

Chantey

Bimonthly issued by Yamaha

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

1993 No. 64

ENGLISH/SPANISH VERSION



We all have to do our part to protect these waters.

Chantey Special

“CCS” is the key to a strong partnership between the dealer and Yamaha



That's right!
Because they belong to us all.

Always in touch with customer needs

Let's make a consciousness of CCS the key to a strong partnership between the dealer and Yamaha

In today's world, we have an obligation to satisfy not only our customer's needs but also the expectations of the soci-

ety in which we work. This is why keeping constantly in touch with the needs of the times is a vital theme in busi-



Siempre en contacto con las necesidades del cliente

Vamos a tomar conciencia de CCS como clave para una fuerte asociación entre el agente y Yamaha

En el mundo actual tenemos la obligación de satisfacer no solo las necesidades de nuestros clientes, sino también las

expectativas de la sociedad en la cual trabajamos. Esta es la razón por la cual es vital mantenerse en contacto con

ness today. In relation to this theme, we took the opportunity to speak with Senior General Manager of Marine Engine Operations, Hiraku Nakajima, the man in charge of Yamaha's overseas marine business, about the necessary qualifications for a dealership handling Yamaha marine products.

The value of having a proper gauge for each market

- Q:** The year 1993 looks like it will continue to bring big changes in terms of political and economic restructuring and ethnic conflict. What points will Yamaha be focusing its business policies on in a year like this?
- A:** Looking at things on a global scale, we are concerned that the economic restructuring that is going on as a result of such factors as the collapse of socialist societies and EC economic unification may place increased restrictions on us as suppliers of goods to the world market. In light of this, we are making every effort to keep a close watch on world movements and maintain a proper gauge for reacting to the developments that arise in each different region.
- Q:** By this do you mean that instead of trying to impose one set of values you are trying to develop economic relationships that fit the values of each individual region?
- A:** That's right. Yamaha wants to build relationships based on the language, the temperament and the values of the people of each region, and to do business in a way that is most acceptable to each market's

customers. When and where the need arises, we also intend to encourage local manufacturing of Yamaha products.

Keeping in touch with vital market information

- Q:** To conduct comprehensive business that reflects the needs of each market, certainly demands a constant gathering of market information, doesn't it?
- A:** That's right. For that reason, this year we are promoting the theme of "creating a reliable system for gathering user information from the market on a regular and thorough basis." We need to have a quick and efficient way of keeping in touch with what the users are looking for. By doing so, we can develop products that will really bring satisfaction to the customers, and make better market conditions for our dealers to do business in.
- Q:** Does this mean that you are calling on the dealers to assist you in these efforts?
- A:** That's right. The kind of market information gathering system we are talking about cannot succeed unless everyone from the dealers to the importer receives the same information on an on-time basis. Of course, Yamaha will continue to actively send out market research teams to gather information on user needs, but at the same time, we believe that it is extremely important for each and every dealer to feed back to Yamaha the market information they pick up in their day-to-day business.

las necesidades de los tiempos en los negocios actuales. En relación a este tema, aprovechamos la oportunidad para hablar con el Director General más antiguo de las Operaciones de Motores Marinos, Sr. Hiraku Nakajima, la persona encargada de los negocios marinos en el exterior, en relación a las cualificaciones necesarias para que un distribuidor manipule productos marinos de Yamaha.

El valor de tener un indicador adecuado para cada mercado

- P:** El año 1993 parece que continuará trayendo grandes cambios en términos de reestructuración política, económica y conflictos étnicos. ¿Cuáles son los puntos en los que Yamaha concentrará su política de negocios en un año como éste?
- R:** Mirando el panorama a escala global, estamos preocupados con que la reestructuración económica que está en marcha como resultado de factores tales como el colapso de las sociedades socialistas y la unificación económica de la Comunidad Europea, puedan colocar más restricciones sobre nosotros como proveedores de artículos al mercado mundial. A la luz de esto, estamos haciendo todos los esfuerzos posibles para observar de cerca los movimientos del mundo y para mantener una actitud apropiada para reaccionar ante las instancias que puedan suceder en cada una de las diferentes regiones.
- P:** ¿Usted quiere decir que en vez de intentar imponer un grupo de valores, usted está tratando de desarrollar relaciones económicas que se ajusten a los valores de cada región en particular?
- R:** Así es. Yamaha desea establecer relaciones basadas en

el lenguaje, el temperamento y los valores de las personas de cada región y negociar en la forma que sea más aceptable para los clientes de cada mercado. En el momento y lugar donde aparezca la necesidad, también tenemos la intención de alentar la fabricación local de productos Yamaha.

Manteniéndose en contacto con información vital sobre mercado

- P:** Para efectuar negocios globales que reflejen las necesidades de cada mercado, es necesario reunir información de mercado constantemente, ¿no es así?
- R:** Exactamente. Por esa razón, este año nosotros estamos promoviendo el tema de la "creación de un sistema confiable para coleccionar información del usuario desde el mercado en bases regulares y extensivas." Necesitamos tener un método rápido y eficiente para mantenernos en contacto con lo que los usuarios buscan. Por medio del mismo, podemos desarrollar productos que traigan real satisfacción a los clientes y establecer mejores condiciones de mercado para que nuestros agentes puedan realizar sus negocios.
- P:** ¿Esto significa que usted está solicitando a los agentes para que le ayuden en este esfuerzo?
- R:** Es verdad. El tipo de sistema para colección de información de mercado que estamos pensando no puede tener éxito a menos que todos, desde el agente hasta el importador, reciban la misma información al mismo tiempo. Por supuesto que Yamaha continuará enviando activamente grupos para investigación de mercados que reúnan información sobre las

The importance of matching promotions with user needs

- Q:** Do you see a need for dealers to make use of this same market information in their own business?
- A:** Absolutely so. At Yamaha today, the whole company is pursuing a "Customer & Community Satisfaction" (CCS) Campaign, in an effort to be "No.1 in customer satisfaction". And this is a campaign that goes beyond just the area of product development and manufacturing. The spirit behind the CCS campaign only becomes meaningful when it spreads to the whole Yamaha family, of which our dealers are a vital part. We hope that every dealer will apply the CCS spirit in his or her own business through communication with the customers.
- Q:** In other words, it is the partnership between Yamaha and the dealers that will

necesidades del usuario, pero al mismo tiempo, creemos que es extremadamente importante para cada uno de los agentes el enviar la información de mercado que ellos reunan en sus negocios diarios a Yamaha.

La importancia de promociones que concuerden con las necesidades del cliente

- P:** ¿Ve usted la necesidad de que todos los agentes utilicen la misma información sobre el mercado en sus propios negocios?
- R:** Sí, absolutamente. En la actualidad la toda la compañía Yamaha está en busca de "Satisfacción al Cliente y a la Comunidad" Campaña (CCS), que es un esfuerzo para ser "el No.1 en satisfacción al cliente." Esta es una campaña que va más allá del área de desarrollo de productos y fabricación. El espíritu detrás de la campaña CCS solo tiene significado cuando se difunda en toda la familia Yamaha, de la cual nuestros agentes son una parte vital. Nosotros esperamos que cada uno de los agentes aplique el espíritu de CCS en sus propios negocios, a través de la comunicación con los clientes.
- P:** En otras palabras, es la asociación entre Yamaha y los agentes la que hará posible el ser la "No.1 en satis-

- A:** There are some things that Yamaha can do alone, but there are many more that it can't. Especially in the area of promotion, each area has differing market backgrounds and demands promotional activities that fit its distinctive customer needs. When it comes to such promotions, we believe the dealers know best what their market needs are. We hope all Yamaha dealers will embrace the concept of the CCS campaign and employ it as a means to make a more attractive shop that customers will want to visit, and also to tackle the jobs of developing promotional activities that help create new market demand and the important follow-up service programs that keep customers satisfied.



- R:** "facción al cliente." Existen algunas cosas que Yamaha puede hacer sola, pero hay otras muchas que no. Especialmente en el área de promoción, cada área posee diferentes características de mercado y exigen actividades promocionales que se adecúen a las necesidades que distinguen a los clientes. Cuando se trata de tales promociones, creemos que los agentes conocen mejor qué es lo que sus mercados necesitan. Esperamos que todos los agentes de Yamaha utilicen el concepto de la campaña CCS y que la empleen como medio para hacer sus tiendas más atractivas de manera que los clientes sientan deseos de visitarlos, y también para que se apliquen a sus trabajos de desarrollo de actividades promocionales que ayudarán a crear una nueva demanda de mercado y a los programas de servicio de seguimiento que mantiene a los clientes satisfechos.

Qatar - AL BADI TRADING & CONTRACTING CO., LTD.

Big outboards popular in prosperous leisure market

Qatar is a small country with a population of about 250,000 that occupies a peninsula extending northward into the Persian Gulf from the Arabian Peninsula. The people of Qatar enjoy a high standard of living today thanks to the effective use of income from rich oil resources to industrialize the country. It is also a country with close ties to the sea, both geographically and culturally, with much of its population traditionally engaged in such fisheries as shrimping and pearling until recent years.

AL BADI TRADING & CONTRACTING CO., LTD. has been a Yamaha distributor in the city of Doha since 1978. They handle a wide variety of Yamaha products ranging from outboards, marine diesel engines and Water Vehicles to golf cars, generators and water pumps. Among these, their most popular models are the Yamaha 85AETL and 200hp counter rotation outboards and the WR650LX and WaveRunner III Water Vehicles. In Qatar, the 85hp outboards are mostly used in the fishing industry, while the 200hp models are sold most often in boat packages for pleasure use.

Recent market trends include a growing



AL BADI TRADING's head office

popularity for the new PRO V2.6 outboard and the recently marketed WaveRunner PRO VXR and Wave Blaster model Water Vehicles. For the future, AL BADI TRADING foresees a growing demand for 200hp and 250hp counter rotation outboards as part of package deals for the pleasure-use sector of the market. As for its promotional activities, AL BADI TRADING offers customer give-

aways with every purchase as well as advertising consistently on TV and in newspapers. They also take every opportunity to exhibit their products in boat shows and the like.

When it comes to sales activities, the company's motto is "100% Customer Satisfaction!" They make every effort to convince and prove to their customers that Yamaha products are simply the best.



Mooring of boats powered by outboards.



AL BADI TRADING's branch office.



On display in the showroom are outboards, Water Vehicles, marine parts and many other products.



Qatar - AL BADI TRADING & CONTRACTING CO., LTD.

Los grandes motores fueraborda son muy populares en este próspero mercado de diversión

Qatar es un pequeño país con una población aproximada de 250.000 habitantes, que ocupa una península que se extiende hacia el norte dentro del Golfo Pérsico, desde la Península Arábiga.

Los habitantes de Qatar disfrutan de un alto nivel de vida gracias al uso efectivo de los ingresos de sus ricas fuentes de petróleo, para industrializar el país. Es también un país que tiene estrecha relación con el mar, tanto geográfica como culturalmente, estando la mayoría de los pobladores tradicionalmente dedicados a la pesca del camarón y recolección de perlas, hasta años recientes.

AL BADI TRADING & CONTRACTING CO., LTD. ha sido el distribuidor de Yamaha en la ciudad de Doha desde 1978. Ellos cuentan con una amplia variedad de productos de Yamaha que van desde los

motores fueraborda, motores marinos diesel y Vehículos Acuáticos, hasta automóviles para golf, generadores y bombas de agua.

Entre estos, los modelos más populares son el Yamaha 85AETL, los motores fueraborda con giro invertido de 200HP, los vehículos acuáticos WR650LX y el WaveRunner III. En Qatar, los motores fueraborda de 85HP son utilizados por la industria pesquera, mientras que los modelos de 200HP son vendidos con más frecuencia en conjunto con lanchas para diversión.

Las tendencias recientes del mercado muestran la creciente popularidad del nuevo motor fueraborda PRO V2.6 y de los vehículos acuáticos WaveRunner Pro VXR y Wave Blaster, recientemente lanzados al mercado. AL BADI TRADING

prevee un creciente demanda por motores fueraborda con rotación invertida de 200 y 250HP como parte de los negocios en paquete para el mercado del sector diversión.

En referencia a sus actividades de promoción AL BADI TRADING ofrece regalos por cada compra y anuncia consistentemente en TV y en los periódicos. También aprovechan cada oportunidad que se presenta para exhibir sus productos en exposiciones de lanchas y eventos similares. Cuando se trata de actividades de venta, la filosofía básica de la compañía es "100% de Satisfacción al Cliente". Ellos realizan todos los esfuerzos posibles para convencer y probar a sus clientes que los productos de Yamaha son simplemente, lo mejor.

Yamaha Greet Sales Contest Winners

A sales contest called "VIVA Enduro" was held last year for Yamaha marine distributors in conjunction with the release of the new Yamaha outboards E115A, E25A and 25V. The prize for the applicants who won honorable mention in the contest was an exciting trip to Japan.

The "VIVA Enduro" campaign included both a Sales Results Contest and a Sales Idea Contest judged on the basis of the uniqueness and effectiveness of the contestants' sales promotion activities, and in the end, participation made a great contribution to their actual sales promotions.

The winners' trip to Japan took place over the week starting November 15, 1992, and some 14 outstanding marine importers from 7 countries including Iran, Papua New Guinea, Nigeria, Venezuela, Kuwait, Hong Kong and East Malaysia were welcomed at Sanshin Industries where they could see how Yamaha outboards are manufactured. In addition, they toured some famous Japanese historic spots such as Hakone, Nara and Kyoto, where they enjoyed a "Yakatabune" cruise (boat excursion and banquet on the water). For the highlight of the trip, the party all enjoyed the experience of a one-day homestay with Japanese families, which proved to be a special opportunity to build mutual understanding.

Outstanding distributors who visited Japan

Iran	TAVASUN: Mr. Ahmed Tavassoli, Mr. Masoud Tavassoli
Papua New Guinea	ELA MOTOR: Mr. Cameron Watts, Mr. Hosea Kalis
Nigeria	ALMARINE: Mr. and Mrs. M. V. Caisley
Venezuela	MERCANTIL YAMAHA C.A.: Mr. Moises Serfaty Mr. Ildefonso Rojas
Kuwait	KUWAIT DEVELOPMENT & TRADING CO.: Mr. Abdulrehman Sultan Al-Salem Mr. Mohamed Afzal
Hong Kong	MANLEE TAT: Mr. Ho Kam Chuen, Mr. Liu Wai Ling
Malaysia	SYARIKAT ASSOCIATED MARINE INDUSTRIES: Mr. Lo Kuet Khiong Mr. Chieng Wai Yin



A commemorative shot of the winners with Yamaha staff.

Yamaha saluda a los ganadores de la competencia de ventas



Distribuidores destacados que visitaron Japón

Irán	TAVASUN: Sr. Ahmed Tavassoli, Sr. Masoud Tavassoli
Papúa Nueva Guinea	ELA MOTOR: Sr. Cameron Watts, Sr. Hosea Kalis
Nigeria	ALMARINE: Sr. y Sra. M. V. Caisley
Venezuela	MERCANTIL YAMAHA C.A.: Sr. Moises Serfaty, Sr. Ildefonso Rojas
Kuwait	KUWAIT DEVELOPMENT & TRADING CO.: Sr. Abdulrehman Sultan Al-Salem Sr. Mohamed Afzal
Hong Kong	MANLEE TAT: Sr. Ho Kam Chuen, Sr. Liu Wai Ling
Malasia	SYARIKAT ASSOCIATED MARINE INDUSTRIES: Sr. Lo Kuet Khiong Sr. Chieng Wai Yin

El año pasado se realizó una competencia de ventas denominada "VIVA Enduro" entre los distribuidores de productos marinos de Yamaha, en conjunción con la presentación de los nuevos motores fueraborda Yamaha, E115A, E25A y 25V. El premio para los competidores que ganaron mención de honor en la competencia, fue un excitante viaje a Japón.

La campaña "VIVA Enduro" incluyó una competencia de resultados de ventas y una de ideas para ventas, juzgadas en base a la exclusividad y efectividad de las actividades de promoción de ventas de los participantes, y como resultado, la participación hizo una gran contribución a sus promociones reales de venta.

El viaje a Japón de los ganadores se efectuó en la semana que comenzó el 15 de noviembre de 1992 e incluyó aproximadamente 14 destacados importadores de productos marinos provenientes de 7 países, Irán, Papúa Nueva Guinea, Nigeria, Venezuela, Kuwait, Hong Kong y Malasia. Este, siendo bienvenidos en Sanshin Industries donde pudieron apreciar la fabricación de los motores fueraborda de Yamaha. Además, visitaron algunos sitios históricos famosos del Japón tales como Hakone, Nara y Kioto, donde disfrutaron del crucero "Yakatabune" (excursión en bote y banquete flotante).

Como punto culminante del viaje todos los participantes disfrutaron de la experiencia de un día de estadía con una familia japonesa, lo que probó ser una oportunidad especial para estrechar lazos de entendimiento mutuo.



At the welcoming party.



At the grand-scale aquarium in Osaka.



At a popular "Karaoke" bar, the winners sing their favorite songs.



Visitors enjoy home-stays.

Troubleshooting

PART 7 - IGNITION AND CHARGING SYSTEMS

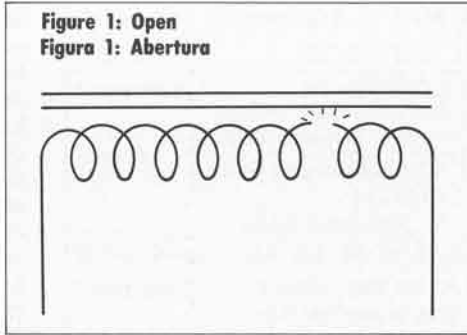
How does an ignition component fail?

In this issue, let's see three kinds of troubles in the ignition component.

1. A partial or complete open (break) in the winding

A partial open in the winding makes it harder for electrons to pass through the wire, raising the resistance of the wire. As resistance increases, current flow decreases, and the coil output also decreases. A complete open will result in no output from the coil.

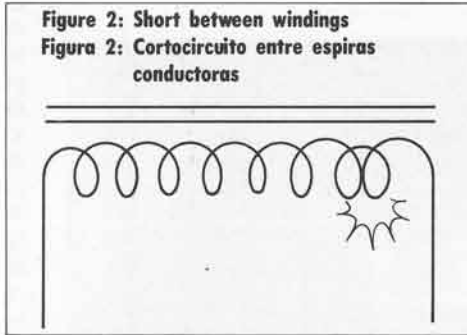
Figure 1: Open
Figura 1: Abertura



2. A short circuit between windings

A short circuit between windings creates an easier path for electrons to travel. This results in some of the coil windings not being used. Since the coil is smaller (shorter in length), its output will be smaller.

Figure 2: Short between windings
Figura 2: Cortocircuito entre espiras conductoras

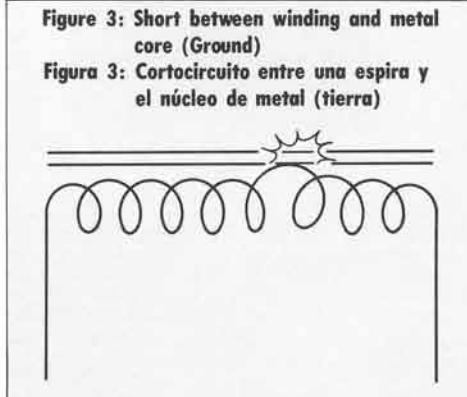


3. A short circuit from a winding to the metal core (ground)

This is the most complicated type of failure from a troubleshooting standpoint, because the symptom depends on where the short is within the coil. Normally, as a coil produces output and there is only one path for electrons to travel. When a coil shorts to ground, an alternate path for electrons is created. This can create many unusual symptoms.

In spite of the many symptoms a bad coil might produce, only one of the three problems is possible. How severe the problem is determines the tests necessary to find the problem.

Figure 3: Short between winding and metal core (Ground)
Figura 3: Cortocircuito entre una espira y el núcleo de metal (tierra)



Reparación de averías

PARTE 7 - SISTEMAS DE ENCENDIDO Y CARGA

¿Porqué falla un componente del sistema de encendido?

En este número vamos a ver tres tipos de problemas que ocurren en los componentes de encendido.

1. Abertura (rotura), parcial o completa de las espiras conductoras del bobinado

La abertura parcial del bobinado hace más difícil el pasaje de los electrones a través del conductor, elevando la resistencia del mismo. A medida que la resistencia aumenta, el flujo de corriente disminuye, reduciéndose también la salida de la bobina. La abertura total resultará en que no habrá salida de la bobina.

2. Cortocircuito entre las espiras conductoras de la bobina

Un cortocircuito entre las espiras conductoras crea una ruta de pasaje más fácil de recorrer. Esto resulta en que algunas vueltas de la bobina queden inutilizadas. Como la bobina se reduce (se acorta su longitud), su salida también se reducirá.

3. Cortocircuito entre una espira y el núcleo de metal (tierra)

Este es el tipo más problemático de falla desde el punto de vista de la reparación, ya que los síntomas dependen de dónde esté ubicado el cortocircuito dentro de la bobina. Normalmente, a medida que la bobina produce salida y como existe una sola ruta para los electrones desplazarse, cuando la bobina se cortocircuita con tierra se crea una ruta alternativa para los electrones, esto puede crear muchos síntomas inusuales.

A pesar de los muchos síntomas que una bobina fallada puede producir, solo uno de tres problemas es posible. La gravedad del problema es determinada por medio de las pruebas necesarias para encontrarlo.

Please write to me with any questions about service.

Dr. Miyamoto
Chantey Editorial Room
Ad. Dept.
Yamaha Motor Co., Ltd.
2500, Shingai, Iwata, Shizuoka-ken,
Japan



Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

Dr. Miyamoto
Chantey Editorial Room
Ad. Dept.
Yamaha Motor Company Ltd.
2500, Shingai, Iwata, Shizuoka-ken,
Japón

The Biggest Fishing Tournament Ever

The Yamaha marine distributor in Panama, Tochisa de Panama, teamed up with local yacht clubs last year to organize a Yamaha Fishing Tournament in that country. Even though this was the first event of its kind ever organized by Tochisa, some 72 boats and about 350 fishermen from four yacht clubs turned out, making this the largest tournament of its kind ever held in Panama. The tournament was judged on a system that awarded points according to the size of fish caught in each fish category. The individual winner, Alvaro Mendez of Club de Yates y Pesca de Panama, got 600 points for landing a 114 pound peakfish and was presented a Yamaha outboard by Mr. Kuroda of the Yamaha service staff. Other category winners included Moises Yohoros in the "dorado" fish category, Williams Fitzgerald in the "bojala" category, Roberto Rodriguez in the "wahoo" category, Emanuel Abadia in the "pargo" category, Elena Guardia in the ladies category and Alberto Menashe and Juan Betesh in the juniors category. In the club competition, the Balboa Yacht Club outscored last year's hosts, Club de Diablo, and won the right to host this year's event.

Tochisa's Sales Manager, Mr. Vallarino, commented that in spite of some changeable weather, the first event was a great success, gathering more participants than ever before in Panama.

El torneo de pesca más grande hasta el presente

El distribuidor de productos marinos de Yamaha en Panamá, Tochisa de Panamá, se agrupó con los clubs de yates locales el año pasado, para organizar el Torneo de Pesca Yamaha del país. Aunque fue el primer evento de este tipo organizado por Tochisa, aproximadamente 72 lanchas y 350 pescadores provenientes de cuatro clubs de yates se presentaron, haciendo de este torneo el más grande de este tipo que se haya realizado en Panamá. El torneo fue juzgado con un sistema que otorgó puntos de acuerdo con el tamaño de la pieza pescada por tipo de pez. El ganador de la competencia individual fue Alvaro Mendez del Club de Yates y Pesca de Panamá, que obtuvo 600 puntos por la pesca de un pez pico, ganando un motor fueraborda Yamaha entregado por el Sr. Kuroda del personal

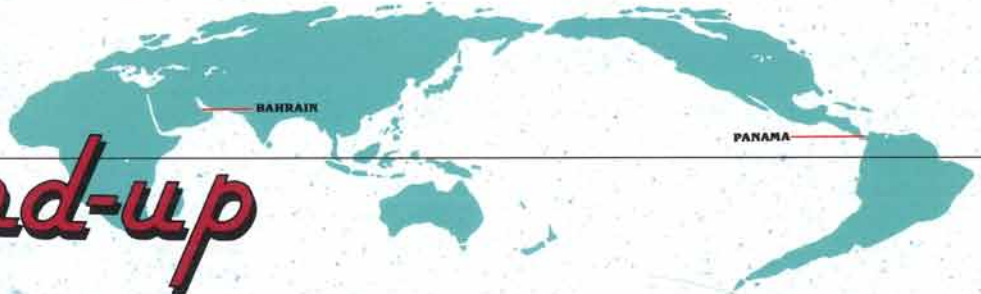


de servicio de Yamaha. Los ganadores de otras categorías incluyeron a Moises Yohoros en la categoría "dorado," Williams Fitzgerald en la categoría "bojala," Roberto Rodriguez en la categoría "wahoo," Emanuel Abadia en la categoría "pargo," Elena Guardia en la categoría damas y Alberto Menashe y Juan Betesh en la categoría juvenil.

En la competencia por clubs, el club de Yates Balboa le ganó al Club de Diablo que era el anfitrión del año 1992, ganando el derecho de ser el anfitrión del evento de este año. El director de ventas de Tochisa, Sr. Vallarino, comentó que a pesar del tiempo inestable, el primer evento fue un gran éxito, agrupando más participantes que nunca en Panamá.



News Round-up



Yamaha's genuine oil on display

Taking part in National Day exhibition

Yamaha marine distributor in Bahrain, Kooheji Marine Centre was one of the proud exhibitors at a grand exhibition held in connection with National Day celebrations in the National Stadium in Issa. Some 100,000 people took part in the four-day event from December 16 to 18, 1992 marking the 31st anniversary of the accession to the throne of His Highness the Emir of Bahrain. Visitors showed keen interest in Kooheji Marine's display of Yamaha outboards and accessories including Yamaha's genuine oil.

Tomando parte en la exhibición del "Día Nacional"

El distribuidor de productos marinos de Yamaha en Bahrain, Kooheji Marine Centre, fue uno de los orgullosos expositores en la gran exhibición realizada en conexión con las celebraciones del "Día Nacional" en el estadio nacional de Issa. Aproximadamente 100.000 espectadores participaron del evento que duró cuatro días, desde el 16 al 18 de diciembre de 1992, marcando el 31º aniversario de la ascensión al trono de Su Alteza el Emir de Bahrain. Los visitantes mostraron enorme interés en la exposición de los motores fueraborda, accesorios y aceite genuino de Yamaha, realizada por Kooheji Marine.

Yamaha the Water Conqueror

In the first ever Qatar Open Water Vehicle Race held on September 17, 1992, Hatta Mohamed rode to victory on his Yamaha Super Jet 650 against a strong field of competitors.

This event, held under the patronage of the Qatar Youth and Sport General Authority, turned out to be one of the greatest sporting events ever held in Qatar. The large crowd of spectators that gathered along the Doha coast road to watch the colorful racing events were thrilled by the exploits of a field of some 40 entries. Roughly 50% of the participants competed on Yamaha Water Vehicles, and with first and third place finishes, the Yamaha convincingly proved their superior performance.

Before the competition, local Yamaha distributor AL BADI TRADING & CONT. CO., LTD. was on hand to inspect, service and supply necessary spare parts free of charge to all Yamaha contestants.



Yamaha, el Conquistador Acuático

En la primera carrera que se realizó el 17 de septiembre en Qatar, denominada Carrera Abierta de Vehículos Acuáticos, Hatta Mohamed salió triunfante con su Yamaha Super Jet 650, compitiendo contra muchos rivales bien equipados. Este evento, realizado bajo el patrocinio de las Autoridades Juveniles y de Deportes Generales de Qatar, resultó ser uno de los eventos deportivos más importantes entre aquellos realizados en Qatar hasta la fecha.

La gran multitud de espectadores que se reunió a lo largo de la ruta costera Doha, para presenciar las carreras coloridas mostraron excitación ante las hazañas de un grupo de 40 participantes. El 50% de los participantes aproximadamente, compitió en Vehículos Acuáticos de Yamaha, obteniendo el primero y tercer lugar, los Yamaha probaron sin lugar a dudas su rendimiento superior.

Antes de la competencia, el distribuidor local de Yamaha AL BADI TRADING & CONT. CO., LTD. estuvo presente para inspeccionar, reparar y suministrar partes de repuesto necesarias gratis para todos los competidores de Yamaha.



Tavasun's new office open

Last year, Iranian Yamaha Marine distributor, Tavasun Co., opened a new office in the central business district in Tehran City. To celebrate this 200m² office launch, an opening ceremony was held on October 25 with many dealers and guests in attendance. From Yamaha Motor Mr. H. Nakajima, Senior General Manager of Marine Operations, and Mr. T. Suzuki, Senior General Manager of Parts Operations, attended and took part in the tape-cutting with Mr. Ahmad Tavassoli for the opening ceremony.

The new office will be used by the company's Management and Account & Ordering Divisions while the Sales Division will take over the old one.

Inauguración de la nueva oficina de Tavasun

El año pasado el distribuidor iraní de productos marinos de Yamaha, Tavasun Co., inauguró su nueva oficina en el distrito central de comercio de la ciudad de Teherán. Para celebrar la apertura de esta oficina de 200m², se realizó una ceremonia el 25 de octubre, con la presencia de muchos agentes e invitados. Asistieron enviados por Yamaha Motor, el Sr. H. Nakajima, Director General con más antigüedad de las Operaciones Marinas, y el Sr. T. Suzuki, Director General con más antigüedad de las Operaciones de Piezas, tomando parte en el corte de la cinta conjuntamente con el Sr. Ahmad Tavassoli, durante la

ceremonia de inauguración. La nueva oficina será utilizada por las divisiones de Dirección, Contabilidad y Pedidos, mientras que la división Ventas permanecerá en la oficina antigua.

Guests and staff gather around Mr. Tavassoli (center with mustache), Mr. Suzuki at his right and Mr. Nakajima at his left for commemorative photo.



"PR man" on the road 24 hours on a day

YOUSUF HABIB AL-YOUSUF, Yamaha marine distributor in Dubai, has good reason to be proud of the new roof-top billboard it has put up on the prestigious Dubai Airport Road. This is the most prominent and sought-after advertising site in the country, as this is the busiest road in all of Dubai. Now, this tough PR man will be on the road advertising Yamaha products 24 hours a day.

"Relaciones Públicas" 24 horas por día en la calle

El distribuidor de los productos marinos de Yamaha en Dubai, YOUSUF HABIB AL-YOUSUF, tiene buenas razones para estar orgulloso de sus anuncios en los techos que ha colocado en la prestigiosa carretera del aeropuerto de Dubai. Este es el lugar más importante y codiciado para anuncios comerciales en el país, ya que es la carretera con más tránsito en todo Dubai. Ahora, éste R.P. estará en la calle 24 horas por día, anunciando los productos de Yamaha.

MALAYSIA

New office and showroom open

Recently, Syarikat Associated Marine Industries Sdn. Bhd. (AMI) in Sarawak, West Malaysia, moved to new offices after a span of 16 years in Yamaha Marine business. The new building located in Jalan Ong Kee Hui, Kuching, houses the company's offices and showroom.

On September 14, 1992, Nick Shibata, General Manager of Overseas Marine Operations declared the opening of the new building and promptly named it "Bangunan AMI (AMI Building)." The official opening was attended by the company's directors and staff, and guests including dealers, bankers and bus-

iness associates. On the evening of the same day, a dinner was held for about 120 guests at the new Riverside Majestic hotel. The week-long commemoration which began with a flag-raising on September 7, ended on the 15th with staff gathering for breakfast.

Inauguración de la nueva oficina y salón de exposición

Recientemente, la Syarikat Associated Marine Industries Sdn. Bhd (AMI), de Sarawak, Malasia Oeste, se mudó a sus nuevas oficinas después de un lapso de 16 años en el negocio marino de Yamaha. El nuevo edificio está ubicado en Jalan Ong Kee Hui, Kuching, y aloja las oficinas y el salón de exposición de la compañía.

El 14 de septiembre de 1992, Nick Shibata, Direc-



tor General de las Operaciones Marinas de Ultramar, inauguró el nuevo edificio que fue rápidamente denominado "Bangunan AMI (Edificio AMI)". La inauguración oficial fue presenciada por los directores y empleados de la compañía incluyendo entre los invitados a agentes, banqueros y asociados de negocios.

En la noche del mismo día, se sirvió una cena para 120 comensales aproximadamente en el nuevo hotel Riverside Majestic. La semana de conmemoración que comenzó con la alzada de bandera el 7 de septiembre, finalizó el 15 con un desayuno para los empleados.

News Round-up

BELIZE

Sales promotion at first international fair

Yamaha marine distributor in Belize, MARELCO LTD. joined in the festivities of a grand international extravaganza; The Sea and Air Festival, sponsored by the Chamber of Commerce of the beautiful Caribbean island of San Pedro last summer. MARELCO responded to the invitation of the Chamber of Commerce by setting up an attractive display of Yamaha enduro outboard motors in a booth shared with the Belize Defense Force Maritime Wing.

The event, the first of its kind ever held on San Pedro, was a great success, attracting visitors, dignitaries and cultural groups from the neighboring countries of Mexico, Guatemala and Honduras.

The MARELCO booth was also a big success, attracting many inquiries from visitors and even on-the-spot sales. For MARELCO, events like this are seen as valuable opportunities not only to advertise the Yamaha

brand but also to show appreciation to their many customers on the islands of Belize.

Promoción de ventas en la primera feria internacional

El distribuidor de productos marinos Yamaha en Belize, MARELCO LTDA. acompañó las festividades de la gran exposición internacional; "The Sea and Air Festival" (Festival Marino y Aéreo), patrocinado por la Cámara de Comercio de la maravillosa isla del Caribe llamada San Pedro, durante el verano pasado. MARELCO respondió a la invitación de la Cámara de Comercio, construyendo una atractiva muestra de los motores fueraborda "enduro" en un lugar compartido con el Escuadrón Marítimo de las Fuerzas de Defensa de Belize.

El evento, que fue el primero de este tipo a ser realizado en San Pedro, tuvo un éxito enorme, atrayen-



do a visitantes, dignatarios y grupos culturales de los países vecinos México, Guatemala y Honduras. La exposición de MARELCO también tuvo gran éxito, atrayendo muchas preguntas de los visitantes y ventas instantáneas. Para MARELCO este tipo de eventos son oportunidades valiosas no solo para promover la marca Yamaha, sino también para mostrar agradecimiento a sus muchos clientes en las islas de Belize.

ITALY

'93 European Service Manager Meeting

From September 24 to 25, the '93 Yamaha European Service Manager Meeting was held in Baveno, Italy. The aim of this year's meeting was to provide in-depth knowledge of Yamaha's '93 marine products as well as re-confirmation of policies regarding service activities. The active participation by all the representatives has ensured that the '93 model information will be thoroughly distributed to each country.

By the way, this year's meeting saw a further expansion of the European Yamaha family as representatives from Hungary were welcomed to the meeting for the first time.

Reunión de los Directores de Servicio Europeos '93

Desde el 24 al 25 de septiembre se realizó la Reunión de Directores de Servicio Europeos de Yamaha '93, en Baveno, Italia. El objetivo de la reunión de este año fue suministrar conocimientos profundos sobre los productos marinos de Yamaha 1993, y también para reconfirmar la política en relación a las actividades de servicio. La participación activa de todos los representantes aseguró que la información modelo 1993 será extensamente distribuida en cada país.

Hablando de esto, la reunión de este año vio una expansión de la familia Yamaha europea, dándosele la bienvenida por primera vez a la reunión, a los representantes de Hungría.



New "YAMAHA" enters construction
 - Design refinements promise still greater performance

On December 12 of last year, construction began in New Zealand on the new "YAMAHA" which will be the race boat for the Yamaha Round the World syndicate, launchers of the first ever two-boat campaign to win the upcoming Whitbread Round the World Race.

This second boat is scheduled to be completed and in the water by April of this year, after which the race crew will train on it off Auckland, before it is sent to New York for participation in the first Trans-Atlantic Race from there to London in July. Then, on September 25, the "Yamaha" will line up for the start of the long-awaited Whitbread Round the World Race off Southampton, England.

The crew that will race the new "Yamaha Round the World" in this year's Whitbread are as follows:
Skipper: Ross Field
Crew: Jeff Scott, Robbie Naismith, Godfrey Cray, Richard Bouzaid, Joey Allen, Steve Cotton, Donald Trevurza, Mark Hauser and Kazunori Komatsu



Comienza la construcción del nuevo "YAMAHA"
 - El refinamiento del diseño promete un rendimiento aún mayor

El 12 de diciembre del año pasado, comenzó la construcción del nuevo "YAMAHA" en Nueva Zelanda, que será el yate de carrera para el sindicato Yamaha Alrededor del Mundo, iniciadores de la primera campaña de dos yates que ganarán la Carrera Mundial Whitbread.

La terminación y botadura de este segundo yate está programada para abril de este año, después de lo cual la tripulación para carrera se entrenará con él en aguas de Auckland, antes de ser enviado a Nueva York para la participación en la primera carrera Transatlántica, desde allí a Londres, en julio. Luego, el 25 de septiembre, el "YAMAHA" se alineará para la partida de la largamente esperada carrera mundial Whitbread, desde las costas de Southampton, Inglaterra. La tripulación que correrá en el nuevo "Yamaha Round the World (Yamaha Alrededor del Mundo)" en la Whitbread de este año son los siguientes:

Capitán: Ross Field
Tripulación: Jeff Scott, Robbie Naismith, Godfrey Cray, Richard Bouzaid, Joey Allen, Steve Cotton, Donald Trevurza, Mark Hauser y Kazunori Komatsu

Ms. Kumi Kaneko,
Personnel Affairs
Division, Sanshin
Industries Co., Ltd.



Probably many of Chantey's readers have had an opportunity to visit Sanshin Industries, manufacturers of Yamaha outboard motors and other marine engines. I work as a receptionist at our company's head offices and receiving visitors is my main job. I have just turned 19 years old and, of course, I'm still single. My favorite pastimes on my days off are shopping and taking long drives when the weather is good. Each and every Yamaha marine engine serving customers in all parts of the world today is built with pride and confidence by the people here at Sanshin. I hope you will all recommend them to your customers with the same amount of confidence. I'm still not confident of my ability in foreign languages, but I hope you will say "Hi" if you have a chance to visit Sanshin in the future.

Srta. Kumi Kaneko,
División de Asuntos Personales,
Sanshin Industries Co., Ltd.

Probablemente, muchos de los lectores de Chatey han tenido la oportunidad de visitar Sanshin Industries, fabricantes de los motores fueraborda de Yamaha y de otros motores marinos. Yo trabajo como recepcionista en la oficina central de nuestra compañía y recibir a los visitantes es mi trabajo principal. Yo recién he cumplido 19 años y, por supuesto, soy soltera. Mis pasatiempos favoritos en mis días libres es salir de compras y hacer largos paseos en automóvil cuando hace buen tiempo. Cada uno de los motores marinos de Yamaha que sirven a nuestros clientes en todas partes del mundo están contruidos con el orgullo y la confianza de los que trabajamos en Sanshin. Yo espero que usted los recomendará a todos sus clientes con el mismo grado de confianza. Yo aún no tengo confianza en mi habilidad con lenguas extranjeras, pero espero que usted me diga "hola" si tiene oportunidad de visitar Sanshin en el futuro.

Message from the Chief Editor

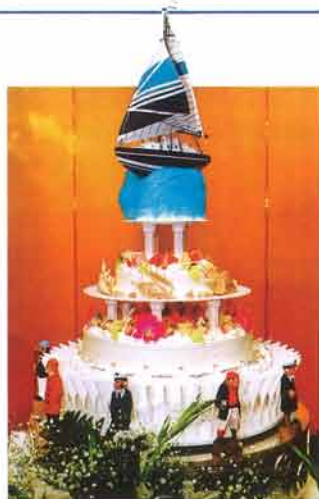
Hello everyone! How are you? Here in Japan the International Boat Shows at Tokyo and Osaka tell us that another marine sports season is just around the corner. This is also the season when our marine business gets into full swing.

All our dealers here in Japan are excited about the new Yamaha marine products. I imagine it must be the same in your country, too. This month we have featured an interview with Hiraku Nakajima, Senior General Manager of Yamaha Marine Engine Operations, and I would like to hear your comments about it.

As for those of you who have already sent us letters, I want to take this opportunity to express our sincere thanks.

In this issue, I am putting in a picture of the wedding cake from my wedding last December.

Ad Dept. Yamaha Motor Company Ltd.,
 2500 Shingai, Iwata, Shizuoka, Japan.



Mensaje del Editor Jefe

¡Hola! ¿Cómo están todos ustedes? Aquí en Japón la Exposición Internacional de Lanchas en Tokio y en Osaka nos dice que ya tenemos otra temporada de deportes marinos dando vuelta a la esquina. Esta es también la temporada en la que nuestros negocios marinos alcanzan su apogeo. Todos los concesionarios aquí en Japón esperan con excitación esta nueva temporada de productos marinos de Yamaha. Imagino que debe ser lo mismo en su país también. Este mes presentamos una entrevista con Hiraku Nakajima, Director general más antiguo de Operaciones de Motores Marinos de Yamaha, y me gustaría saber vuestra opinión acerca de ella.

Para aquellos que ya nos han enviados sus cartas, aprovecharé esta oportunidad para expresar nuestro sincero agradecimiento.

En esta edición he colocado una fotografía de la torta de mi casamiento que tuvo lugar en el diciembre pasado.

Ad. Dept. Yamaha Motor Company Ltd.
 2500 Shingai, Iwata, Shizuoka, Japón.