

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Une forte présence locale est indispensable pour les entreprises canadiennes qui veulent pénétrer le marché mexicain. La plupart constateront que la meilleure solution est de trouver un partenaire local.

Le secteur de l'environnement est nouveau au Mexique et les entreprises locales ont tendance à être estomaquées quand elles voient les prix pratiqués à l'étranger pour les services environnementaux. Le plus souvent, les décideurs ne comprennent pas les concepts nécessaires pour faire la distinction entre un bon et un mauvais service. Un problème connexe est que les Mexicains ne sont pas habitués à payer pour les services d'élimination des déchets. Pour venir à bout de cette difficulté fondamentale, les entreprises doivent persévérer dans leurs activités de commercialisation, ce qui comprend la formation technique des clients.

LA PRÉSENCE LOCALE

Il est possible que l'obstacle le plus important à une plus grande pénétration des sociétés canadiennes sur le marché mexicain de l'environnement soit leur manque de présence locale. Les Mexicains préfèrent acheter des services et de l'équipement importé d'entreprises qui ont démontré qu'elles sont engagées sur le marché local.

Une façon pratique de mettre cette présence en place est de constituer une alliance stratégique ou un partenariat avec une société mexicaine. Les entreprises canadiennes peuvent fournir les compétences et la technologie qui s'adapteront bien à la connaissance du marché et aux coûts d'exploitation relativement faibles des partenaires locaux.

Les entreprises canadiennes qui veulent établir des relations d'affaires avec des sociétés mexicaines devraient avoir, à tous les niveaux, du personnel qui a une connaissance pratique de l'espagnol. Les clients mexicains ont besoin qu'on leur accorde beaucoup d'attention et qu'on fasse un suivi attentif. Les relations informelles ont une grande importance et il arrive souvent qu'on ne conclue les affaires qu'après avoir établi des relations personnelles.

LA DISTRIBUTION

Les grandes entreprises environnementales s'intéresseront probablement essentiellement aux projets clés en main et aux concessions, et elles traiteront alors directement avec le client. Les entreprises mexicaines préfèrent travailler directement avec la source, en particulier quand il s'agit de processus et de projets hautement techniques. Il faudra probablement un partenaire local pour assurer le service et la coordination au jour le jour, mais le fournisseur étranger doit être perçu comme exerçant le contrôle, parce qu'on considère que la technologie étrangère est supérieure.