

sociétés. Toutefois, avec l'évolution des cultures d'entreprise et du monde politique au Mexique, cet élément perd progressivement de l'importance lorsqu'il s'agit de réaliser des ventes.

Les sociétés canadiennes ont souvent constaté que les entreprises mexicaines dont le style est moins traditionnel font de meilleurs partenaires. Leurs dirigeants ont tendance à s'en remettre à des processus de prise de décisions moins hiérarchisés. Ils sont souvent mieux formés et ont étudié dans des universités étrangères. Ils ont aussi davantage de chances d'avoir une perspective globale et une meilleure connaissance des pratiques internationales des affaires.

Même si les valeurs non traditionnelles se diffusent progressivement dans le secteur public, il est plus probable de voir des fonctionnaires pratiquer les styles traditionnels que leurs homologues du secteur privé. Avoir un grand service, indépendamment du travail réellement fait, a toujours été un symbole d'importance. Même si les dotations excessives en effectif ont beaucoup diminué du fait des coupures budgétaires, la plupart des dirigeants sont encore très conscients de leur statut.

Le rôle du partenaire mexicain

L'une des principales raisons pour mettre en place un partenariat avec une société mexicaine est de vouloir venir à bout des obstacles culturels. Comme les deux parties partagent des objectifs communs pour le partenariat, il est souvent plus facile de s'adapter aux différences de style que quand on traite directement avec les clients. Il arrive que cette adaptation dans les deux sens se fasse naturellement sans nécessiter de stratégie officielle. Le partenaire peut alors servir de pont culturel avec le client. Cette mécanique sera probablement facilitée si le partenaire a fait siennes certaines des valeurs non traditionnelles.

Il est aussi probable que le partenaire constitue le lien essentiel avec le milieu mexicain des affaires. Même si l'importance des relations dans la conclusion d'une vente a diminué, les groupes d'affaires continuent à exercer une influence considérable. Cet aspect pourra prendre une importance particulière quand il s'agira de mettre en vigueur des alliances stratégiques pour participer à de grands projets.

Même si le partenaire mexicain est l'interface essentielle avec les clients et le milieu mexicain des affaires, le partenaire canadien devra quand même s'efforcer de bien saisir le milieu culturel. L'efficacité de la présentation du produit par le partenaire mexicain est essentielle à la réussite de l'entreprise. Les dirigeants canadiens doivent donc évaluer la performance du partenariat dans le cadre de la culture mexicaine.