

## LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

*Les méthodes de vente aux sociétés privées remplacent les procédures de marché public traditionnelles comme stratégie de base pour pénétrer le marché de l'équipement de production d'électricité.*

La façon traditionnelle de vendre de l'équipement de production, de transmission et de distribution d'électricité importée au secteur électrique du Mexique est par l'intermédiaire d'agents ou de distributeurs. Les distributeurs ont tendance à se spécialiser dans des types particuliers d'équipement. Ils entretiennent des contacts avec la *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale d'électricité, et d'autres acheteurs et assurent le service local, en se procurant des pièces détachées à l'étranger. Certains fabricants assurent eux-mêmes le service de leur équipement et d'autres ont des services de commercialisation qui assurent la liaison avec les distributeurs.

Comme la *CFE* est une société d'État, elle doit respecter la réglementation sur les marchés publics qui précise qu'au-delà d'un certain plafond, révisé chaque année par le *Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)*, Secrétariat aux finances et au crédit public, tous les achats doivent faire l'objet d'appels d'offres publics.

Le service des achats de la *CFE* est divisé en deux groupes : l'un s'occupe des fournisseurs nationaux et l'autre traite avec les fournisseurs internationaux. Malgré cela, en 1990, la Commission a mis en œuvre une nouvelle politique d'achat décentralisée permettant aux bureaux administratifs des régions d'acheter directement et de façon indépendante certains de leurs matériaux.

Tous les fournisseurs internationaux doivent faire approuver leur capacité technique, financière et d'entretien par la *CFE* pour que leur soumission soit étudiée. Les fournisseurs internationaux éventuels doivent faire certifier leur situation financière par un consulat mexicain.

Les fabricants de ces types de produits font le plus souvent de la publicité dans des magazines d'affaires et spécialisés, des journaux et dans les pages jaunes. Il est indispensable de disposer de brochures et de documentation technique en langue espagnole pour faire la promotion de ses produits.

Les grands fabricants ont des bureaux de vente, des filiales et des représentants des ventes dans tout le pays. Ils ont également des bureaux qui se consacrent aux grands clients comme le gouvernement ou les fabricants d'équipement d'origine.