



GUIDE D'EDC

ASTUCES CULTURELLES POUR FAIRE DES AFFAIRES EN AMÉRIQUE LATINE

Maximisez le succès de votre entreprise

Canada



EDC

UN MONDE À CONQUÉRIR

En matière d'étiquette des affaires, ce qui est acceptable ou non peut varier d'un pays à l'autre. Pour connaître du succès en affaires à l'étranger, il vous faut bien comprendre la culture, les traditions et les habitudes commerciales de vos clients et partenaires dans vos marchés cibles, et y adapter vos communications et vos stratégies d'affaires.

Cela pourrait jouer un rôle décisif dans l'obtention d'un contrat.

L'Amérique latine est un partenaire commercial majeur du Canada et demeure un marché fertile en perspectives d'investissement et d'exportation pour nos entreprises, à l'heure où notre économie se remet des effets de la COVID-19. Les particularités culturelles varient d'un pays à l'autre, mais en adaptant vos stratégies de négociation et de communication, vous pouvez maximiser votre succès commercial en Amérique latine.

LES CINQ CHOSES LES PLUS IMPORTANTES À SAVOIR

- 1. L'Amérique latine n'est pas un pays.** Si cette région a été colonisée en grande partie par des Européens (surtout des Espagnols et des Portugais), chaque pays d'Amérique latine possède néanmoins une culture, des valeurs et des traditions qui lui sont propres. Ce n'est pas parce qu'une stratégie fonctionne bien au Mexique, par exemple, qu'elle sera aussi appropriée en Colombie ou en Argentine. Il est essentiel d'adapter votre plan d'affaires à chaque marché.
- 2. Les relations personnelles sont cruciales.** En Amérique latine, on accorde beaucoup d'importance aux gens. Avant de se lancer dans une discussion d'affaires, vos interlocuteurs voudront sûrement en apprendre plus à propos de vous, de votre entreprise et de votre pays. Cette étape pourrait prendre du temps, mais elle est essentielle pour nouer des relations de confiance.
- 3. La maîtrise de la langue est essentielle.** L'espagnol est la langue officielle de la plupart des pays d'Amérique latine, sauf au Brésil, où le portugais prédomine. L'anglais est répandu dans le milieu des affaires, mais une maîtrise du vocabulaire de base de la langue locale prouvera que vous souhaitez bâtir des relations solides et durables.
- 4. Dire « non » n'est pas si simple.** En Amérique latine, les gens sont très réticents à répondre franchement par la négative. Une réponse évasive ou différée signifie souvent que de plus amples discussions seront nécessaires avant la conclusion d'une transaction. Une collaboration avec un partenaire local peut vous aider à surmonter des barrières linguistiques de ce genre.
- 5. Il faut ralentir le rythme.** Les négociations prennent plus de temps en Amérique latine qu'en Amérique du Nord ou en Europe. Les discussions au sujet de tout et de rien contribuent à tisser des liens de confiance et à découvrir des intérêts communs. Vos interlocuteurs devraient toujours sentir qu'elles jouent un rôle important dans votre stratégie, alors prenez le temps de connaître leur entreprise, leurs valeurs, leurs intérêts et leurs priorités. Évitez d'envoyer des messages textes sans raison, de jeter sans cesse des coups d'œil à votre montre ou de parler de votre horaire chargé.

RELATIONS D'AFFAIRES AU MEXIQUE



CINQ RÈGLES D'ÉTIQUETTE IMPORTANTES

- Apprenez quelques mots d'espagnol.** Tout effort à ce niveau sera apprécié par les Mexicains, mais contentez-vous des formules de base, comme « bonjour » ou « enchanté ». N'essayez pas de faire votre présentation en espagnol si vous ne maîtrisez pas cette langue. Utilisez des phrases simples et n'ayez pas peur de faire des erreurs. Vous pourrez en rire.
- Découvrez le pays.** Les Mexicains sont fiers de leur culture et seront heureux de vous entendre parler de leur pays. Vantez les charmes de leurs villes, de leur musique et de leur gastronomie. Familiarisez-vous, par exemple, avec les attraits des villes que vous visitez pour en faire un sujet de conversation.
- Sachez bavarder.** Avant de parler affaires, les Mexicains aiment commencer par des sujets plus légers. Renseignez-vous sur leur culture : découvrez leurs célébrités nationales et leur sport de prédilection, le soccer. Attendez-vous aussi à être vous-même questionné, surtout à propos des sports d'hiver et de la vie au Canada.
- Engagez sur place.** Au Mexique, un représentant ou un partenaire local vous sera d'une aide inestimable en cas de problèmes. Obtenir des réponses, gérer la logistique et faire le suivi sera plus facile si vous avez de bonnes relations avec des gens sur place. Il vous faut quelqu'un sur le terrain qui connaît les processus et la façon de penser du pays.
- Sachez reconnaître un « oui » qui veut dire « non ».** Les Mexicains n'aiment pas dire « non »; il faut donc savoir décoder leur langage corporel, une compétence qui s'acquiert avec le temps. Cela peut varier selon les régions. Dans les grandes villes, vous obtiendrez plus souvent une réponse négative claire, mais il est possible que le « oui » de votre interlocuteur veuille malgré tout dire « non ». Il vaut mieux privilégier les rencontres en personne. Une conférence téléphonique peut vous laisser l'impression que tout va bien, alors que vous sauriez que ce n'est pas le cas si vous aviez pu observer le visage et le langage corporel de vos interlocuteurs.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LE MEXIQUE

- Le Mexique est au septième rang des pays les plus visités au monde.
- Le pays est signataire de plus de 14 accords de libre-échange, dont l'Accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM), ce qui fait de lui une plaque tournante de la fabrication et de l'exportation dans la région.
- On y retrouve 34 sites du patrimoine mondial de l'UNESCO et l'une des sept merveilles du monde moderne, la pyramide à degrés *El Castillo*.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Visitez la page Info-pays et info-marchés d'EDC sur le [Mexique](#).
- Visitez la page du Service des délégués commerciaux du Canada sur le [Mexique](#).
- Visitez le site Web de la Chambre de commerce Canada-Mexique.
- Écrivez à [Jorge Rave](#), le représentant en chef d'EDC pour le Mexique.

RELATIONS D'AFFAIRES AU BRESIL



BRÉSIL

CINQ RÈGLES D'ÉTIQUETTE IMPORTANTES

- 1. Profitez de l'expertise des autres.** Vos partenaires et fournisseurs faisant déjà des affaires au Brésil peuvent vous être très utiles pour apprendre à connaître le marché : ils vous offriront des conseils sur les choses à faire ou à éviter, vous présenteront des personnes-ressources, et vous parleront de leurs apprentissages et des défis qui vous attendent. En recueillant toutes ces informations avant même d'arriver sur place, vous économisez temps et argent.
- 2. Préparez-vous pour les rencontres en personne.** Il est recommandé de prendre rendez-vous longtemps à l'avance (deux à trois semaines avant la date prévue) et d'obtenir une confirmation écrite. Il n'est pas rare que des rendez-vous soient annulés ou reportés. Réservez du temps pour de tels changements dans la planification de votre visite. Une tenue de ville est recommandée pour toutes les rencontres, sauf pour celles qui ont lieu sur le terrain.
- 3. Sachez comment se déroulent les négociations.** Si les Brésiliens accordent beaucoup d'importance aux accords verbaux, les contrats sont néanmoins toujours signés de manière officielle, en présence d'un avocat-conseil et d'un conseiller fiscal. Les Brésiliens ont le souci du détail et prennent souvent beaucoup de temps pour examiner les contrats. Prévoyez assez de temps pour cette étape.
- 4. Appuyez-vous sur une filiale ou un représentant au pays.** Même si les Brésiliens ont souvent recours à la communication à distance, ils s'attendent à traiter localement avec leurs fournisseurs et sous-traitants dans le cadre de relations d'affaires à long terme. Il est en outre primordial que du soutien technique et de la formation soient disponibles en portugais, la langue locale, lorsque c'est nécessaire.
- 5. Gardez en tête la taille et la diversité du pays.** Le Brésil arrive cinquième au classement des plus grands pays du monde. Le portugais est la langue officielle partout, mais on remarque plusieurs différences culturelles à travers le pays, entre autres dans la manière de communiquer et de négocier avec des partenaires ou des clients. Le contexte local et régional devrait donc être pris en compte dans l'élaboration des stratégies d'interactions avec les clients. Par ailleurs, planifiez soigneusement vos déplacements, puisque vous aurez probablement à prendre l'avion pour franchir les grandes distances qui séparent les villes.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LE BRÉSIL

- › La population du Brésil est de 215 millions de personnes, ce qui place le pays au sixième rang mondial.
- › Le Brésil est un chef de file en matière d'énergie renouvelable et son portefeuille énergétique est parmi les plus verts au monde : 90 % des véhicules brésiliens rouent à l'éthanol, un carburant écologique.
- › Le soccer est le sport le plus populaire au Brésil, qui est le seul pays à avoir remporté cinq fois la Coupe du Monde.
- › La gigantesque statue du Christ Rédempteur, à Rio de Janeiro, est l'une des sept merveilles du monde moderne.

POUR EN SAVOIR PLUS

- › Visitez la page [Info-pays et info-marchés d'EDC sur le Brésil](#).
- › Visitez la page du Service des délégués commerciaux du Canada sur le [Brésil](#).
- › Visitez le [site Web de la Chambre de commerce Canada-Brésil](#).
- › Écrivez à [Fernanda Custodio](#) ou à [Monica Busch](#), les gestionnaires régionales principales d'EDC pour le Brésil.
- › Consultez le [guide sur la conduite responsable des affaires au Brésil](#).

RELATIONS D'AFFAIRES EN COLombie

COLOMBIE

CINQ RÈGLES D'ÉTIQUETTE IMPORTANTES

- Faites des rencontres en personne.** Même si vous avez un représentant qui s'occupe de vos affaires en Colombie, c'est avec vous et les membres de la haute direction de votre entreprise que vos interlocuteurs voudront négocier. En prenant le temps de les rencontrer, vous mettez toutes les chances de votre côté pour décrocher de futurs contrats. Profitez des outils virtuels modernes pour garder le contact. En Colombie, WhatsApp est l'un des moyens les plus rapides et populaires pour ce faire.
- Faites preuve de patience.** Les affaires prennent plus de temps en Colombie qu'en Amérique du Nord, et vous aurez souvent l'impression d'avancer à reculons, mais ne vous découragez pas. Faites preuve de persévérance et continuez à faire le suivi. Restez à l'affût des nouvelles concernant ce marché et des événements qui pourraient influencer les appels d'offres.
- Menez un contrôle préalable.** Prenez le temps d'apprendre à connaître votre client, de comprendre comment est dirigée son entreprise, et de consulter ses rapports de durabilité, ses plans annuels et ses perspectives sectorielles. Vous gagnerez du temps et pourrez parler avec plus d'assurance lors des réunions. Il peut aussi être intéressant de rendre vos documents disponibles en espagnol. Vous montrerez ainsi à vos clients que votre entreprise est prête à passer aux choses sérieuses.
- Faites valoir ce que vous offrez.** La Colombie est un marché sensible aux prix. Préparez-vous à présenter des arguments en faveur de votre solution, et mettez l'accent sur les besoins de vos clients et sur la valeur ajoutée que vous pouvez apporter à leurs activités. Rappelez-vous de toujours montrer aux clients les avantages qu'ils tireront de votre relation.
- Faites-les sentir que vous êtes là pour eux.** Mettez en place les structures et les outils nécessaires pour soutenir vos clients avant, pendant et après les négociations. Une relation ne se termine pas une fois la transaction conclue, au contraire : établissez des partenariats durables.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LA COLOMBIE

- Évitez d'aborder le sujet de la drogue et des cartels dans l'histoire du pays, ou même de faire référence à la série télévisée *Narcos*.
- La Colombie compte plusieurs carrefours d'affaires; soyez prêt à rencontrer des entreprises basées hors de Bogotá, entre autres à Medellín, Cali et Barranquilla.
- Si on vous offre un *tinto* lors d'une réunion, ne vous inquiétez pas : il s'agit de café, et non de vin rouge.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Visitez la page [Info-pays et info-marchés d'EDC sur la Colombie](#).
- Visitez la page du Service des délégués commerciaux du Canada sur la [Colombie](#).
- Visitez le [site Web](#) de la Chambre de commerce Canada-Colombie.
- Écrivez à [Isalba Inzunza](#), la représentante en chef d'EDC pour la Colombie.

RELATIONS D'AFFAIRES AU CHILI



CINQ RÈGLES D'ÉTIQUETTE IMPORTANTES

1. Rencontrez votre contact ou votre client. Rien de mieux que des rencontres en personne pour percer ce marché. Les Chiliens recherchent une relation personnelle basée sur la confiance avec leurs fournisseurs. Pour entamer les discussions, des courriels ou des appels sont beaucoup moins efficaces que des rencontres en personne ou virtuelles. Un réseautage proactif et régulier est essentiel au succès. Planifiez vos rendez-vous deux semaines à l'avance, mais confirmez-les un ou deux jours avant. Soyez à l'heure et en tenue de ville. La première rencontre sert généralement à apprendre à connaître son interlocuteur, alors n'espérez pas conclure une entente tout de suite. Les Chiliens attendent généralement d'avoir discuté des détails d'une entente avec la haute direction avant de prendre une décision finale.

2. Incorporez le bavardage à vos réunions. En mêlant un peu d'humour à une attitude professionnelle, vous obtiendrez un grand succès. Au Chili, les relations personnelles sont au cœur des affaires, alors ne soyez pas surpris si les discussions d'affaires commencent par un peu de bavardage.

3. Apprenez quelques mots d'espagnol. Le milieu des affaires chilien est composé en grande partie de professionnels qui ont fait des études, voyagent à l'étranger et parlent anglais. Dans les échelons moins élevés, par contre, il se pourrait que l'anglais soit peu maîtrisé, d'où l'intérêt de parler espagnol ou d'avoir dans votre équipe une personne hispanophone. Le marketing des produits et le matériel promotionnel devraient également être rédigés en espagnol, et vos cartes professionnelles, en anglais d'un côté et en espagnol de l'autre. On distribue habituellement sa carte à tout le monde lors des réunions.

4. Engagez sur place. Au Chili, un représentant ou un partenaire local vous sera d'une aide inestimable. De bonnes relations avec vos contacts locaux pourraient vous aider à régler les problèmes, et à gérer la logistique ou les appels de suivi aux clients. Il vous faut quelqu'un sur le terrain qui connaît les processus et la façon de penser du pays. Les acheteurs importants pourraient vous demander de conserver quelqu'un sur place pour assurer un bon service après-vente.

5. Sachez différencier un « oui » d'un « non ». Les Chiliens n'aiment pas vraiment dire « non »; il faut donc savoir décoder leur langage corporel. Dans les grandes villes, vous obtiendrez plus souvent une réponse claire, mais il est possible que le « oui » de votre interlocuteur veuille malgré tout dire « non ». Il vaut donc mieux privilégier les rencontres en personne. Une conférence téléphonique peut vous laisser l'impression que tout va bien, alors que vous sauriez que ce n'est pas le cas si vous aviez pu observer le visage et le langage corporel de vos interlocuteurs.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LE CHILI

- Le Chili est l'un des plus importants producteurs de vin au monde, et est reconnu comme l'une des meilleures destinations vinicoles.
- Avec ses 64 étages qui culminent à 300 mètres, la *Gran Torre Santiago* est le plus haut gratte-ciel d'Amérique du Sud.
- Le désert d'Atacama, qui s'étend sur 1 600 kilomètres, est l'un des endroits les plus secs au monde et sert de site d'essai pour des simulations d'expéditions martiennes.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Visitez la page [Info-pays et info-marchés d'EDC sur le Chili](#).
- Visitez la page du [Service des délégués commerciaux du Canada sur le Chili](#).
- Visitez le [site Web de la Chambre de commerce Canada-Chili](#).
- Écrivez à [Christian Daroch](#), le gestionnaire régional principal d'EDC pour le Chili.

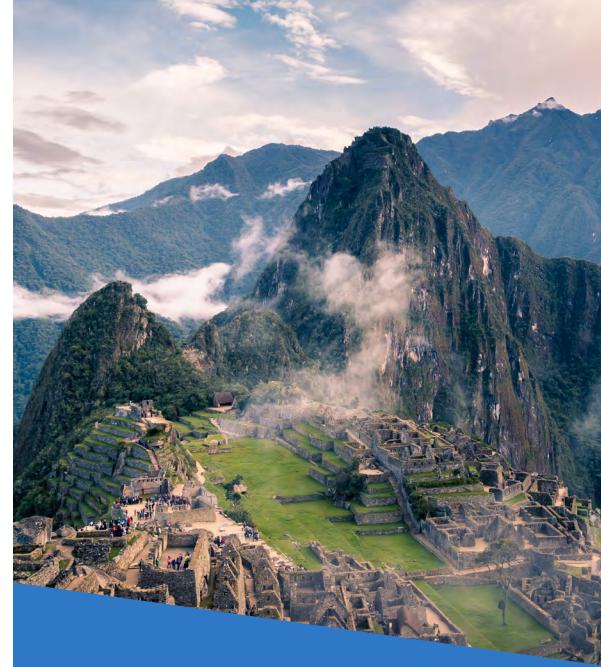
RELATIONS D'AFFAIRES AU

PÉROU

PÉROU

CINQ RÈGLES D'ÉTIQUETTE IMPORTANTES

- Nouez des relations personnelles.** Votre succès dépend en grande partie de vos relations, alors il est primordial d'établir un lien de confiance dès le départ. Préparez-vous à votre première rencontre avec vos clients en vous renseignant sur eux, sur leurs intérêts et sur les choses que vous avez en commun. Une fois que vous avez créé un lien, invitez votre interlocuteur à dîner ou à souper; en vous côtoyant dans une ambiance décontractée, il sera plus facile de bâtir une relation à long terme.
- Exprimez-vous dans leur langue.** La plupart des Péruviens du milieu des affaires parlent et comprennent l'anglais. Toutefois, ils sont plus à l'aise lorsque la conversation se déroule dans leur langue. Ce n'est pas un obstacle majeur au début, mais si vous voulez avoir du succès à long terme, il est recommandé d'avoir dans votre équipe une personne qui maîtrise l'espagnol.
- Soyez sensible à leur patrimoine.** Les Péruviens se montrent particulièrement fiers de leur gastronomie, de leur patrimoine culturel et de leurs sites célèbres, comme le Machu Picchu. Intéressez-vous à leur pays et attendez-vous à parler de la cuisine locale et des attractions touristiques. N'hésitez pas à demander des recommandations. Votre intérêt sera très bien accueilli.
- Mettez l'accent sur les points forts du Canada.** Le Canada est l'un des plus importants investisseurs étrangers du secteur minier péruvien. Nos entreprises et nos technologies sont souvent comptées parmi les plus concurrentielles, fiables et novatrices. Mentionner le Canada dans le cadre de vos affaires pourrait grandement vous aider à obtenir des contrats.
- Menez un contrôle préalable.** Faites vos recherches avant de rencontrer un partenaire commercial potentiel, et veillez à mener un contrôle préalable exhaustif. Pensez à examiner les antécédents, la fiabilité, la capacité de crédit et la réputation de l'entreprise. Étudiez tous les aspects de la responsabilité sociale, surtout en ce qui a trait aux enjeux environnementaux et sociaux.



FAITS INTÉRESSANTS SUR LE PÉROU

- Le Machu Picchu a été l'attraction touristique la populaire d'Amérique du Sud en 2020, et est l'une des sept merveilles du monde.
- Plus de 3 000 variétés de pommes de terre poussent au Pérou. Elles se retrouvent souvent dans les délicieux plats locaux.
- On retrouve plus de 90 microclimats au pays. Le lac Titicaca, perché à 3 485 mètres, est le plus haut lac au monde.

POUR EN SAVOIR PLUS

- Visitez la page [Info-pays et info-marchés d'EDC sur le Pérou](#).
- Visitez la page du [Service des délégués commerciaux du Canada sur le Pérou](#).
- Visitez le [site Web de la Chambre de commerce Canada-Pérou](#).
- Écrivez à [Rafael Castillo](#), le gestionnaire régional d'EDC pour le Pérou.

À PROPOS D'EXPORTATION ET DÉVELOPPEMENT CANADA

Qui nous sommes

Exportation et développement Canada (EDC) est l'organisme de crédit à l'exportation du Canada. Notre mandat consiste à soutenir et à développer le commerce extérieur du Canada en aidant les entreprises canadiennes à profiter des débouchés offerts sur le marché international. Nous sommes une société d'État financièrement autonome, indépendante du gouvernement du Canada.

Avis de non-responsabilité

Le présent document est une compilation de renseignements accessibles au public. Il ne vise aucunement à donner des conseils précis et ne devrait pas être consulté dans cette optique, car son but est simplement d'offrir un tour d'horizon. Il serait donc malavisé d'agir ou de prendre une décision sans avoir fait une recherche approfondie indépendante et obtenu des conseils d'un professionnel sur le sujet précis traité. Bien qu'Exportation et développement Canada (EDC) ait déployé des efforts commercialement raisonnables pour s'assurer de l'exactitude des renseignements contenus dans le présent document, EDC ne garantit d'aucune façon leur exactitude, leur actualité ou leur exhaustivité. Le présent document pourrait devenir périmé, en tout ou en partie, à tout moment. Il incombe à l'utilisateur de vérifier les renseignements qu'il contient avant de s'en servir. EDC n'est aucunement responsable des pertes ou dommages occasionnés par une inexactitude, une erreur ou une omission dans ce contenu. Le présent document ne vise aucunement à donner des avis juridiques ou fiscaux et ne doit pas servir à cette fin. Pour obtenir ce genre de conseils, il est recommandé de consulter un professionnel compétent. EDC est propriétaire de marques de commerce et de marques officielles. Toute utilisation d'une marque de commerce ou d'une marque officielle d'EDC sans sa permission écrite est strictement interdite. Toutes les autres marques de commerce figurant dans ce document appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les renseignements présentés peuvent être modifiés sans préavis. EDC n'assume aucune responsabilité en cas d'inexactitudes dans le présent document.

© Exportation et développement Canada, 2021. Tous droits réservés.