

MONTERREY

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Le Canada a une bonne réputation dans la région de Monterrey. De nombreux observateurs estiment qu'il y a d'excellentes possibilités pour les technologies canadiennes dans les secteurs d'activité qui connaissent la croissance la plus rapide. Plusieurs d'entre eux ont signalé que les compétences canadiennes correspondent bien aux besoins des *grupos* de Monterrey dans des secteurs comme les services financiers, les technologies environnementales, les télécommunications et les conceptions industrielles.

Les mêmes observateurs signalent cependant que les entreprises canadiennes semblent moins dynamiques que leurs concurrentes américaines, européennes et asiatiques. Tom Cullen, le consul canadien à Monterrey, estime qu'il est important de tirer parti du contexte actuel de rationalisation et de réorganisation. «Si le Canada ne devient pas maintenant l'un des principaux fournisseurs de technologie de la région, les Américains, les Japonais et les Allemands vont en profiter.» Il précise que la meilleure approche à utiliser est d'établir des contacts directs avec les grands *grupos* implantés à Monterrey.

Alfredo Sandoval Musi, co-directeur de l'*Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)*, Institut de technologie et d'études supérieures de Monterrey, Centre des études stratégiques, fait remarquer que les «*Regios*, cadres supérieurs, sont intrigués par le Canada, mais savent peu de choses à son sujet.» Il donne comme exemple le cas de Nortel, une réussite canadienne probante dans la région. Certains dirigeants de la région de Monterrey ont l'impression qu'il s'agit d'une société américaine. Ce problème a encore été accentué par le fait que les sociétés de la région de Monterrey étaient sous-représentées lors de la visite qu'a faite en 1996 le président Zedillo au Canada. Pour accroître la visibilité du Canada dans la région, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) parraine une mission destinée à faire venir des cadres supérieurs des grands *grupos* régionaux au Canada en avril 1997. Cela permettra aux sociétés mexicaines de découvrir le Canada et d'établir des contacts directs avec des fournisseurs canadiens précis.

On estime que les contacts directs avec les grands *grupos* sont une bonne façon de pénétrer ce marché régional. Comme dans d'autres régions du Mexique, une solution efficace est de mettre en place une coentreprise avec une société mexicaine qui dispose déjà d'un accès bien établi à ce marché.

DÉPENSES PUBLIQUES : REVENUS DES ÉTATS ET DES MUNICIPALITÉS DU NUEVO LEÓN, 1993

EN MILLIERS DE PESOS MEXICAINS*

Poste	État	Municipalités
Dépenses administratives	3 700 203	709 571
Bureaux de direction	194 858	210 130
Sécurité publique	12 529	88 179
Santé publique	282	32 814
Éducation publique	595 344	45 869
Activités culturelles	75 331	20 022
Sécurité sociale	24 037	—
Registres publics	523	1 959
Autres	2 797 299	310 598
Travaux publics et développement	746 004	269 925
Travaux publics	561 386	228 599
Développement	184 618	41 326
Transferts	990 017	110 218
Subventions	207 753	97 531
Aide	57 418	16
Actions et rendements divers	479 765	9 599
Affectés au secteur public	245 081	3 072
Dette publique	106 793	41 034
Liquidités	20 995	24 526
Comptes débiteurs	1 733 256	149
Total	7 297 268	1 155 423

*Le total des colonnes peut donner un résultat différent de la ligne du total, car les chiffres sont arrondis.

Source : Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, Dirección General de Estadística.