

## La déontologie et la corruption

Le Mexique se débarrasse progressivement de la corruption qui a été pendant longtemps l'un de ses traits dominants. Malgré cela, les demandes de dessous-de-table et de pots-de-vin constituent encore un obstacle aux affaires internationales. Un grand nombre de sociétés ne les pratiquent que parce qu'elles estiment qu'ils sont nécessaires à leur survie.

Le niveau de corruption dépend de l'industrie concernée. La corruption est plus élevée dans les secteurs d'activité où l'on trouve des ministères du gouvernement ou des sociétés d'État, comme clients ou comme organismes de réglementation.

De façon ironique, la confiance joue un rôle important dans la corruption dans les affaires mexicaines. Faire bénéficier quelqu'un de faveurs, comme un renvoi d'ascenseur pour avoir bénéficié d'un traitement privilégié ou divulguer des renseignements secrets, suppose au préalable la confiance. Quand un associé mexicain se vante d'une relation avec un représentant du gouvernement, il peut vouloir laisser entendre un niveau de confiance qui lui permettra de discuter ouvertement d'une entente frauduleuse.

Au Mexique, on appelle un pot-de-vin la *mordida* ce qui, au sens littéral, veut dire une petite bouchée. Il arrive que la demande soit très explicite alors que dans d'autres cas elle sera faite de façon très subtile et on pourra facilement mal l'interpréter.

C'est là l'élément de différence culturelle le plus difficile à appréhender pour les dirigeants canadiens. Les sociétés mexicaines accordent une grande valeur à leurs contacts politiques et un partenaire mexicain pourra juger qu'il est essentiel de verser un pot-de-vin. Les sociétés canadiennes confrontées à ce type de demandes à répétition pourront devoir chercher un autre partenaire.

Au fur et à mesure que l'économie se modernise, la corruption semble moins répandue. Une nouvelle entreprise devrait donc démarrer sur des bases commerciales saines. S'il est vrai que les contacts peuvent aider à faire démarrer une entreprise, on ne peut pas s'y fier pour rendre une entreprise rentable à long terme. C'est un des domaines de la culture des affaires dans lesquels on devrait s'attendre à ce que les partenaires mexicains adoptent les valeurs canadiennes.