

II. LE MONDE DES AFFAIRES AU PÉROU

Le marché péruvien est ouvert et très compétitif, et il faut généralement déployer beaucoup d'efforts avant d'y obtenir des résultats.

Le Pérou a lancé un important programme de privatisation des entreprises publiques. Déjà, de grands groupes ont été vendus à des investisseurs privés dans les secteurs suivants : exploitation minière, énergie et transports. Parmi les entreprises vendues en 1993 se trouvent les compagnies du téléphone et de l'électricité, les lignes aériennes d'État et plusieurs sociétés d'exploitation minière.

Commercialisation et distribution

Un agent ou un distributeur compétent, basé au Pérou, est presque toujours essentiel pour les exportateurs canadiens qui espèrent vendre dans ce pays. Dans le cas de produits vendus au secteur privé, ils sont généralement nécessaires à cause des problèmes de langue et de dédouanement, des prestations à assurer et de la fragmentation du marché. S'il n'existe qu'un ou deux gros clients potentiels dans le secteur privé, on pourra sans doute se passer de ces intermédiaires. Les organismes publics sont tenus de lancer des appels d'offres pour leurs achats, et le fournisseur canadien aura besoin des services d'un agent pour être sûr de respecter la réglementation complexe qui régit les marchés publics péruviens.

La section commerciale de l'ambassade du Canada à Lima maintient des contacts avec des agents et des distributeurs, et elle peut vous fournir des renseignements sur le marché et de l'information commerciale, et vous aider à trouver un représentant qui vous convienne.

Services d'interprètes et de traducteurs

Il est recommandé d'utiliser l'espagnol, dans la mesure du possible, dans les communications avec les fonctionnaires péruviens, mais un certain nombre de gens d'affaires maîtrisent bien l'anglais. À Lima, divers organismes, ainsi que certains grands hôtels, proposent des services d'interprètes et de traducteurs.

L'ambassade canadienne peut également vous orienter vers des services compétents en la matière.

Publicité et promotion

La publicité a pris une expansion rapide au Pérou au cours des dernières années. La région de Lima, où vit 28,6 p. 100 de la population et où le taux d'alphabétisation est de 96,4 p. 100, est le principal centre publicitaire du pays. On dénombre 85 agences publicitaires au Pérou, les principales étant J. Walter Thompson Peruana et McCann