

GESTION DE LA QUALITÉ TOTALE

Gilmore & Associates, de Toronto en Ontario, fournit une vaste gamme de services de formation. Un de leurs produits connu sous le nom de «Compete to Win» (*Faire concurrence pour gagner*) est un système intégré de gestion de la qualité totale. Gilmore et l'Association des manufacturiers canadiens (AMC) ont jumelé leurs efforts, l'Association étant très intéressée par les possibilités d'éducation et de formation au Mexique. L'AMC a participé à une mission commerciale au Mexique et a présenté le système «Compete to Win» à l'organisme mexicain qui remplit le même rôle qu'elle.

Le concept de base du système a été bien reçu au Mexique et Gilmore espère maintenant conclure une alliance stratégique avec une entreprise locale. L'entreprise s'intéresse également à la possibilité d'obtenir un contrat du gouvernement pour appliquer son système au Mexique. Elle assurerait la formation des moniteurs au Mexique ou au Canada, selon le mandat qui lui serait confié dans le cadre du projet.

Le président de Gilmore & Associates, M. Blake Gilmore, dit qu'il reste encore des obstacles importants à vaincre. Si le besoin de programmes de formation est bien réel, les Mexicains eux-mêmes n'ont pas encore exercé de pressions concrètes pour en disposer. M. Gilmore pense que la création d'un organisme de parrainage, qui aurait pour mandat de mettre en œuvre des programmes d'éducation et de formation, présenterait un avantage indiscutable.

Son expérience lui permet d'affirmer qu'il y a trois choses indispensables pour parvenir à bien assurer l'éducation et la formation : «la distribution, la distribution et la distribution». Le programme doit être offert par les canaux qui conviennent et appuyé par les ressources nécessaires, en bénéficiant d'un soutien organisationnel.

Les obstacles les plus importants à la réussite, toujours d'après M. Gilmore, sont les problèmes de droit d'auteur, les méthodes de règlement et le temps voulu pour créer les relations personnelles nécessaires pour bien commercialiser un programme de formation.

AUTOMATION INDUSTRIELLE

Elsag Bailey Inc., de Burlington en Ontario, est une entreprise qui s'adonne à la formation dans le milieu des affaires, surtout pour épauler la vente de ses produits d'automatisation industrielle destinés à l'industrie lourde. La société mexicaine, Bailey Mexico, filiale d'une même société n'a pas été en mesure de suivre le rythme d'augmentation de la demande de formation venant de ses clients mexicains. Elsag Bailey a comblé le trou en de nombreuses occasions en apportant son expertise en formation dans le cadre de projets mexicains.

L'entreprise assure la formation de ses clients mexicains, que ce soit au Canada ou sur place au Mexique. D'après son expérience, les Mexicains ont été réceptifs à la formation et semblent respecter l'expertise canadienne dans ce domaine. Elsag Bailey a constaté que la «formation des formateurs» est une façon très efficace de transférer les connaissances au Mexique, en particulier quand on tient compte des différences culturelles et linguistiques évidentes.

J. Ronald, Directeur de la formation et du développement de Elsag Bailey, attribue la réussite de la société canadienne aux relations qu'il a établies avec Bailey Mexico. Il affirme que l'entreprise s'attend à assurer des services continuels de soutien au Mexique.

formation en pratiques de gestion ou en nouvelles technologies. Un grand nombre d'entreprises n'ont pas les ressources internes nécessaires pour élaborer de tels programmes et cherchent donc à acheter des ensembles de cours préparés à l'avance. Cela n'empêche que les cours enregistrés sont réglementés par le *Secretaría del Trabajo y Previsión Social* et doivent satisfaire à un certain nombre d'exigences passablement bureaucratiques à l'occasion. Certains programmes sont financés par la Banque mondiale par l'intermédiaire du *Secretaría del Trabajo y Previsión Social*.

Les entreprises canadiennes qui ont de l'expérience sur le marché mexicain de l'éducation et de la formation prétendent qu'il est indispensable pour parvenir à développer de nouveaux marchés que le gouvernement mexicain et les dirigeants des sociétés qui ont des problèmes à résoudre en prennent conscience. Il est probable que les deux ententes additionnelles adoptées dans le prolongement de l'ALÉNA auront cet effet. L'une d'elles concerne l'environnement et l'autre les normes en matière de travail. La plupart des observateurs conviennent que les normes auxquelles on s'intéressera en tout premier lieu seront probablement celles concernant la santé et la sécurité en milieu de travail. On estime donc que la formation en environnement et celle dans les secteurs de la santé et de la sécurité sont les principaux domaines dans lesquels il y aura des possibilités.

Le marché des programmes d'éducation pour les particuliers adultes est important mais saturé et les entreprises canadiennes offrant des programmes de nature générale feront face à une concurrence serrée de la part de sociétés bien implantées. Ce sont les programmes spécialisés qui offrent les meilleures perspectives, en particulier s'il est possible de les commercialiser dans le cadre d'accords de licence ou de partenariats avec des sociétés mexicaines de formation.

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Faire des affaires au Mexique, indépendamment du secteur d'activité, suppose le plus souvent une présence locale. Pénétrer le marché prend du temps et, une fois qu'on a évalué les possibilités du marché, il faut s'efforcer d'en apprendre le plus possible sur les besoins des Mexicains et établir des relations d'affaires dans ce pays.

Les Mexicains préfèrent traiter des affaires avec les gens qu'ils connaissent et il est indispensable de prendre le temps voulu pour se créer des relations personnelles. Cela peut s'avérer difficile dans les domaines dans lesquels les acheteurs ont établi des relations d'affaires de longue date avec des fournisseurs et sont loyaux envers eux, ce qui est souvent le cas dans les secteurs de l'éducation et de la formation.