

LA FABRICATION CONJOINTE

AMPTech

suite de la page 23

Le soutien technique est assuré à partir du Canada et des États-Unis, et il incombe aux partenaires mexicains de traiter avec les fournisseurs et les clients mexicains. On tire ainsi le meilleur parti possible de leur proximité du marché. Le directeur général de l'entreprise, de qui la totalité du personnel relève, est un Mexicain embauché pour sa connaissance du marché local. Il y a pratiquement toujours des membres du personnel technique d'AMPTech et de Tnquest sur place qui relèvent du directeur général de Phoenix.

M. Shorten conseille aux entreprises canadiennes qui veulent pénétrer le marché mexicain de rechercher leurs partenaires éventuels avec soin. Il faut accorder une attention particulière à leur degré de connaissance des conditions locales. En même temps, l'entreprise canadienne doit être en mesure de consacrer des ressources importantes aux efforts nécessaires pour comprendre tant le marché local que la façon mexicaine de traiter les affaires.

LES BIENS D'ÉQUIPEMENT

Un grand nombre de fabricants mexicains n'ont pas la technologie voulue pour tirer parti de la croissance actuelle des exportations. Les compétences canadiennes en fabrication adaptée et en systèmes électroniques de conception ont de larges applications. Les biens d'équipement intègrent assez souvent des technologies relativement sophistiquées, et la pierre angulaire d'un système de distribution dans ce cas est l'assurance d'un service de haute qualité.

Les grands *grupos* mexicains, des conglomérats familiaux, ont été en mesure de dominer le marché parce qu'ils ont accès aux capitaux étrangers grâce à leurs affiliations dans d'autres pays, surtout aux États-Unis. Les *grupos* sont des clients importants pour un grand nombre de produits canadiens. Ils ont tendance à traiter directement avec les fournisseurs étrangers quand il s'agit de contrats importants, et avec des agents ou des distributeurs exclusifs quand les montants sont moins élevés. Si un agent participe aux négociations, il doit avoir un niveau élevé de compétence technique et une excellente connaissance du produit. Certaines sociétés canadiennes dans cette catégorie importent au Mexique par l'intermédiaire de distributeurs mais mettent en place leurs propres points de service. D'autres ouvrent leurs installations avec, par exemple, des salles d'exposition.

Les ventes de biens d'équipement sont souvent limitées parce qu'un grand nombre de sociétés mexicaines n'ont pas accès aux capitaux et ne peuvent pas s'offrir la dernière technologie. Les coentreprises avec des PME canadiennes sont une solution. Dans ce cas, les sociétés canadiennes échangent leur technologie contre un accès immédiat à un marché bien établi. L'élément dominant de ces ententes est en général la mise à disposition de capitaux.

LES SERVICES

Un exemple type d'exportateur de services est une société d'experts-conseils qui fournit des services d'ingénierie, de conception, de mise au point de logiciels ou d'autres services techniques aux entreprises et au gouvernement. On voit apparaître un marché pour les services aux consommateurs mais, jusqu'à maintenant, les sociétés étrangères n'ont pas réussi à l'exploiter. Les écoles de langues sont un autre exemple de service à la clientèle où des entreprises canadiennes ont bien réussi.

Assurer la prestation de ce type de services nécessite énormément d'interaction avec l'utilisateur final. Un grand nombre de sociétés canadiennes offrent leurs services directement à celui-ci, y compris aux organismes gouvernementaux et aux grandes sociétés. Cela impose toutefois de venir à bout des barrières linguistiques et culturelles et nombre d'entreprises préfèrent créer des coentreprises avec des prestataires mexicains de services. C'est ainsi qu'une société canadienne travaille avec un partenaire mexicain pour fournir des services exclusifs de gestion de voyage à *Cementos Mexicanos (Cemex)*.

Les Canadiens qui fournissent des services au Mexique sont soumis à la législation mexicaine sur l'immigration et sur la fiscalité. Toutefois, s'ils restent au Mexique pendant moins de cent quatre-vingt-trois jours et tirent leurs revenus d'une entreprise qui n'a pas d'établissement permanent au Mexique, on peut considérer qu'ils ne sont pas résidents et ils ne seront alors pas soumis à l'impôt mexicain. Ils auront cependant besoin d'un permis d'immigration connu sous le nom de *Forma Migratoria 3 (FM3)*. Ces questions sont décrites plus en détail dans la publication intitulée *Commercialiser ses services au Mexique*, qui fait partie de la série *Export i Mexique* du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) et qu'on peut se procurer auprès de l'InfoCentre.