

LES POSSIBILITÉS POUR LES ENTREPRISES CANADIENNES

L'énorme déficit du Mexique en matière de logement laisse imaginer de très importantes possibilités pour les sociétés canadiennes de construction. Il faut toutefois adopter une approche sélective à des segments précis du marché.

- Cherchez la possibilité de vous associer avec une entreprise mexicaine de construction. Celles-ci connaissent bien les techniques de construction mais ont moins de compétences dans le domaine de la planification, du développement, du financement et de la vente des logements. Leur expertise est essentielle pour réussir à bien gérer le nouveau régime public du logement mexicain.
- Apprenez à bien connaître les principales institutions finançant la construction de maisons et cherchez les appels d'offres à venir de projets domiciliaires auxquels votre entreprise pourrait participer.
- Envisagez d'aborder le marché en vous attaquant aux logements destinés à des personnes ayant des revenus moyens et supérieurs. L'avantage pour vous est que les acheteurs ont plus facilement accès au financement commercial, que les marges bénéficiaires pour les constructeurs sont plus élevées et que les clients dans ce secteur seront plus facilement attirés par des styles de maisons moins traditionnels ayant une apparence «importée».
- Étudiez le marché du logement dans les régions touristiques. Dans tout le Mexique, le niveau d'activité est important pour la construction de condominiums destinés aux vacances et aux maisons de retraite. Un constructeur pourra trouver dans ce créneau la possibilité de cibler des goûts et des budgets canadiens, américains et européens.
- Comportez-vous en promoteur et en financier. Les personnes qui connaissent bien le marché estiment que le créneau dans lequel il y a réellement de l'argent à faire pour la construction des maisons est celui des projets de construction qui sont financés à un taux d'intérêt inférieur au taux hypothécaire offert par la banque ou l'institution gouvernementale qui s'en occupe.

7. LES POSSIBILITÉS SECTORIELLES — LE TOURISME

Avec 6 000 kilomètres de côtes, une culture riche en histoire et la proximité des marchés nord-américains, le Mexique a un énorme potentiel touristique. Le tourisme est d'ailleurs la seconde plus importante source de devises étrangères après le pétrole. Il joue un rôle essentiel dans l'économie du pays, générant 3 p. 100 du PIB en 1991 et fournissant de l'emploi à près de 2 millions de personnes, soit environ 5 p. 100 de la population active totale. Toutefois, une grande partie de ce potentiel reste inexploitée. En 1989, le gouvernement mexicain a désigné le tourisme comme un domaine important de développement et a décidé d'encourager les investissements privés dans ce secteur. À cette époque, environ 6 millions de touristes allaient au Mexique par année, apportant 3 milliards de dollars U.S. en devises étrangères. Pour la période allant de 1989 à 1994, on a fixé les objectifs suivants :

- 50 000 chambres d'hôtel de plus;
- 10 millions de touristes étrangers par année en 1994; et
- des revenus totaux en devises étrangères venant du tourisme de 5 milliards de dollars U.S. en 1994.

