

- Les coûts d'exportation. Faire la promotion de ses services en espagnol et mettre en place un système de livraison au Mexique peuvent entraîner des coûts considérables. Les entreprises qui réussissent traitent ces coûts comme des investissements et adoptent des stratégies allant du moyen au long termes.
- Les retards au recouvrement des comptes. Il faut, en général, plus de temps pour encaisser les sommes dues au Mexique qu'au Canada.