

FAIRE DES AFFAIRES AU MEXIQUE

Les Canadiens qui ont l'intention de faire des affaires avec le Mexique doivent se préparer à l'expérience d'un mode de vie profondément différent. Ainsi, les Mexicains accordent plus d'importance aux formalités que les Canadiens ou les Américains. Ils s'attendent donc à ce

que vous arriviez à l'heure aux rendez-vous, équipés de cartes de visite et capables de converser à propos de questions d'actualité. Le contact personnel est important pour les Mexicains, qui affichent une préférence marquée pour les rencontres personnelles en vue d'établir des relations plus étroites dans un climat de confiance, au lieu de transiger par téléphone. En fait, les Mexicains traitent une bonne partie de leurs affaires au restaurant plutôt qu'à leur bureau.

L'importance dominante de la famille dans la vie mexicaine influe sur l'organisation du travail, où l'on accepte difficilement le principe de la délégation des responsabilités. Cela signifie parfois qu'un subordonné mexicain hésitera à prendre une initiative allant au delà des instructions qu'il a reçues, préférant plutôt aller demander une autorisation expresse à son supérieur.

De façon générale, les Mexicains apprécient une conduite respectueuse et préfèrent éviter les conflits. Par conséquent, un spécialiste de rang inférieur peut hésiter à prendre l'initiative d'offrir un conseil à un généraliste qui occupe un poste de cadre supérieur de l'entreprise. Parallèlement, les réprimandes et les changements d'orientation s'effectuent dans la discrétion. Ainsi, un employé n'est jamais réprimandé ou corrigé en présence de ses collègues.

Les Mexicains sont toujours polis et ils éprouvent donc de la difficulté à transmettre de mauvaises nouvelles ou à dire non. Il faut acquérir une certaine expérience de la personnalité mexicaine avant d'apprendre la façon de bien interpréter une réponse positive.

Ces différences culturelles, et d'autres encore, peuvent parfois rebuter les entreprises qui s'intéressent au marché mexicain, surtout lorsque leur expérience internationale est limitée. Dans un tel cas, il peut falloir consacrer un temps considérable à l'analyse des débouchés, à l'étude du marché, à la recherche d'un agent ou d'un autre type de partenaire, à la négociation d'un contrat ou même à la conclusion d'une entente officieuse, pour ensuite s'attaquer aux tracasseries bureaucratiques. La tâche peut sembler insurmontable. Il est essentiel de développer une sensibilité à la culture mexicaine, ce qui s'acquiert seulement avec l'expérience. Néanmoins, la persévérance peut mener à des résultats tout à fait considérables.

Après avoir réfléchi à tout ce que suppose le lancement d'une initiative au Mexique, un bon premier pas consiste à communiquer avec le délégué commercial du Centre du commerce international de votre région ou avec le ministère du Commerce de votre province.

Au Mexique, la Section commerciale de l'ambassade du Canada peut

vous donner des renseignements précis sur la situation du marché et vous aider à réaliser une première évaluation de la demande éventuelle d'un produit ou d'un service donné. La Section commerciale peut également organiser une série de rendez-vous avec d'éventuels agents et importateurs.

Pour présenter plus de détails sur l'économie mexicaine, les débouchés commerciaux naissants, les stratégies de pénétration du marché mexicain et les pratiques commerciales dans ce pays, le MAECI parraine la publication **Mexique-Canada : Partenariat pour la réussite**, en collaboration avec la Banque de Montréal, Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique, et Baker & McKenzie. De plus, le MAECI a préparé un profil détaillé d'une trentaine de secteurs de l'économie mexicaine offrant des débouchés intéressants aux sociétés canadiennes. Pour obtenir un exemplaire du guide ou d'un profil sectoriel, veuillez téléphoner au Centre InfoEx, sans frais, au 1-800-267-8376, ou au (613) 944-4000.
