

Le chapitre 8, consacré à "l'exécution" du contrat fait l'hypothèse que la société du lecteur a emporté un marché. On y passe en revue les étapes nécessaires à la mise en oeuvre d'un contrat et à l'obtention d'une lettre de crédit. On y détaille la façon de satisfaire aux obligations officielles trouvées dans les contrats d'achat du gouvernement mexicain et la façon d'accélérer les paiements. Enfin, ce chapitre traite de la disparition progressive des obligations dans le cadre du contrat, y compris les garanties en matière d'équipement et celles de bonne exécution.

Le chapitre 9 est destiné à permettre d'enchaîner réussite après réussite et suggère des façons de capitaliser sur un premier succès au Mexique. On y traite de la recherche de produits complémentaires, des diverses possibilités pour avoir une présence accrue au Mexique et de la façon de prendre de l'expansion dans d'autres régions d'Amérique latine.

EXPÉRIENCE DE SOCIÉTÉS CANADIENNES

Les sociétés canadiennes qui envisagent de se présenter sur les marchés mexicains font souvent face à un certain nombre d'entraves, réelles et imaginaires. Parmi celles-ci, on peut citer :

- la croyance qu'il est difficile de faire des affaires au Mexique;
- des histoires d'appels d'offres truqués et de pratiques d'affaires mal venues;
- le manque de temps pour préparer une offre;
- l'incompréhension d'un certain nombre de conditions;
- la difficulté qu'il y a à préparer et gérer la présentation d'une offre à distance; et
- la méconnaissance de l'espagnol.

Malgré une courbe d'apprentissage assez lente, un grand nombre de sociétés canadiennes ont persisté et ont réussi à percer les marchés mexicains.

Pour réussir au Mexique, que ce soit dans le secteur privé ou dans le secteur public, une entreprise canadienne doit s'adapter au cadre d'affaires mexicain. Les sociétés doivent devenir plus souples, adapter leurs produits et services aux besoins des clients mexicains. Les Mexicains aiment connaître leurs fournisseurs et leurs partenaires en affaires, apprendre à leur faire confiance, et instaurer de fortes relations personnelles avec eux. Il faut en général entretenir des contacts sociaux et d'affaires fréquents pour que cette confiance s'installe.

Réussir à commercialiser ses produits et ses services auprès des grandes multinationales ou des grands groupes mexicains indépendants est relativement simple et peut donner des résultats qui en valent la peine; même si cela nécessite du temps et de la patience et qu'il faut avoir les bons contacts pour progresser sur ce marché. Pour y parvenir, il faut établir un lien entre les activités sur le secteur privé et la participation réussie au système des achats des *paraestatales* ou sociétés étatisées. Afin de tirer le meilleur parti de leurs ressources, les entreprises devraient s'attaquer simultanément aux secteurs privés et publics.