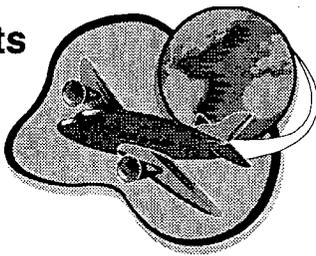


Être prêt à l'exportation

Stratégie d'exportation

Principaux éléments

- ↳ Service
- ↳ Engagement
- ↳ Planification



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce International
Department of Foreign Affairs and International Trade

11 de 18

Pour un prestataire de services, être prêt à exporter veut dire trois choses :

1. **Service.** Formuler une offre de service qui est adaptée au Mexique et concurrentielle sur ce marché.
2. **Engagement.** Engager les ressources humaines et financières nécessaires pour s'implanter à long terme au Mexique et présenter sous son meilleur jour l'offre de service.
3. **Planifier.** Préparer un plan stratégique détaillé.

En règle générale, les petits prestataires de services se préparent plus facilement à exporter que les petits producteurs. L'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) a réduit ou éliminé nombre des obstacles à l'exportation des services. Les qualifications professionnelles sont reconnues d'un pays à l'autre et les formalités d'obtention de visa annulées ou simplifiées. Les lois sur la propriété intellectuelle ont été renforcées et les restrictions au franchisage éliminées.

Toute entreprise qui vend des produits ou des services au Mexique doit se demander si ceux-ci sont adaptés aux acheteurs locaux. Si ce n'est pas le cas, il est souvent possible de les adapter. Dans de nombreuses entreprises de service, la difficulté la plus importante est de s'adapter à l'espagnol. Il y a toutefois de nombreux autres problèmes. C'est ainsi que ce sont essentiellement les Mexicains aisés qui seront les acheteurs les plus probables de services personnels importés et il faudra alors peut-être améliorer un service conçu pour un marché de masse. Les gens d'affaires mexicains n'ont pas accès à la même infrastructure que les sociétés canadiennes et les services visant ce marché doivent en tenir compte.