

TABLE DES MATIÈRES

L'ALÉNA

L'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) élargit la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 12 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé les 4,2 milliards de dollars en 1993 et devrait atteindre les 5 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 350 millions de dollars en 1989 à plus de 580 en 1992.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain. Même si tout a été fait pour assurer la précision du contenu de cette étude, il n'est pas possible d'accepter la responsabilité des erreurs ou des omissions éventuelles.

Pour obtenir de plus amples informations, s'adresser directement à :

Industrie Canada (IC) par l'intermédiaire des Centres de commerce international situés dans les provinces ou à InfoCentre aux numéros suivants :

1-800-267-8376 ou (613) 944-4000

Télécopieur : (613) 996-9709

FaxLink : (613) 944-4500

AVANT-PROPOS	5
Bien comprendre les goûts des Mexicains	5
1. LE MARCHÉ DES PRODUITS DE CONSTRUCTION AU MEXIQUE	6
Les grands sous-secteurs	6
L'activité de construction	6
La production des matériaux de construction	7
2. LE RÔLE DES IMPORTATIONS	8
3. LES POSSIBILITÉS DES SOUS-SECTEURS	10
Les routes et les autoroutes	10
L'infrastructure hydraulique	11
Le secteur de l'énergie	12
Le logement	13
Espace à bureaux	15
Le secteur du commerce de détail	16
Les installations industrielles	16
Le tourisme	17
4. LES CLIENTS	18
Les entreprises de construction	18
Les procédures d'achat	20
Comment vendre aux entreprises de construction	21
Les organismes gouvernementaux	22
Les achats gouvernementaux et l'ALÉNA	22
Le cycle d'achat	23
Les retards de paiements	23
Vendre au gouvernement	23
Le marché non structuré	23
Vendre au marché des consommateurs	24
5. LES MARCHÉS RÉGIONAUX	25
Le District fédéral	26
Guadalajara et l'État de Jalisco	26
Monterrey et l'État de Nuevo León	27

