

## STRATÉGIE DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Quand on étudie les possibilités qui se font jour au Mexique dans ce domaine, il est important de commencer par évaluer les capacités locales de fabrication et le niveau de prix auquel un produit importé sera concurrentiel sur ce marché. Il faut également garder à l'esprit l'à-propos éventuel d'une technologie en se demandant par exemple si davantage de personnes pourraient tirer profit d'une pièce d'équipement coûtant moins cher.

À la toute pointe de la technologie, la demande restera élevée mais continuera par contre à croître à un rythme plus lent dans les secteurs où des technologies plus rudimentaires ou de technicité moyenne suffisent à répondre à la demande. Il ne faut pas oublier que le budget national, tout comme les budgets des hôpitaux du secteur privé, sont soumis aux contraintes exercées par la récession économique que le Mexique subit et que, parallèlement, les budgets actuels doivent permettre de répondre aux besoins de plus en plus lourds auxquels l'infrastructure actuelle doit répondre.

Le second volet d'une stratégie de pénétration du marché doit s'intéresser à l'enregistrement des produits. Une entreprise doit s'assurer que les instruments et l'équipement qu'elle veut vendre apparaissent bien dans le *Quadro Básico* ou répertoire des besoins préparé par chaque acheteur du système national de soins de santé. Ces publications annuelles indiquent quels produits seront achetés au cours de l'exercice suivant et les critères auxquels ils doivent répondre. Cette vérification faite, il faut inscrire le produit à importer au Mexique auprès du Secrétariat de la santé, ce qui peut nécessiter de déposer tous les essais faits sur ce produit.

Enfin, l'entreprise qui souhaite s'attaquer au marché mexicain doit s'interroger sur la façon de faire la promotion de son produit ou de ses services au sein du système de soins de santé. Elle pourra nommer un représentant ou un agent, choisir un associé et ce sont là des décisions de la toute première importance pour une entreprise qui envisage

sérieusement de pénétrer le marché mexicain.

Les systèmes d'achat d'instruments et d'équipements médicaux sont complexes et les appels d'offres publiques sont difficiles à gérer à partir d'une entreprise située au Canada. Il est donc indispensable d'avoir au Mexique une personne compétente pour agir en votre nom si vous voulez réussir sur ce marché. Les usages en matière d'achat.

## LES USAGES EN MATIÈRE D'ACHATS

La plupart des achats au sein des systèmes ouverts et à base de cotisations sont faits dans le cadre d'appels d'offres publiques et régis par la *Ley de Adquisiciones Publicas* ou Loi sur les achats publics du gouvernement fédéral.

Cette loi et sa réglementation régissent les achats du gouvernement fédéral de biens et de services, y compris ceux du système national de soins de santé. La législation exige que tous les achats, sauf ceux faits dans les limites de budgets discrétionnaires accordés à chaque organisme faisant des achats, doivent être faits en procédant à des appels d'offres publiques. Avec l'entrée en vigueur de l'ALÉNA, le Mexique modifiera ses pratiques d'achat gouvernementales pour qu'elles soient conformes aux politiques du Canada et des États-Unis.

La seule exception à ce mécanisme d'achat est constitué par les *Institutos de Especialidades* qui disposent d'une discrétion particulière pour les achats d'équipements dont ils se servent. Il faudra donc suivre et répondre aux offres publiques d'achats puisque c'est ainsi que les instruments et les équipements médicaux sont vendus au système national de soins de santé.

Les achats du système privé sont faits au cas par cas conformément aux pratiques d'achat de chaque hôpital. Il faut donc qu'un représentant ou un agent de la société s'adresse à chacun d'eux pour faire la promotion de l'utilisation et des bienfaits d'un instrument ou d'un équipement médical donné.

## LES AVIS D'APPELS D'OFFRES

La première étape dans le processus d'appel d'offres publiques est l'avis d'appel d'offres. Les avis sont publiés dans le *Diary Oficial* (Journal officiel) et doivent également apparaître dans deux des grands quotidiens nationaux, le plus souvent dans *El Excelsior* et *El Universal*. En pratique, ces avis d'appel d'offres ne seront publiés que pendant quelques jours. Ces avis fourniront des renseignements comme le numéro de référence de l'appel d'offres, les produits à acheter, le coût des documents de l'appel d'offres, ou se les procurer et quelles sont les dates à respecter. Il faut donc qu'une entreprise canadienne qui veut faire concurrence pour ses contrats publics d'achat mette en place un mécanisme pour parcourir chaque jour les publications concernées. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 1995, les avis d'appel d'offres publiques seront publiés dans un quotidien spécialisé.

## LES CYCLES D'ACHAT DU SYSTÈME NATIONAL DE SOINS DE LA SANTÉ

Le cycle des achats au sein du système national de soins de la santé commence par la définition des priorités d'achat en mai et en juin par chaque organisme acheteur. Ces priorités constituent la base des demandes de budget adressées en août au *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*, plus souvent désigné sous le sigle *HACIENDA* ou Secrétariat aux finances et aux fonds publics. Le budget est ensuite préparé et adressé à chaque organisme acheteur pour qu'il procède à sa propre ventilation interne avant la fin de novembre. Les offres publiques d'achat sont annoncées en janvier et février. Au cours des années précédentes, on s'efforçait de regrouper tous les achats au moins de janvier et février mais on a constaté au cours des dernières années un étalement de ceci tout au long de l'année.

### Les cycles d'achat

Une entreprise qui veut devenir un fournisseur des principaux organismes acheteurs doit s'adresser à ceux-ci à