salesmen and servicemen must be improved. In other words, each and every one of them should become an all-round marketing expert.

The ideal sales/serviceman must be not only a good advisor to individual users on the basis of shared values, but also competent enough to handle a large transaction with corporations, government agencies or fishery cooperatives. In a word, we would like to see him to put his whole potential and talents into his marketing activities.

To this end, there is a need for smoother communication among everyone involved in our marine business.

Smooth information exchange among sales/service staff and development/manufacturing staff will contribute to the establishment of a situation that enables the full utilization of each group's expertise and knowledge, for the maximum effectiveness of our marine business as a whole.

**Mr. Tamada:** Today, all kinds of information can be exchanged at real time. Timely information received by us without delay will help us understand each group's standpoint better. Sharing the same sense of value is very important for all of us.

From this point of view, we will strive to develop more reliable, and more enjoyable products to use that satisfy the demands of today's life environment. And we will make the most of our advanced electronics and computer systems to make our products easier to use and designed with more user-friendly concepts.

### A new-year talk-at-the-top On the Start of '92 Marine Business



Reunión cumbre de Año Nuevo  
Al comienzo de un nuevo año de negocios náuticos

*"We will strive to develop products that satisfy the demands of today's life environment."*

*Nos esforzaremos por desarrollar productos que satisfagan los requerimientos del ambiente que actualmente rodea la vida.*



*"Each and every one of us should bring our best possible traits and talents to our work."*

*Cada uno de todos nosotros deberemos aplicar sus características y talentos en nuestro trabajo.*



Resumidamente, estamos esforzándonos por ofrecer productos realmente útiles dotados de diversas características técnicas apropiadas para el mercado al cual están dirigidas. Los mecanismos simples libres de mantenimiento y la persecución infatigable de confianza son también nuestro lema. En pos de esta meta, ya hemos obtenido muchos logros tecnológicos incluyendo un sistema de arranque selecto y un sistema de inyección de aceite necesarios para mejorar el manejo, confort y seguridad de nuestros productos. Nuestros esfuerzos aún más extensos se centrarán en el desarrollo de tecnologías relacionadas con motores, incluyendo la tecnología de hélices, etc.

### Creando un mejor sistema de administración tripartita integrado de fabricación, marketing y tecnología

**Chantey** - Parece que la calidad de los recursos humanos se convertirá en un factor más crucial en el desarrollo de las actividades comerciales marinas de Yamaha en el futuro.

**Sr. Sawada** - En efecto. En cuanto a nuestras actividades de marketing, debe mejorarse la calidad de vendedores y técnicos. Es decir, cada uno de ellos debe convertirse en un experto de marketing. Los vendedores y técnicos ideales deben ser no sólo buenos asesores para los usuarios sobre la base de valores compartidos, sino también suficientemente competentes como para manejar una gran

transacción con corporaciones, agencias gubernamentales o cooperativas pesqueras. En una palabra, nos gustaría verlos poner todos sus potencial y talentos en sus actividades de marketing.

Para finalizar, es necesario que todos los que se dedican a nuestro sector marino se comuniquen más suavemente.

El intercambio fluido de información entre el personal de ventas y servicio y el personal de desarrollo y fabricación contribuirá al establecimiento de una situación que permitirá la total utilización de la pericia y conocimientos de los otros, en función de lograr una máxima efectividad de nuestros negocios marinos en su totalidad.

**Sr. Tamada** - Actualmente, todo tipo de datos puede ser intercambiado en tiempo real. La información oportuna recibida sin retraso nos ayudará a entender mejor los puntos de cada compañero de vista. Es muy importante compartir el mismo sentido de valor. Desde este punto de vista, nos esforzaremos en desarrollar productos más fiables y divertidos que satisfagan la demanda del medio ambiente de vida de hoy. Y aprovecharemos al máximo nuestros avanzados sistemas electrónicos e informáticos para facilitar el uso de los productos Yamaha y diseñarlos con un concepto más familiar a los usuarios.

# MARINE MARKET AROUND the WORLD

**PART 15**

**ZIMBABWE**

This page is composed from the answers to questionnaires the Chantey editorial room has sent at random to importers and dealers around the world.

## EL MERCADO INTERNACIONAL de EQUIPOS MARITIMOS

**15° PARTE**

**ZIMBABWE**

Esta página está compuesta por las respuestas a los cuestionarios que la editorial de Chantey envió a los importadores y distribuidores de los diferentes puntos del mundo.

### From Mr. John S. Mellor, Director, MARINE CENTER

**Q** When was your company established?

**A** Our company was founded in 1972 and we began doing business with Yamaha in 1980. Now we handle Yamaha outboard engines and generators.

**Q** Tell us about your company?

**A** We have a total of 160 employees and working at our three branch offices, all of which handle Yamaha products. We are also the largest FRP boat manufacturer in Zimbabwe, a factor which contributes greatly to the sales of Yamaha engines.

**Q** What are the background and characteristics of your market area?

**A** Zimbabwe is a landlocked country but we have Lake Kariba, the 3rd largest man-made lake in the world. We initially captured the outboard market in Zimbabwe being the first company to go forcefully into no-currency-involved market sector which utilizes the import license of individual customers, due to the scarcity of foreign currency reserve. The ratio of pleasure and fishing market is 70% and 30%.

**Q** What types of activities is your company engaged in?

**A** Since 1990, we have been working to improve our nationwide network and improve our existing facilities. We expanded Harare Workshops, purchased property in Bulawayo for a service center and our Marine Center in Kariba recently became operational in new premises.

Also we have applications for government financing for spares parts.

As for sales campaigns, we make use of newspaper and magazine advertisement, publicize and offer prizes in fishing competitions and organize 225 hp power boat racing.

**Q** What products do you think might be future best sellers in your market?

**A** Marine diesel engines. Because diesel fuel sells for half the price of petrol and this is especially important in the commercial market.

**Q** What is your most important policy when you sell Yamaha marine products?

**A** We stress the quality and reliability of Yamaha outboard motors.



**Q** What are the recent user trends in your market?

**A** There is a trend toward larger horsepower engines in the pleasure market.

**Q** What activities, besides marine sports, are popular in your area?

**A** Because of the good climate in our country, all types of outdoor sports are popular.

**Q** Will you give us a short message for your fellow Yamaha marine dealers?

**A** Come and enter our annual Kariba International Tiger Fishing Competition held in October every year. It's the largest competition in the world with about 500 boats on the starting line.

### Entrevista al Sr. John S. Mellor, Director de MARINE CENTER

**P** ¿Cuándo fue establecida la compañía?

**R** Nuestra compañía fue fundada en 1972 y comenzó a operar con Yamaha en 1980. Actualmente comercializamos los motores fueraborda y generadores Yamaha. Somos también el principal astillero de embarcaciones FRP en Zimbabwe, un factor que contribuye enormemente a las ventas de los motores Yamaha.

**P** ¿Podría hablarnos sobre su compañía?

**R** Contamos con un total de 160 empleados, distribuidos en tres oficinas sucursales, todas las cuales comercializan productos Yamaha.

**P** ¿Cuáles son los antecedentes y características de su mercado?

**R** Zimbabwe es un país mediterráneo, pero tenemos el Lago Kariba, el 3º lago artificial del mundo. Conquistamos inicialmente el mercado de fuerabordas en Zimbabwe y somos la primera compañía en ingresar vigorosamente en el sector del mercado monetario actual, el cual utiliza la licencia de importación de clientes particulares dada la escasez de reservas de divisas. La proporción del mercado recreativo y de pesca es

del 70% y 30% respectivamente.

**P** ¿A qué tipo de actividades se dedica su compañía?

**R** Desde 1990, estamos trabajando para mejorar nuestra red nacional y las instalaciones existentes. Hemos ampliado los Talleres de Harare, adquirido una propiedad en Bulawayo para un centro de servicio y nuestro Centro Marino en Kariba recientemente comenzó a funcionar en un nuevo local. También hemos solicitado financiación al gobierno para repuestos. Como campañas de ventas, colocamos avisos en periódicos y revistas, publicitamos y ofrecemos premios en los concursos de pesca deportiva y organizamos regatas motonáuticas de 225hp.

**P** ¿Cuál producto considera Ud. que podría ser el más vendido en su mercado?

**R** Los motores marinos diesel. Debido a que el gasoil se vende a la mitad de precio de la gasolina y esto es especialmente importante en el mercado comercial.

**P** ¿Cuál es su política más importante al vender productos marinos Yamaha?

**R** Nosotros recalamos la calidad y fiabilidad de los motores fueraborda Yamaha.

**P** ¿Cuál es la tendencia actual de los usuarios en su mercado?

**R** Existe una predilección por los motores de más potencia en el mercado recreativo.

**P** Además de los deportes marinos, ¿cuál sería el pasatiempo más popular en su zona?

**R** Debido al excelente clima de nuestro país, todas las actividades deportivas al aire libre son populares.

**P** ¿Podría brindarnos un breve mensaje a sus compañeros concesionarios marinos de Yamaha?

**R** Deseo que vengan y participen en nuestro concurso anual de pesca internacional del pez tigre en Kariba. Dicha competencia se lleva a cabo en octubre de cada año. Es el principal acontecimiento en el mundo de la pesca deportiva, participan en ella más de 500 botes en la línea de largada.

# ENTER NOW!

March 31, '92 the closing date for our "Chantey Sales Idea Contest" is near at hand. But you have still a chance. Hurry and fill out the attached entry form and send it to us. We are looking forward to your entry.

## ¡INSCRÍBASE AHORA!

El 31 de marzo de 1992 es el plazo de inscripción de nuestro "Concurso de Ideas para Ventas Chantey". Pero Ud. todavía tiene la oportunidad de participar. Apresúrese y rellene el formulario adjunto y envíenoslo. Estamos esperando su participación.

### Chantey Sales Idea Contest for the new E115A, E25A and 25V outboards in conjunction with our Viva Enduro Contest

Tell us about your successful sales promotion activities for the enduro outboard models E115A and E25A, and the pleasure-use 25V borne of your ideas and efforts.

This contest applies only to areas where the abovementioned models are sold.

#### Contest Information

- Theme: Sales approaches aimed at the E115A, E25A and 25V
- Entry qualifications: Dealers and distributors involved in sales of the E115A, E25A and 25V
- How to enter: Fill out all necessary items on the specified entry form included in this issue and send it to the following address along with snapshot photos of your sales activities in progress.

Address: Sales Idea Contest  
Chantey Editorial Room  
AD Dept., PR Division  
Yamaha Motor Co., Ltd.  
2500, Shingai, Iwata,  
Shizuoka, 438 Japan

- Entry deadline: Received before Mar. 31, 1991
- Prizes: 1 Best Idea Prize = Plaque and Tabletop Compact Disc Audio System
- Announcement of winners: Chantey No. 63, due to be published on August 1, 1992
- \*Multiple applications from one shop will be accepted



### Chantey Sales Idea Contest Prizes

#### Premios del Concurso de Ideas Para Ventas Chantey

For Best Idea Prize  
1 person



Tabletop Compact Disc Audio System  
Sistema de audio de Disc para mesa

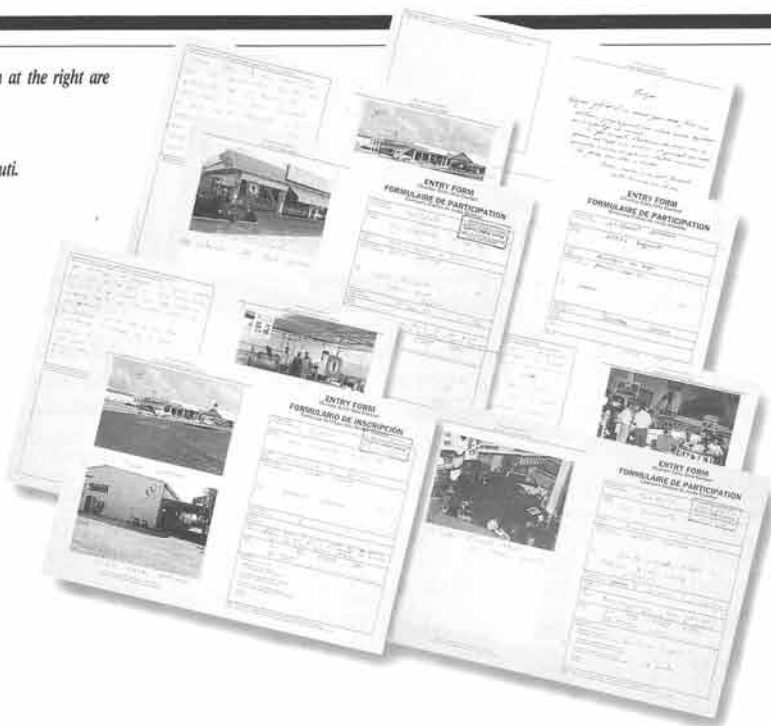
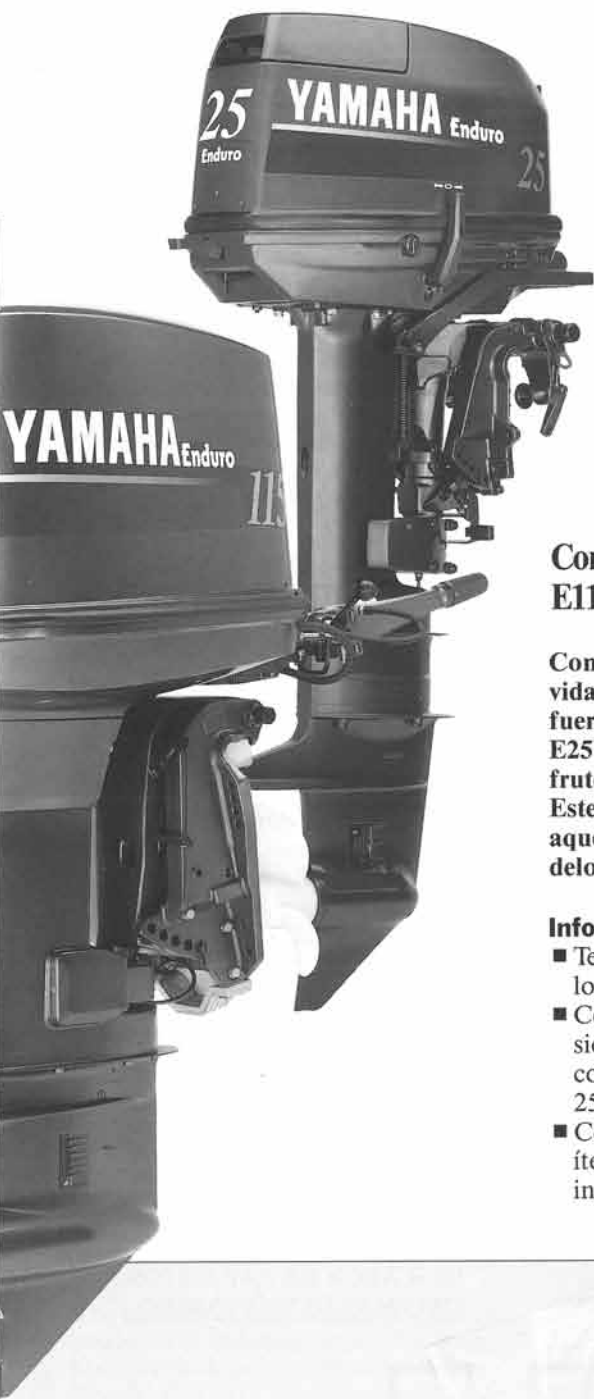
For Idea Prizes  
10 persons



Electronic keyboard  
Organo electrónico

We have already received a lot of reports from all over the world. Shown at the right are ones from the Congo and Djibouti.

Ya hemos recibido muchísimos informes de todo el mundo. Los informes que aparecen a la derecha corresponden al Congo y Djibouti.



### Concurso de Ideas para Ventas Chantey para los nuevos fuerabordas E115A, E25A y 25V simultáneamente con el Concurso de Vida Enduro

Coméntenos acerca de sus exitosas actividades de promoción de ventas para los fuerabordas resistente modelos E115A, E25V y 25V para uso recreativo que son frutos de nuestras ideas y esfuerzos. Este concurso es válido solamente para aquellas áreas donde se vendan los modelos mencionados.

#### Información de concurso

- Tema: Enfoque de ventas dirigido a los modelos E115A, E25V y 25V.
- Condiciones de participación: Concessionarios e importadores relacionados con las ventas de los E115A, E25V y 25V.
- Cómo participar: Rellene todos los ítems necesarios en el formulario de inscripción especificado, incluido en

esta edición y envíelo a la siguiente dirección junto con instantáneas del desarrollo de sus actividades de ventas.

Dirección: Chantey Idea Contest  
Chantey Editorial Room  
AD Dept., PR Division  
Yamaha Motor, Co., Ltd.  
2500, Shingai, Iwata-shi,  
Shizuoka-ken, Japan

- Plazo de inscripción: Los recibidos hasta el 31 de marzo de 1991.
- Premios: 1° Premio a la mejor idea = Placa y sistema de audio de Compact Disc para mesa.
- Anuncio de los ganadores: Edición de Chantey No.63 a publicarse el 1 de agosto de 1992.
- \* Se aceptarán todas las inscripciones de una misma tienda.

#### APOLOGY & CORRECTION

On page 12 of our No.58 issue, the entry deadline of the contest was indicated as May 31. However, it should read March 31

We apologize for this mistake.

#### FE DE ERRATA

En la página 12 de la edición No. 58, figuraba como plazo de inscripción el 31 de mayo. No obstante debiera decir 31 de marzo.

Nuestras sinceras disculpas por este error.



For all entrants

Original wear  
Prenda original

## Troubleshooting

### PART 3 - IGNITION CHARGING SYSTEM

Over the last two issues of Chantey we have outlined the different types of ignition systems in use. Now, in this issue let's explain the functions of individual CDI components.

#### CDI TERMS

**DIODE** - a solid-state device that allows current to flow in one direction only. This is commonly referred to as a rectifier because it is normally used to change alternating current to direct current.

**THYRISTOR** - a solid-state electronic switching device which allows a voltage to flow only after it is triggered by another voltage source.

**CAPACITOR** - an electrical component which has the ability to store electricity and discharge it almost instantaneously when required. This is also commonly referred to as a condenser.

**CHARGE COIL** - a coil which produces voltage by induction to charge a condenser or capacitor.

**PULSER COIL** - (Sometimes called a trigger coil) a coil which produces voltage by induction to trigger the thyristor.

**IGNITION RISE TIME** - the amount of time required (measured in microseconds or millionths of a second) for the ignition system voltage to reach its highest level.

**MAGNETO** - the generator of electrical energy in CDI systems. It consists, in part, of a flywheel that turns around one or more coils to produce the primary voltage for the system. The pulser coils are also mounted here.

## Detección de averías

### 3° PARTE - SISTEMA DE CARGA DE ENCENDIDO

En las dos ediciones anteriores de Chantey expusimos los diferentes tipos de sistemas de encendido en uso. Ahora, en este número explicaremos las funciones de cada componente de CDI.

#### Términos de CDI

**DIODO** - Dispositivo de estado sólido que permite que la corriente circule en una sola dirección. En general se lo conoce como un rectificador debido a que normalmente es utilizado para cambiar la corriente alterna en continua.

**TIRISTOR** - Dispositivo de conmutación electrónico de estado sólido que permite que la tensión circule sólo después de que haya sido activado por otra fuente de tensión.

**CAPACITOR** - Componente eléctrico que posee capacidad para almacenar electricidad y descargarla casi instantáneamente cuando se lo requiera. Es también comúnmente conocido como condensador.

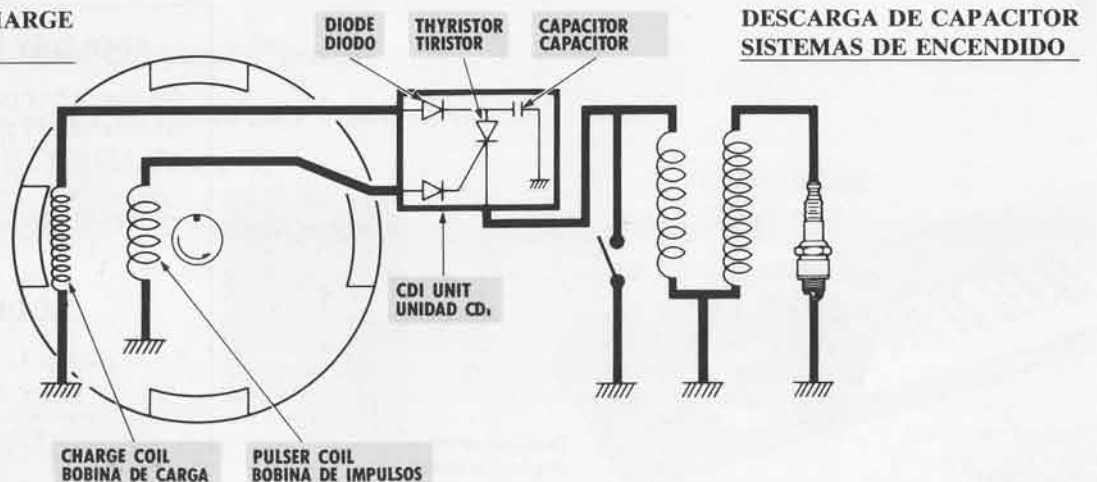
**BOBINA DE CARGA** - Bobina que produce tensión eléctrica por inducción para activar un condensador o capacitor.

**BOBINA DE IMPULSOS** - (A veces llamada bobina de activación) bobina que produce tensión por inducción para activar el tiristor.

**TIEMPO DE SUBIDA DE ENCENDIDO** - Cantidad de tiempo requerida (medida en microsegundos o en milésimas de segundo) para que la tensión del sistema de encendido alcance su máximo nivel.

**MAGNETO** - Generador de la energía eléctrica en los sistemas CDI. Consiste, en parte, de un volante que gira alrededor de una o más bobinas para producir la tensión primaria del sistema. Las bobinas de impulsos también se colocan aquí.

#### CAPACITOR DISCHARGE IGNITION SYSTEM



#### DESCARGA DE CAPACITOR SISTEMAS DE ENCENDIDO



# NEWS ROUND-UP

Recolección de novedades



## FIJI

### ASCO Motors - Yamaha Marine EXPO

The second ASCO Motors - Yamaha Marine EXPO was held on September 6 and 7 at the Suva Civic Centre, situated in the center of Suva.

At the official opening on the 6th, the Minister for Primary Industries and Cooperatives, Mr. Gonelevu made an opening speech acknowledging the important contribution of Yamaha outboards through the fields of fishing and transport to the overall economic development of Fiji.

Then followed the unveiling by Mr. Akihiro Tajiri from Yamaha Japan of a new model 25HP "Enduro" series engine. The Minister then toured the EXPO showing great interest in the exhibits, and before leaving was given a formal traditional Fijian presentation ceremony. The Minister expressed his deep appreciation for this ceremony which is so seldom performed today.



The rest of the day was devoted to activities by the various exhibitors, who ranged from boatbuilders to marine electronics, gear, finance, scuba and dive gear shops, etc.

The highlight of the exhibits was a Yamaha product line including for the first time a range of the larger 75, 115 and 115hp outboards. One very impressive exhibit was mounted around a 150hp Yamaha outboard.

The 7th was the main event day with boat races, kiddies fishing competitions, canoe and sailboat races with plenty of prizes for each category.

Live radio coverage from Radio Fiji provided good advertising for the company and the products. An award ceremony took place in the afternoon with the main prize being a 2hp Yamaha outboard for the Yamaha Water Rally. All in all the EXPO was a great success, and already bigger and better things are being planned for next year!

### EXPO de ASCO Motors Yamaha Marine

La segunda EXPO de ASCO Motors Yamaha Marine fue realizada el 6 y 7 de septiembre en el Centro Cívico Suva, situado en el centro de Suva, Fiji, a continuación de una extensa campaña publicitaria a través de la prensa y radio locales.

En la apertura oficial llevada a cabo el 6, el ministro de Industrias Primarias y Cooperativas, Sr. Gonelevu pronunció palabras inaugurales recalcando la importante contribución de los motores fueraborda Yamaha en los campos de la pesca y transporte en el desarrollo económico general de Fiji.

Posteriormente fue seguido con la presentación hecha por el Sr. Akihiro Tajiri de Yamaha Japan del nuevo modelo del motor de 25hp de la serie "Enduro". Luego el ministro recorrió la EXPO mostrando gran interés en los productos exhibidos, y antes de regresar presenció una ceremonia tradicional de presentación formal de Fiji. El ministro expresó su profundo agradecimiento por dicha ceremonia que rara vez se realiza.

El resto del día fue dedicado a las actividades de varios expositores, abarcando desde astilleros hasta fabricantes de productos electrónicos marinos, equipos, financieras, equipos para deportes submarinos y abastecedores de una amplia variedad de accesorios marinos, tiendas y servicios y financieras interesadas.

La atracción de la exhibición fue la presentación de una línea de productos Yamaha incluida por primera vez de una gama de fueraborda más grandes de 75, 115 y 115hp. Una extraordinaria exhibición fue organizada sobre el fueraborda Yamaha de 150hp. El 7 fue el día del acontecimiento principal con regatas de embarcaciones, concurso de pesca deportiva para niños, regatas de canoas y veleros con muchísimos premios para cada categoría.

Una cobertura radial en directo efectuada por Radió Fiji aseguró una buena publicidad de la compañía y los productos. La ceremonia de entrega de premios tuvo lugar por la tarde siendo el principal premio un fueraborda Yamaha de 2hp para el Rally Acuático Yamaha. En resumen, la EXPO resultó un gran suceso, y ¡ya se está preparando una más grande y mejor para el próximo año!

## MALAYSIA MALAYSIA

### AMI celebrates its 15th anniversary

Syarikat Associated Marine Industries Sdn Bhd (AMI) celebrated its 15th anniversary on September 15 in grand style with one of the biggest celebrations in its 15-year history.

Among the guests invited were bankers of AMI, representatives from Yamaha Motor Company, Japan, and AMI's dealers throughout Sarawak, East Malaysia. The



A group photo of shareholders and dealers together with the representatives of AMI and YMC.

day started off with a visit to the Kuching Cultural Village, a center dedicated to the cultures and ways of life of the various ethnic groups living in Sarawak.

The highlight of the celebration was a dinner reception at the Kuching Hilton Hotel. Instead of cutting a cake to open the ceremony, the chairman of AMI, Mr. Tuan Haji Mokhsen Ibrahim and Mr. S. Minamibayashi of YMC led in the slicing of the lamb flank by the Board of Directors of AMI. In addition to the dinner, guests enjoyed presentation of souvenirs and a raffle. The dinner ended on a harmonious note with karaoke singing.

In his speech, the chairman asked for the continued support and cooperation of the shareholders, dealers, Yamaha Motor and its staff.

Mr. Minamibayashi, manager of Overseas Marine Operations, YMC in turn expressed his appreciation and pride in AMI's performance for the past years. He further stressed that all of us have to strive hard to expand our horizons of marine business for an even brighter future for the customers, dealers and AMI.

### AMI celebra su 15° aniversario

Syarikat Associated Marine Industries Sdn Bhd (AMI) celebró su 15° aniversario el 15 de septiembre con gran estilo como una de sus grandes celebraciones de sus 15 años de historia.

Entre los invitados se encontraban banqueros de AMI, representantes de Yamaha Motor Company, Japón, y concesionarios de AMI de Sarawak y Malasia oriental. La jornada se inició con una visita a la villa Cultural de Kuching, un centro dedicado a preservar las culturas y costumbres de varios grupos étnicos que habitan Sarawak. El momento culminante de este festejo fue una cena de recepción en el hotel Hilton de Kuching. En esta oportunidad en vez de cortar una torta para comenzar la ceremonia, el presidente de AMI, Sr. Tuan Haji Mokhsen Ibrahim y el Sr. S. Minamibayashi de YMC efectuaron el corte inicial de rebanadas de cordero en compañía de la Junta de Directores de AMI. Además de la cena, los invitados se deleitaron con la presentación de artículos de recuerdo y un

# NEWS ROUND-UP

## Recolección de novedades

collar fruncido. La cena finalizó con una nota armoniosa cantando con karaoke. En su discurso, el presidente solicitó el continuo apoyo y cooperación de los accionistas, concesionarios, Yamaha Motor y de su personal. Seguidamente, el Sr. Minamibayashi, director de Operaciones Marinas en Ultramar de YMC expresó su apreciación y orgullo del desempeño de AMI en los años anteriores. Además, recaló que todos nosotros debemos esforzarnos arduamente para ampliar nuestros horizontes del comercio marino para un futuro más brillante de nuestros clientes, concesionarios y AMI.

### BRAZIL BRASIL

#### Service campaign targeted at user needs



Users fill out a questionnaire while waiting for their free inspection service.

In July of 1991, production on 15 and 25hp Yamaha outboards began at the Yamaha Motor do Brasil factory in Manaus. To complement this new expansion in its marine business, YMDB launched a service campaign in September with the cooperation of its dealer. Aimed at building the image of Yamaha outboards in the Brazilian market, the campaign promoted Yamaha as "the brand with service and parts, too." YMDB teamed up with one of its dealers, Valtrac Motos, and an aluminum boat maker, Levefort, to organize a fishing contest in Rio Parana near the border 150km west of the city of Umuarama in Interior Sao Paulo. All the participants received free check-up service and were asked to cooperate in filling out a customer questionnaire. From this survey it was learned that Yamaha outboards, which now hold a nearly 50% market share in the area, are given high customer's satisfaction ratings for economy, performance, and engine quietness, and that customers also anticipate a strengthening of after-sale service on Yamaha products. The participants in this campaign were very pleased to be receiving such after-sale services and they expect Yamaha to continue this kind of excellent service in the future on a wider scale. YMDB also intends to continue planning and executing dealer-based service campaigns like this.

#### Campaña de Servicio enfocada en las necesidades del usuario

En julio de 1991, comenzó la producción de los fuerabordas Yamaha de 15 y 25hp en la fábrica de Yamaha Motor do Brasil ubicada en Manaus. Para complementar esta nueva expansión en su comercio marino, YMDB lanzó una campaña de servicio en septiembre con la cooperación de sus concesionarios. Basados en el refuerzo de la imagen de los fuerabordas Yamaha en el mercado brasileño, esta campaña promocionó a Yamaha como "la marca con servicio y repuestos, también".

YMDB formó un equipo con uno de sus concesionarios, Valtrac Motos, y con un fabricante de botes de aluminio, Levefort, para organizar un concurso de pesca deportiva en Río Paraná, a unos 150 km al oeste de la ciudad de Umuarama en el interior de São Paulo. Todos los participantes recibieron sin cargo servicios de inspección y en retribución se les pidió cooperación para rellenar el cuestionario del cliente.

Gracias a esta encuesta se dedujo que los fuerabordas Yamaha, que absorben casi el 50% del mercado local en la área, han obtenido una evaluación muy alta de satisfacción de sus clientes por su economía, rendimiento, y motor silencioso, y que los clientes también previnieron un refuerzo de los servicios postventa de los productos Yamaha.

Los participantes de esta campaña estaban muy satisfechos de recibir tales servicios y esperan que Yamaha continúe este tipo de excelente servicio en el futuro en una escala más amplia. YMDB también tiene la intención de continuar planeando y ejecutar campañas de servicio basada en los concesionarios como la realizada.

### JAPAN JAPÓN

#### West African postage stamp shows Yamaha outboard

The Republic of Cabo Verde is an island nation in West Africa which promotes agriculture, fishery and tourism as its main industries.

Recently when the Republic issued a commemorative postal stamp with a design that included a Yamaha outboard, copies of the new stamp were sent to YMC by representative of the country's Postal & Telephone Bureau.

The painting on the stamp done by a local artist shows a fisherman at work on a beach. And clearly painted in the corner of the scene in bright colors is the Yamaha outboard that powers his boat. Isn't this a perfect example of the way Yamaha products have found a positive place in the lives of people all over the world.



The stamp enlarged. In the upper right are inscribed the letters of the Yamaha logo.

#### Sello postal de Africa Occidental muestra un fueraborda Yamaha

La República de Cabo Verde es una nación isleña de Africa Occidental que promueve la agricultura, pesca y turismo como sus principales industrias. Recientemente la República emitió un sello postal conmemorativo con un diseño que incluyó un fueraborda Yamaha. Dichos sellos fueron enviados a YMC por un representante de la Oficina de Correos y Teléfonos del país. La pintura del sello fue realizada por un artista local mostrando a un pescador trabajando en la playa. Y pintado claramente en una esquina de la escena en brillantes colores un fueraborda Yamaha que impulsa su bote. Este es un perfecto ejemplo de la forma en que los productos Yamaha encuentran un sitio positivo en la vida de la gente en todo el mundo.

### SINGAPORE SINGAPUR

#### Boat & Aquasports '91 Exhibition

From September 14 to 17, 1991, the BOAT & AQUASPORTS '91 EXHIBITION was held at the World Trade Center in Singapore. There are 2 major boat shows and 3 minor shows annually in Singapore and the above-mentioned show is one of the major ones. This time, Yamaha's marine distributor, SUPRATECHNIC PTE LTD. displayed outboard motors and Water Vehicles, in a very successful exhibit that sold about 7 outboards and 7 boats in package deals.

#### Exhibición de Botes y Aquasports 91'

Desde el 14 al 17 de septiembre de 1991, se realizó la Exhibición de BOTES Y AQUASPORTS 91' en el Centro de Comercio Mundial en Singapur. Aquí se organizan anualmente las 2 principales exhibiciones y otras 3 menores en Singapur y la mencionada exhibición fue una de las principales. En esta oportunidad, el distribuidor de productos marinos de Yamaha, SUPRATECHNIC PTE LTD. exhibió motores





fuerabordas y vehículos acuáticos, la que resultó exitosa ya que se vendieron 7 fuerabordas y 7 botes como ventas en paquete.

**HOLLAND  
HOLANDA**

**The First European Open Personal Water Craft Championship**

On September 7 and 8, the first open European Personal Water Craft Championship was organized in Holland.

The best riders from nine countries, over 100 participants in all, came to Holland to compete in four different categories; Stock 650, Modified 650, Stock two seater 650 and Modified two seater 650.

Yamaha Motor Europe NV served as main sponsor and supplied the first prize for the modified 650 class; a Yamaha Super Jet. Riders were given practice time on Friday afternoon, and then on Saturday there was a 45 minute race and slalom competition for each class. In both solo categories the Yamaha Super Jet proved superior.

Saturday evening a barbecue and disco dancing created a truly enjoyable at-



The length of one lap was about 2km. It was possible therefore to start with 35 people in the stock 650 and 25 in the modified 650.

mosphere. Sunday, the actual European finals were held; 3 heats of 15 minutes per category. The European championship in the solo category Stock 650 went to Mike Ritchie from the UK on a Yamaha Super Jet. In addition, Yamaha riders, Anthony Dean (UK), Daniel Dangrel (Sweden), Carina Stromberg (Sweden) and Robin Timisela (Netherlands) placed an excellent 2nd to 5th in this class. While in the Modified 650 class, Toni Larsson (Sweden), Martin Timmer (Netherlands) and Anthony Dean placed 1st, 2nd and 4th, respectively.

**El Primer Campeonato Abierto Europeo Para Motos Acuáticas**

El 7 y 8 de septiembre fue organizado El Primer Campeonato Abierto Europeo Para Motos Acuáticas.

Los mejores conductores de nueve países, más de 100 participantes en total, arriba-

**SINGAPORE**

*Chantey Lady  
Señorita Chantey*

**SINGAPUR**

**Ms. Yap  
Geok Hwa**

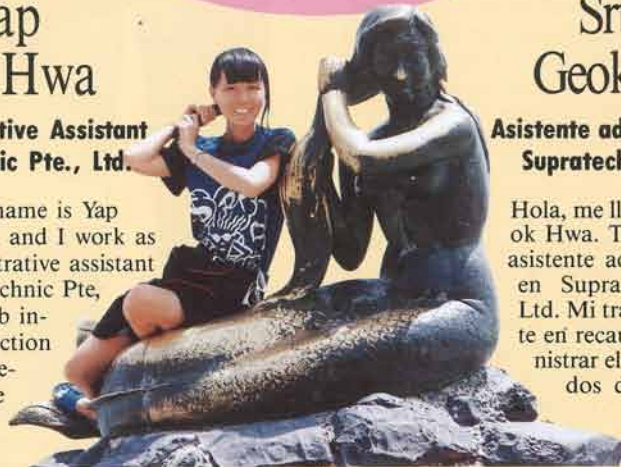
**Administrative Assistant  
Supratechnic Pte., Ltd.**

Hello, my name is Yap Geok Hwa, and I work as an administrative assistant for Supratechnic Pte, Ltd. My job involves collection and management of the company's daily cash flow, along with other general administrative and secretarial work, and I pride myself in bringing as much energy and diligence to my work as possible.

In private life I am single and like to spend my free time at travelling, sports and reading. Collections are one of my hobbies and I specialize in stamps, coins and key chains.

As life in Singapore has become more affluent, more and more people are enjoying marine sports in recent years. Now, our government is actively promoting Singapore not only as a "clean and green city" as it has long been known, but also as a "fun city" with a host of leisure activities to offer tourists as well as the local population. Supratechnic, of course is constantly involved in such activities, always working to promote the Yamaha spirit in marine leisure events.

I would like to close by wishing all our fellow Yamaha agents around the world continued success in their business.



**Srta. Yap  
Geok Hwa,**

**Asistente administrativa  
Supratechnic Pte Ltd.**

Hola, me llamo Yap Geok Hwa. Trabajo como asistente administrativa en Supratechnic Pte, Ltd. Mi trabajo consiste en recaudar y administrar el flujo de fondos diarios de la

compañía, junto con otras tare-

as administrativas generales y trabajo de secretaria, y me siento orgullosa en dedicarme con energía y diligencia a mi trabajo como sea posible.

Con respecto a mi vida privada, soy soltera y me gusta aprovechar mi tiempo libre en viajes, deportes y lectura. Las colecciones son uno de mis pasatiempos y me especializo en sellos, monedas y llaveros. Como la vida en Singapur se ha convertido en más abundante, más y más gente disfruta de los deportes marinos en estos últimos años. Ahora, nuestro gobierno está promocionando activamente Singapur no solamente como una "ciudad limpia y verde" como ha sido largamente conocida, sino también como una "ciudad divertida" que cuenta con un sinnúmero de actividades recreativas ofrecidas tanto al turista como a los habitantes locales. Supratechnic, por supuesto se encuentra comprometida en tales actividades, siempre trabajando para promover el espíritu de Yamaha en los eventos de recreación marina.

Me gustaría finalizar deseándoles a todos nuestros agentes colegas de Yamaha de todo el mundo el continuo éxito en sus negocios.

ron a Holanda para competir en cuatro diferentes categorías: 650 de serie, 650 modificada, biplaza de serie 650 y biplaza modificada 650.

Yamaha Motor Europe NV actuó como principal patrocinador y otorgó el primer premio para la clase 650 modificada; una Yamaha Super Jet. Los conductores tuvieron las prácticas oficiales durante la tarde del viernes, y luego el sábado se realizó la competencia de 45 minutos y de eslalom para cada clase. En ambas categorías individuales las Yamaha Super Jet demostraron ser las superiores.

El Sábado por la noche se realizó una barbacoa y baile que generaron un ambiente

realmente divertido. El domingo, se llevaron a cabo las finales europeas; 3 pruebas eliminatorias de 15 minutos por categoría. El campeonato europeo en la categoría individual 650 de serie fue conquistado por Mike Ritchie de R.U. con una Yamaha Super Jet. Además los conductores de Yamaha, Anthony Dean (R.U.), Daniel Dangrel (Suecia), Carina Stromberg (Suecia) y Robin Timisela (Países Bajos) lograron una excelente 2º y 5º posición en esta clase. Mientras que en la clase 650 modificada, Toni Larsson (Suecia), Martin Timmer (Países Bajos) y Anthony Dean lograron respectivamente la 1º, 2º y 4º ubicación.

## Yamaha takes on the challenge of the world's longest yacht race

**WHITBREAD ROUND THE WORLD RACE 1993 - 94**

One of the events that comes to mind when one speaks of major international yacht races is the America's Cup which will be held next in May of 1992 in San Diego, U.S.A. Another event that is now gaining as much popularity in the yachting countries of America, Europe and Oceania is the Whitbread Round the World Race.

With a 33,000 nautical mile (about 60,000km) course that circumnavigates the globe, starting in Britain and visiting ports in Uruguay, Australia, New Zealand, once again Uruguay and then the U.S.A. before finishing in Britain, this race earns the reputation of both the longest and the toughest race in the world. As the contestants navigate for roughly 250 days through the hot, windless waters near the equator, into the roaring 40s, through the southern seas dotted with numberless icebergs and finally round the infamous Cape Horn before heading north through the Atlantic, they will face a tremendous variety of climatic and sea conditions in what is certainly the ultimate yachting challenge.

Now Yamaha Motor becomes the first Japanese corporation to take on the challenge of this great marine event with all its romance and excitement. To do so, the entry syndicate "Yamaha Round the World" has now been formed. The "Yamaha Round the World" campaign that will compete from September 1993 to the finish in June of the following year, will be a joint effort with the New Zealand-based Ocean Ventures Syndicate, and will have as its skipper the world-renowned ocean racer Mr. Ross Field. Designing the race boat will be the famous designer of ocean racing yachts, Mr. Bruce Farr. Two boats, a test boat and the actual challenge boat, will be built in New Zealand, ensuring a highly effective race organization capable of winning the race.



An artist's conception of the "Yamaha Round the World" syndicate boat.

Una concepción artística del yate del equipo "Yamaha alrededor del mundo".

YAMAHA Round The World 参戦  
ヤマハ発動機株式会社



Devoted to a winning effort in their first attempt at this great race are skipper Mr. Ross Field, YMC president Mr. Hideto Eguchi, Ocean Ventures president Mr. David Glen and Japanese representative with the syndicate, Mr. Kaoru Ogimi. (from right)

Dedicados a la conquista en su primera incursión en esta gran regata serán: Sr. Ross Field, el presidente de YMC, Sr. Hideto Eguchi, el presidente de Ocean Ventures, Sr. David Glen y el representante japonés con el grupo, Sr. Kaoru Ogimi. (desde la derecha)

## Yamaha acepta el desafío de la regata náutica más larga del mundo

**VUELTA WHITBREAD DE LA REGATA MUNDIAL 1993 - 94**

Uno de los eventos que surgen cuando se habla de la principal regata náutica internacional es la Copa de América que tendrá lugar el próximo mayo de 1992 en San Diego, EE.UU. Sin embargo, otro acontecimiento que está ganando popularidad en los países náuticos de América, Europa y Oceania es la Vuelta Whitbread de la Regata Mundial.

Con un recorrido de 33.000 millas náuticas (alrededor de 60.000 km) que circunnavega el globo terráqueo, comienza en Gran Bretaña con escalas en puertos de Uruguay, Australia, Nueva Zelanda, retornando una vez más a Uruguay y luego a EE.UU. antes de finalizar en Gran Bretaña, esta regata está considerada como la más larga y exigente del mundo. A medida que los participantes navegan bravamente durante 250 días por aguas cálidas, calmas cerca del Ecuador, internándose en los tremendos 40 grados, cruzando los mares del sur inundados de icebergs y finalmente bordeando el peligroso Cabo de Hornos antes de dirigirse hacia el norte desplazándose por el Atlántico, los navegantes enfrentan una variedad tremenda de condiciones climáticas y marinas que son ciertamente el desafío fundamental náutico.

Yamaha Motor se ha convertido en la primera corporación japonesa que afronta el desafío de este gran evento marino con todo su romance y emoción. Para ello, se ha formado el equipo participante "Yamaha alrededor del mundo". La campaña "Yamaha alrededor del mundo" que se iniciará en septiembre de 1993 para finalizar en junio del siguiente año, será un esfuerzo mancomunado con el Grupo Ocean Ventures establecido en Nueva Zelanda, y con ellos se sumará como capitán, el renombrado navegante oceánico Sr. Ross Field. El diseño de la embarcación estará a cargo del famoso diseñador de yates para competencias oceánicas, el Sr. Bruce Farr. Dos yates, uno de prueba y otro como participante de la regata, serán construidos en Nueva Zelanda, a fin de asegurar una perfecta y efectiva organización de la regata capaz de conquistar la competencia.

## Service Information File

This is a vinyl binder for filing purposes. Use it for filing your service information, parts lists, service manuals, service training materials, etc.

\*We also offer four types of title stickers for the above purposes for the binder backbone.

Order number: 298134

Price: US\$ 12.00 (F.O.B. Japan)

Order to Marine Overseas Technical Publications Dept.



## Archivo De Información De Servicio

Esta es una carpeta de plástico para encapertar documentos. Utilícela para archivar su información de servicio, listas de piezas, manuales de servicio, materiales de capacitación de servicios, etc.

\*Ofrecemos también cuatro tipos de etiquetas de títulos para los mencionados propósitos y para ser colocadas en el canto de la carpeta.

Número de pedido: 298134

Precio: US\$ 12,00 (F.O.B. en Japón)

Pedidos a Marine Overseas Technical Publications Dept.