

Avant 1987, on ne pouvait importer de moteurs hors-bord complets. Les coques étaient fabriquées au Mexique, puis dotées de moteurs hors-bord importés, de marques Evinrude, Yamaha, Johnson ou Mercury. Les modifications aux politiques d'importation ont déjà entraîné des augmentations considérables des importations d'embarcations de plaisance, qui sont passées de 3,4 millions de dollars en 1987 à 11 millions en 1989; les sports nautiques sont en effet très pratiqués au Mexique. Le pays compte 40 ports disséminés le long de ses 10 000 km de côtes.

Jusqu'à maintenant, la montée en flèche des importations n'a pas eu d'effet trop marqué sur la production intérieure, étant donné que la demande tant intérieure qu'extérieure a été assez forte pour absorber et la production existante et la croissance des importations. On prévoit toutefois que ces dernières poursuivront leur progression plus rapidement que la production intérieure, du fait de leur plus haute qualité et de leur prix moindre par rapport aux produits mexicains. Il est également vrai que le Mexique ne produit pas un grand nombre des produits spécialisés utilisés par les sportifs professionnels. D'ailleurs, le consommateur mexicain montre une nette préférence pour les produits d'importation, même si ceux-ci ne sont pas de plus haute qualité ni meilleur marché que les produits locaux. Ce préjugé favorable tire son origine de l'interdiction dont les produits d'importation ont longtemps fait l'objet ainsi que de l'«image» prestigieuse qui leur est accolée. À mesure que le marché se développera, les critères d'achat se fonderont sur des choix plus rationnels. On prévoit que les importations atteindront 210 millions de dollars d'ici 1994, soit 70 p. 100 de la consommation apparente totale.

À cause de la réputation de fiabilité, de qualité et de variété de leurs produits, et du fait de leur proximité géographique, qui permet un entretien et une livraison rapides, les États-Unis dominent depuis longtemps le marché d'importation mexicain. En 1989, les fabricants américains détenaient 67,3 p. 100 du marché, en diminution par rapport à la part de 71 p. 100 enregistré en 1988, résultat de la concurrence féroce livrée par les pays asiatiques, notamment la Chine, Taiwan, la Corée, Hong Kong et le Japon. Ces pays offrent des marchandises à prix substantiellement moins élevé que ceux des articles américains et européens, et l'on préfère leurs produits à ceux-ci, en dépit de fréquents problèmes de contrôle de la qualité. Le Canada n'exporte presque pas d'équipements de sport et de loisir : 92 000 \$ CAN en 1988 et 390 000 \$ CAN en 1989. Le marché potentiel pour les produits canadiens au Mexique est considérable et demeure largement inexploité.