

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

1997 No. 81

ENGLISH/SPANISH VERSION

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

Chantey Special

Growing with the country's fishing industry



This issue's cover: Mexico

Growing with the country's fishing industry

The Mexican Market

Mexico is a beautiful country of natural contrasts, from the arid mountainous interior to beautiful coastlines, longer than any country in the Americas and stretching for over 10,000 kilometers. With Latin America's second largest population of 93 million, Mexico is also a land of rich cultural contrast and traditions, deriving from the native American Aztec and Mayan civilizations and the Spanish ancestry. Mexico is the region's second largest economy, and as a member of the NAFTA, the North American Free Trade Alliance, the outlook for the future is bright.



MEMSA-made boats with Yamaha outboards in a fishery cooperative near Cancun in the state of Quintana Roo

Creciendo con la industria pesquera del país

- El mercado mexicano

México es un bello país de grandes contrastes naturales, desde las áridas montañas del interior hasta sus hermosas costas que, superando los 10.000 kilómetros, son las más largas del continente americano. Con una población de 93 millones, la segunda de Latinoamérica, México es también un país de abundantes contrastes culturales y ricas tradiciones, reflejo de las civilizaciones azteca y maya y de su ascendencia española. México posee la segunda economía de la región y como miembro de NAFTA, Tratado Norteamericano de Libre Comercio, sus perspectivas son muy prometedoras.

IMEMSA's corporate history

In the period back in the 1970s when Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) began to expand its marine business worldwide, Mexico happened to be in the midst of a new government program aimed at modernizing its coastal fishing industry. It was on May 7, 1973, that the Mexican industrial group Intercon and YMC joined hands to form a joint venture that is today's Industria Mexicana de Equipo Marino S.A. de C.V. (IMEMSA) to distribute and manufacture Yamaha marine products in Mexico. The timing of the venture was critical and IMEMSA became a success story by contributing to the development of the budding Mexican coastal fishery industry while working in close cooperation with the Ministry of Fishery to help develop norms and standards and to replace the fishermen's traditional wooden boats with quality FRP boats that IMEMSA started building under a technical assistance agreement with Yamaha in 1973 and which came



Mr. Jefferson H. Fuller, IMEMSA's President (left) and Mr. Takehiko Hasegawa, Yamaha Motor's President.



Fishermen shrimping in the locality of Altata, Sinaloa

to dominate the market within three years. As a result of these efforts, today as it prepares to celebrate its 25th anniversary, IMEMSA not only boasts the top market share in the commercial fishing industry for its Yamaha brand outboard motors and FRP fishing boats led by the W25, but also enjoys a close working relationship with the related government agencies and the fishermen organizations.

Best return on consumer investment

A total staff of 41 employees work in sales and administration at IMEMSA's headquarters in Mexico City, and the company considers these experienced professionals its most valuable asset. Led by the company's President and Chairman, Mr. Jefferson H. Fuller, the staff averages 8.5 years at IMEMSA. Spread out in the country's other key market areas are another 21 employees working primarily in retail sales at six branch offices.

IMEMSA's distribution network for both commercial and pleasure-use marine products consists of a combination of independent dealerships

Fishermen's wives and children work at sorting shrimp by size after cutting the heads off



Fishermen in La Reform, Sinaloa; returning after a long working day during shrimp season in the month of September

El historial empresarial de IMEMSA

En la década de los setenta, cuando Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) comenzó a expandir sus actividades marítimas por todo el mundo, México se encontraba en medio de un nuevo programa estatal para modernizar la industria pesquera. Fue el 7 de mayo de 1973 cuando se asociaron el grupo industrial mexicano Intercon y YMC, y formaron una empresa mixta -la actual Industria Mexicana de Equipo Marino S.A. de

C.V. (IMEMSA)- para distribuir y fabricar productos marinos Yamaha en México. La fecha elegida resultó decisiva e IMEMSA consiguió un enorme éxito al contribuir al desarrollo del prometedor sector pesquero mexicano mientras trabajaba en estrecha cooperación con el Ministerio de Pesca ayudando a crear normas y sustituyendo los botes de madera tradicionales por lanchas FRP de alta calidad que

IMEMSA empezó a construir bajo un acuerdo de asistencia técnica con Yamaha en 1973 y cuyo mercado pasó a dominar en sólo tres años. Como consecuencia de estos esfuerzos y a punto de celebrar su 25º aniversario, IMEMSA no sólo tiene la mayor porción del mercado de pesca comercial con sus motores fueraborda Yamaha y lanchas pesqueras FRP encabezadas por la W25, sino que mantiene una estrecha relación comercial con los organismos estatales y las organizaciones de pescadores.

and the company's own sales branch offices. This unique system is a product of IMEMSA's long years of cooperation in government programs, often involving package sales of boats and motors in the fishing season. Through this network that includes its own branch offices, 25 independent dealerships and 20 more specialized marine stores which are considered house accounts, IMEMSA has been successful at servicing the local fishermen and negotiating financing schemes for them through the appropriate government agencies.

This distribution network is crucial to IMEMSA's corporate mission, which is to conduct the distribution and production of high quality Yamaha products, parts and accessories in ways that bring the highest level of CCS (Customer and Community Satisfaction) in both the commercial and leisure sectors of the Mexican marine market. Stated in another way, IMEMSA's main commitment is to offer its customers sim-

ply the best return on investment of any maker through its programs of product guarantees and the highest level of after-sales service available anywhere. Another aspect of the corporate mission is to work closely with the related government authorities to contribute to the rational exploitation of the country's marine resources in sustainable ways that preserve the ecological balance.

Mexico's fishing industry and Yamaha outboards

The Mexican fishing industry as it exists today is the product of both past government programs aimed at stimulating the industry and the revived entrepreneurial spirit of the private sector in more recent years. Most coastal fishermen are organized into cooperatives, one for each of the small fishing villages that dot the country's coastlines. Many of these vil-



↑ IMEMSA convoy in transit to deliver products to a remote fishing village

← This tourist launch in Cancun is powered by two 85 hp outboards

IMEMSA's W-26 boat with a 75 hp Yamaha is test ridden by distributors and company employees, during the Dealer Convention.



A show room for the new IMEMSA W-22 and W-26 boats during the National Dealer Convention last January in Veracruz



Dar al consumidor lo mejor por su dinero

Un total de 41 empleados trabajan en administración y ventas en las oficinas centrales de IMEMSA en México City, y la empresa considera a estos experimentados profesionales sus activos más valiosos. Guiados por Jefferson H. Fuller, director general y presidente de la empresa, la plantilla lleva trabajando en IMEMSA una media de 8 años y medio. Repartidos en otros sectores claves del mercado se encuentran otros 21 empleados trabajando principalmente en ventas al consumidor en seis sucursales.

La red de distribución de IMEMSA de productos marinos tanto comerciales como de placer consta de una serie de concesionarios independientes y de las propias sucursales de ventas de la empresa. Este original sistema es producto de los largos años de cooperación en los programas estatales, que a veces supone ventas combinadas de lanchas y motores durante la temporada de pesca. A través de esta red que incluye sus

propias sucursales, 25 concesionarios independientes y 20 tiendas especializadas en productos marítimos, IMEMSA ha logrado un gran éxito proporcionando servicio técnico a los pescadores locales y negociando para ellos planes de financiación a través de los organismos estatales apropiados.

La red de distribución es crucial para la estrategia de IMEMSA, cuyo fin es distribuir y fabricar productos, piezas y accesorios Yamaha de alta calidad para conseguir el más alto nivel de "Satisfacción del Cliente y de la Comunidad", tanto en el sector comercial como en el de ocio. Dicho de otra forma, el compromiso principal de IMEMSA es ofrecer el mejor rendimiento a la inversión de sus clientes entre todas las marcas existentes, a través de sus programas de garantía de productos y de su servicio postventa de primer nivel en todo el país. Otro aspecto de esta estrategia empresarial es trabajar en estrecha colaboración con las autoridades

lages are in fact quite remote, being accessible only by dirt roads or the sea. This makes visiting them to carry out service campaigns no simple matter, especially when roads get arduous in the rainy season.

The roughly 1,200 fishing cooperatives spread throughout the country are further grouped into federations or unions, most of which promote the use of outboard motors with FRP boats. In all, the market includes some 50,000 active fishing boats powered by outboards. Soon after the implementation of the NAFTA free trade agreement, the North American outboard manufacturers intensified their marketing efforts in the Mexican market, but IMEMSA and Yamaha have been successful in maintaining a 60% market share with unquestioned dominance in certain key market areas.

Locally oriented service

One of the reasons for Yamaha's continued dominance is the importance IMEMSA places on service. By regularly holding service training courses for independent mechanics, IMEMSA not only succeeds in raising the level of service their products receive but also wins the allegiance of the mechanics, who in turn begin to recommend Yamaha outboards to their customers. Other critical factors are IMEMSA's speedy parts supply system and the fact that their sales and service staff are always visiting the local markets to pick up the comments of the users, which are then fed back into product development that reflects the true needs of the market.



Mr. Juan Gallardo (4th from right), IMEMSA's Director, with members of the company's sales staff during the first Mexican Boat Show at Puerto Vallarta in 1996



A snorkeling boat rental fleet, with Yamaha outboards



↑ Preparing for a speed test of the new W-22, which was recently launched on the Mexican market

→ A jungle tour boat rental fleet, with Yamaha outboard motors in Aqua Fun Marina, Cancun.



estatales del sector para contribuir a la explotación racional de los recursos marinos del país y preservar el equilibrio ecológico.

La industria pesquera mexicana y los fuerabordas Yamaha

La actual industria pesquera mexicana es resultado de anteriores programas estatales destinados a estimular el sector y del renovado espíritu empresarial del sector privado en los años más recientes. La mayoría de los pescadores están organizados en cooperativas, una en cada pueblo de pescadores a lo largo de las costas del país. A muchos de estos pueblos situados en lugares remotos sólo puede accederse por carreteras en mal estado o por mar. Esto hace difícil visitarlos para llevar a cabo campañas de servicio, especialmente cuando el estado de las carreteras empeora por las lluvias.

Las aproximadamente 1.200 cooperativas de pescadores del país se agrupan en federaciones, la mayoría de las cuales promueven el uso de motores fuera borda en las lanchas FRP. En total, el mercado incluye unas

50.000 lanchas pesqueras con fuerabordas. Poco después de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio (NAFTA), los fabricantes norteamericanos de fuerabordas intensificaron sus esfuerzos de comercialización en el mercado mexicano, pero IMEMSA y Yamaha han logrado mantener el 60% del mercado con un dominio innegable en algunos sectores claves.

Servicio orientado a los mercados locales

El dominio continuo de Yamaha se basa en la gran importancia que tiene para IMEMSA el servicio al cliente. Al celebrar frecuentemente cursos de formación para mecánicos independientes, IMEMSA no sólo consigue elevar la calidad del servicio que reciben sus productos, sino también se gana la lealtad de sus mecánicos, que a su vez empiezan a recomendar los fuerabordas Yamaha a sus clientes. Otros factores importantes son el rápido sistema de suministro de piezas de IMEMSA y el hecho de que su personal de ventas y servicio está siempre visitando los mercados locales para recoger los comentarios de los usuarios e incorporarlos después al

Some good examples of this locally oriented development are the special-spec models supplied to the shrimp fishing industry and 85 hp and 115 hp models that were specially developed to fit the needs of the Mexican tuna fishing method which uses small outboard-powered boats launched from a mother ship.

Outboard demand in the Mexican market centers around the 48, 60, 75 and 115 hp classes. In Sinaloa the 48 and 75 hp models are the standards, with 60 and 115 hp models increasingly becoming the power of choice. In the Gulf of Mexico, however, fishermen depend primarily on small to middle hp outboards. In lagoon areas on both coasts shrimp fishing is conducted from smaller boats powered by 15 to 25 hp outboards. Among fishermen catching shark out of Chiapas state in the waters near Guatemala, the 75 hp Yamahas are used almost exclusively. As a nationwide trend, the 60 hp Yamahas are becoming more and more popular.

Modernizing traditional fisheries

Traditionally the Mexican shrimp industry has been centered in the Gulf

of California which yields a high quality natural harvest every year during the months from September to December. When the season opens every year it is a busy time, as the fisherman's entire family works hard and long from the pre-dawn hours till dusk to bring in the catch. The outboard motor that most fishermen choose as dependable partners in this frantic work schedule where no down-time can be tolerated is of course a Yamaha. All along the corridor from Mazatlan in the south up to Sinaloa and Sónora in the north, freezing factories work three shifts a day during this season to process the shrimp into 5 lb. frozen packs, most of which is shipped to the U.S.A. for use in premium restaurants. The modernization of this shrimp industry has brought new prosperity to the fishermen of places like Sinaloa.

There are also rich fishing grounds for scale fish, lobster, abalone, shark and other species along Mexico's Pacific coast which are exploited by small-scale coastal fishermen working in the traditional day-trip style.

Meanwhile, on the Gulf of Mexico and the Caribbean Sea of Mexico's east coast there are fisheries for the Gulf's famous red snapper as well as



↑ The WaveRaider rental fleet in Aquaworld Marina, Cancun

↓ A glass-bottom boat powered by twin Yamaha 50 hp 4-strokes in Aquaworld Marina, Cancun.



A tourist returning after riding the WaveRunner III, in Aquaworld Marina.



Aquaworld Marina employees

desarrollo de productos que reflejen las necesidades reales del mercado. Buenos ejemplos de ello son los modelos con especificaciones especiales suministrados para la pesca de camarones y los modelos de 85 y 115 caballos construidos especialmente para adecuarse a las necesidades del método mexicano de la pesca de atún donde se usan pequeñas lanchas fueraborda lanzadas desde un barco nodriza. La demanda de fuerabordas en el mercado mexicano se concentra en las categorías de 48, 60, 75 y 115 caballos. En Sinaloa, los modelos más comunes son los de 48 y 75 C.V., eligiéndose con más frecuencia los de 60 y 115 C.V. En el Golfo de México, por el contrario, los pescadores dependen principalmente de fuerabordas de potencia pequeña o mediana. En las dos costas de las zonas de la laguna, la pesca de camarones se efectúa con pequeñas lanchas fuera bordas de 15 a 25 C.V. Los pescadores de tiburones del estado de Chiapas, en aguas cercanas a Guatemala, usan casi exclusivamente los Yamahas de 75 C.V. La tendencia actual en todo el país se orienta hacia una mayor demanda de los Yamahas de 60 C.V.

Modernización de la pesca tradicional

El sector de la pesca de camarones se ha centrado tradicionalmente en el

Golfo de California, que proporciona una cosecha natural de alta calidad cada año de septiembre a diciembre. Cuando comienza anualmente la temporada, los pescadores se encuentran muy atareados ya que toda la familia trabaja duro y durante largas horas, desde antes del amanecer hasta el anochecer, para traer la pesca a casa. El motor fueraborda que eligen la mayoría de los pescadores como socio fiable en este frenético horario de trabajo donde es imposible parar es naturalmente un Yamaha. A todo lo largo del corredor que va de Mazatlan en el sur a Sinaloa y Sónora en el norte, las fábricas congeladoras hacen tres turnos diarios durante la temporada para dejar preparados los camarones en paquetes congelados de 2.2 kg., que se envían en su mayor parte a EE UU para ser utilizados en restaurantes de primera categoría. La modernización del sector ha hecho que hayan prosperado mucho los pescadores de lugares como Sinaloa.

Existen también fértiles caladeros de langostas, abulón, orejas de mar, tiburones y otras especies a lo largo de la costa del Pacífico, que son explotados a pequeña escala por pescadores que, siguiendo la tradición, salen a pescar una vez al día. Y en la costa este del Golfo de México y del Mar del Caribe se pesca el famoso pargo o huachinango del Golfo,

a large production of octopus that is exported to many countries, including Japan. Lobster tail from the species *Panulirus Argus* is also a popular catch in the Caribbean.

It is an interesting historical footnote that appreciation of seafood in Mexico goes far back before the arrival of the Spaniards. It is said that the Aztec Emperor enjoyed fresh fish from the Gulf that was rushed overland 400 kilometers by native runners.

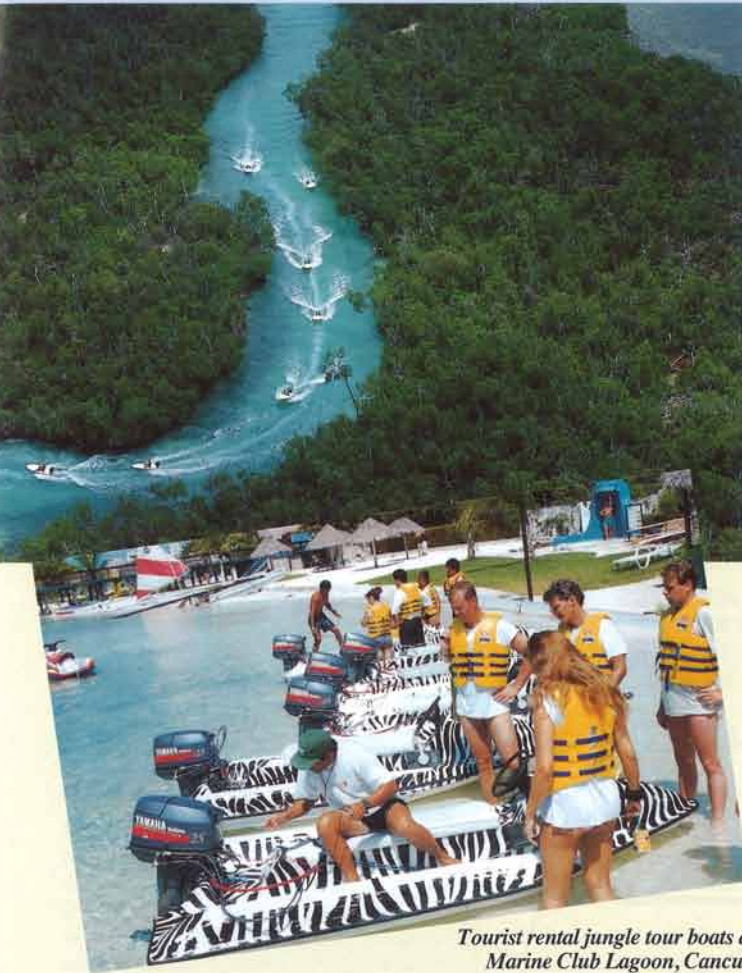
Package business, a long-term relationship

About 50% of IMEMSA's total annual sales come in the form of package sales to the fishing cooperatives. Before the start of each season the cooperatives figure out their needs for the coming season in terms of outboards, boats, spare parts, nets, etc., and then go looking for sources to finance their purchases, which usually include government agencies and

equipment suppliers. For many years IMEMSA has been successful in working with the fishermen to get them the most beneficial financial package. Of course, this requires lengthy negotiations and a certain credit risk factor. But IMEMSA has always been ready to make the effort necessary, and that persistence has paid off in the long run. The fishermen have long memories and they know that IMEMSA and Yamaha have always stood by them in good times and bad. So every year, even though the other makers recently show up at the last minute to offer competitive deals, the fishermen award IMEMSA with the largest share of contracts

Marine pleasure market

As for the pleasure-use marine market, Mexico began to build a leisure marine infrastructure around the start of the 1990s. One major developer built 11 marinas along the Pacific coast, creating what is called the "marine ladder" where boaters sailing south from the U.S. can stop in and get full marine service. Between the years 1988 and '94 when an economic crisis hit Mexico, a total marina slip capacity of 9,000 had been built. As the economy now starts to recover, this development is expected to get back on track, and IMEMSA plans to be there working to help yet another marine industry grow and prosper.



Tourist rental jungle tour boats at Marine Club Lagoon, Cancun



Sport fishing near a rock formation called the arches in the background in Los Cabos, Baja California



The number of marinas has increased in recent years in Mexico. This one is in Cabo San Lucas.

además de grandes cantidades de pulpo que se exportan a muchos países, entre ellos Japón. La cola de langosta de la especie *Panulirus Argus* es también una pesca popular del Caribe.

Añadiremos, como interesante nota histórica, que la apreciación del marisco en México se remonta a antes de la llegada de los españoles. Se dice que al Emperador Azteca le encantaba el pescado fresco del Golfo, que traían a toda prisa corredores nativos 400 kilómetros por tierra.

Ventas por lotes y relaciones duraderas

Un 50% de las ventas anuales de IMEMSA corresponde a la venta por lotes a las cooperativas pesqueras. Antes de empezar la temporada, las cooperativas calculan sus necesidades en cuanto a fuerabordas, lanchas, piezas de repuesto, redes, etc., y buscan cómo financiar la compra, lo que significa acudir generalmente a organismos estatales y proveedores de equipos. Durante muchos años, IMEMSA ha trabajado estrechamente con los pescadores para lograr que éstos obtengan la financiación más beneficiosa. Esto requiere, naturalmente, largas negociaciones y un cierto riesgo crediticio. Pero IMEMSA ha estado siempre dispuesta a hacer los esfuerzos necesarios y esa persistencia ha tenido su compensación a largo plazo.

Los pescadores tienen buena memoria y saben que IMEMSA y Yamaha los han apoyado en tiempos buenos y malos. Así que cada año, aunque otros fabricantes aparezcan en el último minuto para ofrecer acuerdos competitivos, los pescadores adjudican a IMEMSA la mayor parte de sus contratos.

El mercado del ocio

En cuanto al sector del ocio, México empezó a construir su infraestructura a principios de los años noventa. Un importante promotor construyó 11 puertos deportivos a lo largo de la costa del Pacífico, creando lo que se denominó la "escalera marina", en donde los tripulantes de lanchas navegando hacia el sur desde EE UU pueden amarrar y obtener un completo servicio técnico para sus embarcaciones. Entre 1988 y 1994, años de recesión económica en México, se llegaron a construir plazas para un total de 9.000 embarcaciones. Ahora que la economía empieza a repuntar, se espera que esta inversión dé los frutos previstos. E IMEMSA planea estar allí trabajando y ayudando a que otro sector marino crezca y prospere.

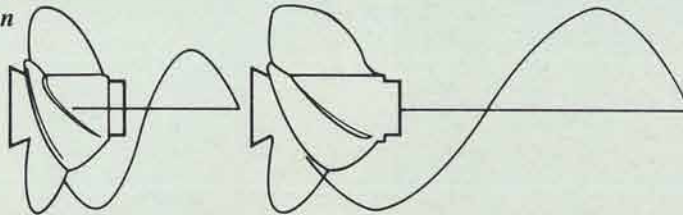
PROPELLER

Introduction

The propeller on an outboard is used to convert the engine's horsepower into thrust to propel the boat. The propeller is the most important part of an outboard engine, since it is the only link between the motor and the water.

Often, the importance of the propeller is overlooked. This results in a rig that does not perform up to the customer's expectations. This unit of study will help you understand how to properly match a propeller to a particular boat and motor combination.

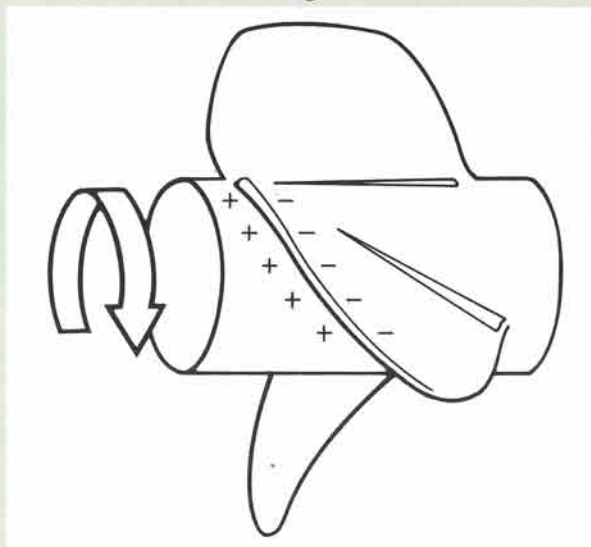
By taking the time to correctly prop the rigs you sell, you can be sure that your customers will experience maximum performance and enjoyment while boating. Choosing the correct propeller for a particular application requires an understanding of how a propeller works.



(1) THEORY OF OPERATION - Part 1

A propeller can be thought of as a water pump. The pump draws water from the front. As the water travels past the blades it accelerates, and is pumped out the back at a higher speed. The performance of a propeller can be measured by the propeller's efficiency as a water pump.

As the propeller pumps water, a high pressure area is created on one side of the blade, and a low pressure area is created on the other side. The propeller moves toward the low pressure area, moving the boat with it.



(1) TEORIA DEL FUNCIONAMIENTO - Parte 1

Una hélice funciona como una bomba de agua, es decir, succiona agua por un lado y, al pasar por las paletas, el agua se acelera y sale por el otro lado a mayor velocidad. El rendimiento de la hélice puede medirse por su eficiencia como bomba de agua.

A medida que la hélice bombea agua se crea una zona de alta presión de un lado de la paleta y otra de baja presión del otro lado. La hélice se desplaza hacia la zona de baja presión, moviendo la embarcación con ella.

Please write to me with any questions about service. Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

Dr. Miyamoto
Chantey Editorial Room
AD Dept., PR Division
Yamaha Motor Co., Ltd.
2500, Shingai, Iwata, Shizuoka, 438, Japan



News Round-up



UNITED KINGDOM

REINO UNIDO

Still not enough?

Everyone who read about Alan Priddy's preparations for an Atlantic crossing from Portsmouth N.H., USA to Portsmouth, England in his Yamaha-powered ridged inflatable "Still Never Enough" in our last issue of Chantey will be pleased to hear that the crossing was a success. It was no easy feat, with storms and navigating through ice-clogged waters around Greenland, but the Yamaha ME420 sti diesel stern drive performed without a hitch to get Alan and his crew of four home to Portsmouth. Twice on the Greenland to Iceland and Iceland to Ireland legs the crew had to shut down the boat in storms that drove the waves up to 40 ft. and rendezvous with other boats as fuel ran low. At one point they lost radio contact when waves breaking over the boat soaked the radio. There were tears of relief when they reached Ireland on July 13, two days behind schedule. With all the heavy seas and fuel shortages they rarely got to use the full 37 knot potential of their Yamaha stern drive, but through it all it never let them down.

From Chris Faerber, Yamaha Motor (UK), Ltd.

¿Todavía no es suficiente?

Los que leyeron en nuestro último número los preparativos de Alan Priddy para cruzar el Atlántico desde Portsmouth, N.H., EE UU, hasta Portsmouth, Inglaterra, en su bote inflable "Still Never Enough" con motor Yamaha estarán contentos de saber que la travesía resultó un éxito. Pero no fue nada fácil, ya que hubo tormentas y parajes con grandes hielos flotantes alrededor de Groenlandia, pero el motor diesel Yamaha ME-420 funcionó sin problemas y Alan, junto a los otros cuatro miembros de su tripulación, regresaron a sus casas de Portsmouth. Dos veces entre Groenlandia e Islandia y de Islandia a Irlanda tuvieron que parar debido a las tormentas que creaban olas de más de 12 metros, haciendo difícil también el



Photo courtesy of The News Studio

reabastecimiento de combustible. Incluso perdieron contacto radial cuando en una oportunidad las olas mojaron el transmisor. Cuando llegaron a Irlanda el 13 de julio, dos días más de lo previsto, hubo suspiros de alivio. Con mares borrascosos y escaso combustible, en muy pocas oportunidades pudieron aprovechar la velocidad máxima de 37 nudos de su motor Yamaha que no falló nunca en toda la travesía.

Enviado por Chris Faerber, Yamaha Motor (UK), Ltd.

URUGUAY

URUGUAY

Amphibian racer

Mr. Limberg Alves Silveira is the owner of the Yamaha dealership Limberg Moreira S.A. in Uruguay of South America. He is also a famous former road racer in Uruguay who competed in major competitions in Brazil and other South American countries.

In a Water Vehicle race held in Uruguay on April 27, Mr. Alves Silveira entered with a Yamaha GP760 model newly launched this season and showed that his racing skills are just as daunting on the water as on land.

He is presently polishing his skills with a new goal in mind: becoming a champion with passion on the water.

From Limberg Moreira S.A.

Corredor anfibio

Limberg Alves Silveira es propietario del concesionario Yamaha Limberg Moreira S.A. de Uruguay, pero también es un famoso ex corredor de atletismo que participó en importantes competiciones en Brasil y otros países sudamericanos.

En la carrera de motos de agua celebrada en Uruguay el pasado 27 de abril, el Sr. Alves Silveira compitió con una Yamaha GP760, presentada por primera vez esta temporada, y mostró que su habilidad como corredor es tan notable sobre agua como antes lo fue sobre tierra. En la actualidad está preparándose para enfrentarse a un nuevo reto: llegar a ser un apasionado campeón acuático.

Enviado por Limberg Moreira S.A.



MALAYSIA

MALASIA

Service training draws nationwide dealers

Yamaha's Malaysian distributor Supratechnic recently sponsored an all-expenses-paid service training course in Johor Bahru for selected dealerships from West Malaysia as part of its ongoing program to bring high-level service technology to all parts of the country.

Over the three days from June 3 to 5, representatives from 9 dealerships studied advanced techniques in servicing electrical systems, lower unit

analysis and gear shimming and peak voltage measurements, as well as receiving thorough technical updates on the new '97 and '98 models.

From Jonathan Pak, Supratechnic Pte Ltd



Curso de formación técnica para concesionarios

El distribuidor malayo de Yamaha Supratechnic patrocinó recientemente en Johor Bahru un curso de formación técnica con todos los gastos pagos para un grupo selecto de concesionarios de Malasia Occidental y como parte de su programa dirigido a mejorar y disponer de un servicio del más alto nivel en todo el país.

En los tres días que duró el curso, del 3 al 5 de junio, los representantes de 9 concesionarios estudiaron técnicas avanzadas de reparación de sistemas eléctricos, análisis de la unidad inferior, reglaje de engranajes y medidas de voltaje máximo, así como completas actualizaciones técnicas de los nuevos modelos del '97 y '98.

Enviado por Jonathan Pak, Supratechnic Pte. Ltd.



SOUTH AFRICA

*Enthusiastic helpers assist with the surf launch at Umhlanga
Entusiastas aficionados ayudan a los competidores a zarpar en Umhlanga*

Umhlanga Ski Boat Festival bigger than ever

The Umhlanga Ski Boat Festival started as a small Yamaha-sponsored fishing event some 20 years ago, but you would never know it to look at the festivities that went on this April in Umhlanga. Besides having evolved into one of the biggest surf launch fishing competitions in the world, with some 420 boats and 1,500 anglers participating in the two-day tournament, it has become an all-round festival embraced by the seaside resort community of Umhlanga that keeps participants and spectators alike enjoying a wide range of attractions and events ranging from motocross and go-kart races to fashion shows over the three-day weekend.

As sponsors, South Africa's importer/distributor Yamaha Distributors and two local dealers, Perry Yamaha and Hewitt Yamaha offer big prizes like Yamaha outboards as well as service and staff to help make this event the great success it is. Of the 2,262 game fish that the contestants brought home over the two days of competition, Mr. Graham Kelly won the grand prize of a brand new ski boat powered by two Yamaha 40hp outboards.

El festival de Umhlanga, mayor que nunca

El "Umhlanga Ski Boat Festival" empezó como un pequeño concurso de pesca patrocinado por Yamaha hace 20 años, algo que nadie hubiera imaginado al ver las numerosas actividades organizadas el pasado mes de abril en Umhlanga. Con la participación de 420 embarcaciones y 1500 pescadores, no sólo se ha convertido en una de las mayores competiciones mundiales de pesca con salida desde la playa sino en un auténtico festival de tres días de duración en el que participa activamente la comunidad del centro turístico de Umhlanga y en el que participantes y espectadores disfrutan de diversas atracciones que van desde carreras de motocross y karting hasta desfiles de modelos.

Como patrocinadores, el importador/distribuidor sudafricano Yamaha Distributors y dos concesionarios locales, Perry Yamaha y Hewitt Yamaha, ofrecen grandes premios como fuerabordas Yamaha y también ayuda de su personal y servicio técnico para que el festival sea un éxito. De los 2.262 peces capturados por los participantes en los dos días de la prueba, el Sr. Graham Kelly se llevó el primer premio: una nueva lancha de esquí acuático propulsada por dos fuerabordas Yamaha de 40 C.V.

*Chantey lady
La señorita Chantey*

Ms. Bernardita Sanchez Powhing Showroom Supervisor, Almacenes Juan Eljuri, Ecuador



I have been working in the Guayaquil branch of Almacenes Juan Eljuri for the last 6 years selling Yamaha products. Yamaha products have a very high reputation for quality and performance. For this reason I am very proud to be a member of the Yamaha family. I want to send my greetings to everyone in this great international family and hope that someday I will have a chance to meet you in person.

Bernardita Sanchez Powhing Supervisora del Salón de Exposiciones, Almacenes Juan Eljuri, Ecuador

Hace 6 años que trabajo en la sucursal de Almacenes Juan Eljuri de Guayaquil vendiendo productos Yamaha. Los productos Yamaha gozan de una excelente reputación por su alta calidad y rendimiento. Por eso estoy muy orgullosa de pertenecer a la familia Yamaha. Quisiera enviar cordiales saludos a todos los miembros de esta gran familia internacional, y espero tener la oportunidad de saludarlos personalmente algún día.

SUDAFRICA

A 15 hp story about reliability

One more story from South Africa.

Peet Oberholzer operates a leisure boat rental service for visitors who come to the Greater St. Lucia Wetland Park for fishing, eco-tours or self-guided safaris up the river with its abundant wildlife including crocodiles and hippos. The St. Lucia estuary is great for sightseeing but for an outboard motor its high salinity, sometimes twice that of sea water, makes it as tough an environment as you can find anywhere. Still, Peet's ten 4.5 meter boats have been running for 12 years and, according to his calculations, about 72,000 km with Yamaha 15 hp outboards bought back in 1984. He is conscientious about regular service and only uses genuine Yamaha parts, but he is also sure that only Yamaha outboards could withstand this corrosive environment. "Where on earth can you get better value for money? Yamaha has stood by me for many years, why should I change now?"

From Laura Kidd, Yamaha Distributors

Una historia de 15 caballos sobre fiabilidad

Otra noticia desde Sudáfrica.

Peet Oberholzer dirige un servicio de alquiler de lanchas de placer para los visitantes que se acercan al parque acuático St. Lucia en busca de excursiones de pesca o safaris río arriba con abundante fauna y flora, entre ellos cocodrilos e hipopótamos. El estuario de St. Lucia es fantástico para hacer ecoturismo pero, para un fueraborda, su alta salinidad -a veces el doble de la del agua de mar- hace de este lugar uno de los más hostiles del planeta. Aún así, las diez lanchas de 4,5 metros de Peet han funcionado durante 12 años y recorrido según sus cálculos unos 72.000 km. con los fuerabordas Yamaha de 15 C.V. adquiridos en 1984. Peet es muy cuidadoso con el mantenimiento de sus motores y usa sólo piezas originales Yamaha, pero está convencido de que sólo los fuerabordas Yamaha pueden resistir este medio tan corrosivo. "¿Dónde diablos puedo obtener mayor valor por mi dinero?" afirma. "¿Yamaha me ha apoyado durante muchos años! ¿Por qué cambiar ahora?"

Enviado por Laura Kidd, Yamaha Distributors



*Peet Oberholzer with his
13 year-old Yamaha.
Peet Oberholzer con su
Yamaha de 13 años*

UNITED ARAB EMIRATES

U.E.A.

Middle East's premier marine show

The Dubai Boat Show 1997 was held at the World Trade Centre Exhibition Hall in Dubai from March 7 to 10 and it remains the premier marine event in the Middle East. Once again the U.A.E. Yamaha Distributor Yousuf Habib Al Yousuf put up an impressive Yamaha stand displaying outboards and inboard diesel engines, Water Vehicles, the Exciter Jet Boat and the utility and pleasure boats manufactured in Dubai by Al Yousuf under technical collaboration with Yamaha Japan. As always the Yamaha stand attracted a great many visitors and every afternoon Al Yousuf arranged test rides for the boats at the Marina.

From Nizar Anik, Al Yousuf Industrial Est.

El principal Salón Náutico de Oriente Medio

El Salón Náutico de Dubai celebró su edición 1997 en el Salón de Exposiciones del World Trade Center de Dubai los pasados 7 a 10 de marzo y continúa siendo el acontecimiento náutico más importante que se celebra en Oriente Medio. Una vez más, Yousuf Habib Al Yousuf, el distribuidor de Yamaha en los emiratos, instaló un espléndido stand en el que había motores diesel, tanto fuera bordas como internos, motos de agua, la lancha Exciter a chorro de agua y las lanchas para uso general y para ocio fabricadas en Dubai por Al Yousuf bajo la colaboración técnica de Yamaha Japón. Como siempre, el stand de Yamaha atrajo la atención de numerosos visitantes y, cada tarde, Al Yousuf organizó pruebas de conducción en el puerto deportivo.

Enviado por Nizar Anik, Al Yousuf Industrial Est.



KUWAIT

KUWAIT

Crowds come out for Yamaha Open Day

On April 22 and 23, excited crowds turned out to see the powerful new 1997 Yamaha WaveRunner Water Vehicles, including the new GP1200, at the Yamaha Open Day organized by Kuwait Development & Trading Co. (K.D.&T.CO.) at its Yamaha Marine Showroom in Kuwait City. The event was officially opened with a press conference attended by leading local journalists at which K.D.&T.CO.'s Managing Director, Mr. Abdul Rehman Sultan Al-Salem, stressed the importance of sound use of these increasingly popular personal watercraft and announced that a comprehensive user education program will be initiated for all new owners of Yamaha Water Vehicles this season.

To get the season off to a great start, K.D.&T.CO. also announced a massive prize draw for its customers with many deluxe prizes like a Yamaha motorcycle, an aluminum boat and many valuable accessories.

From MD Ashraf, Kuwait Development & Trading Co.



Mucho público en el "Día al aire libre Yamaha"

Los pasados 22 y 23 de abril en el salón de exposiciones marinas de Yamaha en la ciudad de Kuwait, Kuwait Development & Trading Co. (K.D.& T.CO.) organizó el "Día al aire libre Yamaha", y una entusiasta multitud acudió a ver las potentes motos de agua Yamaha WaveRunner de 1997, entre ellas la nueva GP1200. El acontecimiento fue inaugurado oficialmente con una conferencia de prensa a la que asistieron destacados periodistas locales y en la que el director general de K.D.& T.CO., Abdul Rehman Sultan Al-Salem, subrayó la importancia que tiene usar de forma responsable y sensata estos vehículos acuáticos personales, cada vez más populares, y anunció la puesta en marcha de un amplio programa educativo esta temporada para todos los nuevos propietarios de motos de agua Yamaha.

Para empezar la temporada a lo grande, K.D.& T.CO. anunció también un sorteo entre sus clientes con muchos excelentes premios como una motocicleta Yamaha, una lancha de aluminio y valiosos accesorios.

Enviado por el Sr. Ashraf, director gerente de Kuwait Development & Trading Co.

SINGAPORE

Asia's largest showcase

Boat Asia '97, Asia's biggest marine industry show, was held at Singapore's World Trade Center from April 10 to 13 this year. The event attracted 150 international exhibitors displaying products that ranged from imported boats, marine engines and outboards to accessories and booths promoting resorts and other marine facilities.

Over its four days the event was attended by some 35,000 visitors from the industry and the general public and the organizers estimated on-site sales of up to US\$62 million with another \$185 million anticipated in the coming 12 months.

The Yamaha booth prepared by Supratechnic Pte. Ltd. was one of the big draws of the show with visitors showing particularly strong interest in the 200 hp and 15 hp Yamaha outboards and the new marine diesel engines making their debut at the show. Perhaps the biggest eye-catcher of all was the impressive Yamaha GP1200 WaveRunner Water Vehicle, which also drew a lot of no-the-spot sale confirmations. The steady stream of visitors to the booth inquiring about the product line-up and promotional package prices were solid proof of the great reception these Yamaha products enjoy in Asia.

From: Andy Heng, Supratechnic Pte Ltd.



At the media helm Al timón de los medios de comunicación

World's leading boating magazines and their chief editors

BOOTE (Germany) Editors in Chief: Marianne Nissen and Rainer Bergmann

At BOOTE Magazine our editorial aim is to help our readers find what they are looking for amid the wide range of offerings in today's international marine market. As part of this policy we provide technical information and product background material as a special service to our readers.

Taking an overall look at the German marine market today we would have to say that although the luxury boat market is strong, there is too little growth in the entrance level market. The outboard motor market is a mature one with, again, little growth, but among the major brands Yamaha has won a strong reputation. Although the personal water craft sector is not catching on in Germany, Yamaha have the best reputation.

What today's customers are looking for in an outboard is a good price-output ratio and strong after-sales service. To us the ideal outboard is one with low fuel consumption, low noise and low emissions. Yamaha outboards carry an image of being technically good, long in service life and progressive.



Ms. Nissen



Mr. Bergmann

Las revistas de lanchas motorizadas más importantes del mundo y sus redactores jefes

BOOTE (Alemania) Redactores jefe: Marianne Nissen y Rainer Bergmann

Como editores de la revista BOOTE nuestro objetivo es ayudar a que nuestros lectores encuentren lo que buscan entre las numerosas ofertas del mercado internacional de productos marítimos. Como parte de este objetivo ofrecemos información técnica y artículos de evaluación como un servicio especial para nuestros lectores.

Considerando el mercado alemán de productos marinos desde una perspectiva global, tenemos que decir que aunque el sector de las lanchas de lujo es bastante fuerte, hay poco crecimiento en el mercado a nivel básico. El mercado de los motores fuera borda está bastante desarrollado y en él vemos de nuevo poco crecimiento, pero entre las marcas más importantes, la reputación de Yamaha es excelente. Aunque el sector de las embarcaciones acuáticas personales no ha llegado a ponerse de moda en Alemania, la reputación de Yamaha es la mejor.

Lo que buscan los clientes actuales en un fueraborda es excelente relación precio/potencia y buen servicio postventa. Para nosotros, el fueraborda ideal debe consumir poco combustible, hacer poco ruido y emitir gases de escape relativamente limpios. Los fuerabordas Yamaha tienen fama de ser técnicamente confiables, modernos y durar mucho.

SINGAPUR

El mayor salón asiático

Boat Asia '97, el mayor salón asiático del sector marino, abrió sus puertas en el World Trade Center del 10 al 13 de abril de este año. El acontecimiento atrajo a 150 expositores internacionales que presentaron lanchas, motores marinos, fuerabordas importados, accesorios, y que también establecieron stands para promover centros turísticos y puertos deportivos alrededor del mundo.

Durante sus cuatro días, el salón recibió la visita de unas 35.000 personas de la industria y público en general, y los organizadores calcularon que se concretaron ventas por 62 millones de dólares estadounidenses, a los que habrá que añadir otros 185 millones previstos en los próximos 12 meses.

El stand de Yamaha preparado por Supratechnic Pte. Ltd. fue uno de los que atrajo más la atención de los visitantes, que mostraron especial interés por los fuerabordas Yamaha de 200 y 15 caballos y los nuevos motores diesel marinos que hacían su presentación en el salón. Quizás la mayor atracción fue la impresionante Yamaha GP1200 WaveRunner, que provocó numerosas ventas confirmadas. El paso ininterrumpido de visitantes por el stand preguntando sobre la gama de productos y los precios de las ofertas promocionales fue prueba unánime de la favorable acogida que tienen en Asia los productos marinos Yamaha.

Enviado por Andy Heng, Supratechnic Pte. Ltd.

Good Show! YAMAHA ¡Bien hecho, YAMAHA!

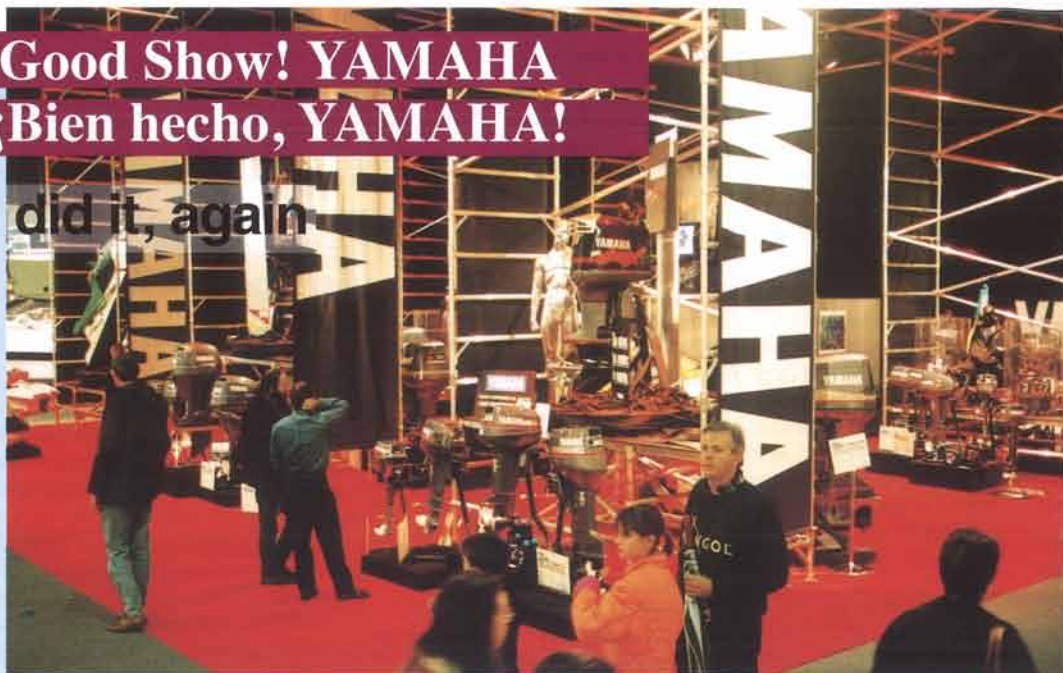
Moller Yamaha did it, again

New Zealand distributor Moller Yamaha was proud recipient of the award for Best Commercial Stand in the New Zealand Boat Show recently. It wasn't the first time that Moller Yamaha has been so honored (this was their 5th such award over the years) but it came at an especially nice time while the Director of Yamaha's worldwide marine operations, Takashi Kajikawa, was in New Zealand visiting Moller Yamaha.

Among the highlights of the award-winning booth were several products being introduced to New Zealand for the first time like the new twin propeller Pro V-Max 150hp and the twin-engined Exciter jet boat, a 17-foot new generation fun boat.

Other new products featured were the state-of-the-art 225 hp V6 outboard with Yamaha's advanced OX66 fuel injection system and Water Vehicles including the GP1200 and GP760, a limited edition WaveBlaster and the new 3-seater Wave Ventura 1100 and 760.

From Greg Fenwick, General Manager, Marine Division Moller Yamaha



Moller Yamaha lo hizo de nuevo

El distribuidor neozelandés Moller Yamaha fue el orgulloso destinatario del premio concedido al Mejor Stand Comercial en el recientemente celebrado Salón Náutico de Nueva Zelanda. No es la primera vez que Moller Yamaha lo logra sino la quinta, y la entrega del premio coincidió esta vez con la estancia en Nueva Zelanda del director de las actividades marinas de Yamaha en todo el mundo, Takashi Kajikawa, que vino a visitar a Moller Yamaha.

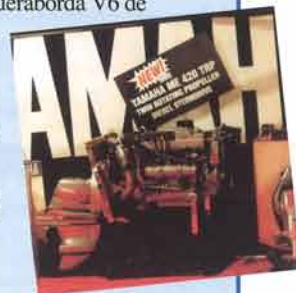
Entre lo más destacado del stand ganador se encontraban varios productos presentados por primera vez en Nueva Zelanda como la nueva Pro V-Max de 150 C.V. con doble hélice y la Exciter con dos motores a chorro de agua, un modelo de 17 pies de la nueva generación de lanchas para ocio.

Otros productos expuestos fueron el modernísimo fueraborda V6 de 225 caballos con el avanzado sistema Yamaha de inyección de combustible OX66, varias motos de agua entre ellas las GP1200 y GP760, una WaveBlaster de edición limitada y las nuevas Wave Ventura 1100 y 760 de 3 plazas.

Enviado por Greg Fenwick, director general, División marina de Moller Yamaha



The organizer Wally Fletcher, presents the award to Greg Fenwick, Takashi Kajikawa, Senior General Manager of Yamaha Marine Operations and Hiroyuki Yoshino, Managing Director, Yamaha Motor Australia. (From right) El organizador Wally Fletcher entrega el premio a Greg Fenwick, Takashi Kajikawa, director general de las actividades marinas de Yamaha y Hiroyuki Yoshino, director general de Yamaha Motor Australia (desde la derecha).



From the chief editor

The busy start of the 1998 season is close at hand.

This month's feature is Mexico, where outboard demand is mostly in the fishing and utility fields and IMEMSA's prompt, reliable service and parts supply are key to their success. I want to thank IMEMSA's President Fuller and General Manager Martinez for all their kind help for this article and shooting of pictures for our '98 calendar.

For our next issue I visited the hot new 4-stroke market of Finland and Northern France where I was impressed several times by the words "customer demand," for the kind of 4-strokes that meet the user needs and environmental regulations of the future. The voices of the end users are vital to us in every market, so please keep sending me your letters and news.

Tackle Fujimura, Chief Editor of Chantey

Del editor en jefe

Se acerca la temporada 1998 y vamos a estar muy ocupados.

El centro de la atención en esta edición fue México, donde IMEMSA, gracias a su rápido y confiable servicio, sigue cosechando un éxito tras otro. Quiero agradecer a su presidente Jefferson H. Fuller y a su gerente general, Sr. Martínez, la generosa ayuda prestada para preparar el artículo y también por las fotos para nuestro calendario 1998. Para nuestra próxima edición visite Finlandia y el Norte de Francia, donde me impresionó la gran demanda de los motores de cuatro tiempos que satisfacen tanto las necesidades de los usuarios como las reglas ambientales del futuro. Quiero que recuerden que la opinión de los usuarios en cada mercado es importantísima para nosotros y por eso les ruego que sigan escribiéndonos y contándonos sus noticias.

Tackle Fujimura, Redactor-jefe