

Le troisième type de problèmes liés à l'information qui engendre des coûts irrécupérables pour entrer sur les marchés étrangers résulte du fait que les entreprises auront des besoins d'information propres à leur situation. Ceux-ci sont variés : les entreprises peuvent avoir besoin de trouver des distributeurs sur le marché étranger ou de s'associer à des fournisseurs ou à des partenaires étrangers; elles peuvent avoir besoin de régler des questions de réglementation qui leur sont particulières et elles peuvent avoir besoin de se renseigner sur les aspects du marché étranger qui concernent leur produit ou leurs activités. Comme ces types de besoins d'information sont plus adaptés à chaque entreprise que ceux qui ont été discutés précédemment, le problème de la propagation de l'information est moins grave. Par ailleurs, la question de l'asymétrie de l'information est probablement systématique et pourrait mener à des problèmes éventuels de sélection défavorable et de risque moral. De plus, il existe non seulement les coûts de la recherche (p. ex. la recherche du bon fournisseur ou distributeur), mais aussi les économies d'échelle dans la tenue d'une base de renseignements sur des fournisseurs et des distributeurs potentiels, ce qui peut désavantager les nouveaux venus et les petites entreprises.

Il s'agit des types de problèmes d'information pour lesquels les réseaux sociaux et d'affaires mis en évidence par Rauch (2001) et Rauch et Trindale (2002) sont particulièrement importants. L'accès à un réseau de contacts de confiance qui peuvent aider à faire face aux divers problèmes d'information mentionnés précédemment peut contribuer à surmonter les asymétries d'information et à économiser sur les coûts de la recherche. Des études montrent que cette question de réseaux confirme que ces problèmes liés à l'information sont importants.

Cependant, la question clé est de savoir si les gouvernements peuvent améliorer les réactions du marché à ces problèmes d'information. Les entreprises peuvent suivre un certain nombre de stratégies pour régler les types de problèmes d'information susmentionnés. Elles peuvent former des coentreprises avec des sociétés établies sur les marchés étrangers pour