

Il y a des possibilités pour les fournisseurs canadiens dans tous les secteurs de l'économie. Aucune entreprise industrielle des secteurs public ou privé n'a échappé aux forces du changement qui ont transformé le Mexique depuis la fin des années 1980. Les fabricants rationalisent et modernisent leurs activités pour faire face à l'arrivée de la concurrence étrangère. Les prestataires de services s'efforcent de répondre plus efficacement aux besoins de leurs clients. Des organismes gouvernementaux ont été contraints de devenir plus efficaces par suite de la déréglementation et de compressions budgétaires. De façon plus générale, le gouvernement fédéral et les gouvernements des États se sont lancés dans d'ambitieux programmes de modernisation de l'infrastructure mexicaine. Ils s'adressent de plus en plus au secteur privé pour les aider dans cette tâche.

Ce contexte de changement généralisé fait apparaître des débouchés pour le Canada, qui n'était pas un important fournisseur de l'industrie mexicaine. Lancée par les réformes économiques, la rationalisation a été accélérée par la crise récente du peso. Ces deux éléments contraignent les acheteurs et les décideurs mexicains à envisager de nouvelles méthodes de travail et à chercher de nouveaux fournisseurs.

CE QU'IL FAUT

Avant même d'envisager de commercer avec le Mexique, il vaut mieux faire une bonne auto-évaluation. Votre entreprise possède-t-elle la stabilité et les ressources nécessaires pour soutenir un effort d'exportation? Offre-t-elle un produit ou un service concurrentiel? Peut-elle financer des activités à l'étranger? Et surtout, est-elle réellement prête à s'engager envers l'exportation?

LA PRÉPARATION ET LA RÉPUTATION

Avant de tenter de commercer à l'étranger, une entreprise doit savoir ce qui la rend concurrentielle sur les marchés qu'elle exploite au Canada. Ces facteurs s'appliqueront-ils sur les marchés internationaux? L'exportation constitue une étape logique pour une entreprise ayant réalisé une certaine prospérité et la sécurité sur le marché de son pays. Il est rare qu'elle constitue la solution d'une entreprise qui ne peut soutenir la concurrence dans son propre marché.

En général, les entreprises qui font des affaires depuis quelques années seront mieux placées pour tenter l'exportation que des entreprises nouvelles ou très jeunes. Elles ont en effet maîtrisé les éléments fondamentaux de la gestion, leur produit ou service est éprouvé sur le marché et leur fonds de roulement s'est stabilisé. De même, les entreprises dont le chiffre d'affaires est élevé dans leur pays d'origine auront de meilleures perspectives que celles dont les revenus annuels n'atteignent que quelques centaines de milliers de dollars.