

- Entretenir des relations avec les principaux acheteurs des grands magasins à succursales, soit par des visites régulières ou par correspondance. C'est sans doute la stratégie la plus utile puisque, au Mexique, une grande partie des opérations commerciales s'effectue grâce à l'établissement de relations. Toutefois, une telle démarche demande plus de temps et d'argent.
- Les campagnes de publipostage, qui consistent à envoyer des catalogues et des échantillons de produits aux principaux acheteurs, peuvent aussi être efficaces, surtout après une première visite et l'établissement de relations personnelles avec les intéressés.
- Avoir un bon représentant ou distributeur sur place qui a établi de bonnes relations avec les principaux détaillants et qui suit de près les transactions, du moins au début.
- Le consommateur mexicain ressemble beaucoup à l'américain; pour lui plaire, il faut lui offrir des produits qui se distinguent par leur prix avantageux, leur nouveauté ou leur qualité. Il y a donc de fortes chances que le marché mexicain adopte un produit canadien qui se vend bien aux États-Unis.
- Au Mexique, il n'existe pas, à proprement parler, de demande insatisfaite pour un produit de consommation en particulier. De façon générale, c'est plutôt l'offre qui crée la demande. Il est donc important de choisir les magasins qui conviendront le mieux à la vente d'un produit donné, en tenant compte du revenu et des goûts des consommateurs (qui sont similaires à ceux des Canadiens ou des Américains), et d'adopter une approche dynamique auprès de ces établissements. Une fois le produit accepté par une grande chaîne, il est beaucoup plus facile de le vendre ailleurs.

### 3. Production intérieure

Les meubles en bois représentent 1,6 p. 100 du PIB de l'ensemble de l'industrie de la fabrication et seulement 0,4 p. 100 du PIB du pays, contre 0,08 p. 100 pour l'industrie du meuble en métal. Entre 1970 et 1986, le secteur a connu un taux de croissance moyen de 3,2 p. 100, comparativement à 4,6 p. 100 pour le PIB national. L'industrie du meuble constitue un secteur très fragmenté. On estime que le Mexique compte, outre les petits ateliers, près de 2 200 fabricants de meubles. Il s'agit en grande partie (62 p. 100) de très petits établissements regroupant en moyenne 6 employés ou de petites entreprises (33 p. 100) comptant 25 employés. Les grandes entreprises ne représentent que 1 p. 100 de l'industrie et elles emploient en moyenne 226 personnes. La plupart des fabricants (40 p. 100) se retrouvent dans la région de Mexico, ainsi que dans le nord (20 p. 100) et dans l'ouest du pays (20 p. 100), près des grands centres que sont Guadalajara et Monterrey. L'industrie mexicaine du meuble est encore très peu automatisée; c'est en particulier le cas de celle du meuble en bois, qui utilise surtout du matériel portatif.

Dans ce dernier domaine, les meubles de maison représentent 50 p. 100 du marché, les meubles de cuisine 7 p. 100 et les pièces diverses, c'est-à-dire