

Pour regrouper tous ces éléments, il faut que vous évaluiez les forces et les faiblesses du partenaire éventuel, peut-être en procédant à une analyse des forces, des faiblesses, des possibilités et des menaces. Il s'agit là du même type d'analyse que celui que vous avez déjà fait pour votre société afin d'évaluer dans quelle mesure vous êtes prêt à pénétrer le marché mexicain. La feuille de travail ci-jointe à la fin de ce chapitre, qui comprend une autre forme d'analyse de ce type, donne la liste des éléments que vous voudrez étudier avant de choisir un partenaire. Si vous cherchez précisément un distributeur sur le marché mexicain, analysez les éléments de la feuille de travail consacrée au choix d'un distributeur ou d'un fournisseur sur le marché mexicain.

## OBTENIR DE L'AIDE

### OBTENIR DE L'AIDE : UNE LISTE DES SOURCES D'INFORMATION POSSIBLES

- Associés d'affaires actuels, en particulier ceux ayant l'expérience du Mexique
- Conseillers et intermédiaires d'affaires professionnels (avocats, comptables, experts-conseils)
- Institutions financières (banques, compagnies d'assurance, courtiers)
- Centre de services aux entreprises du Canada de votre région
- Spécialistes du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), Bureau de l'Amérique latine et des Antilles, Direction du Mexique
- Ambassade du Canada à Mexico et consulats canadiens de Monterrey et de Guadalajara
- Associations d'affaires canadiennes ou les conseils d'affaires bilatéraux qui se consacrent au Mexique
- Établissements de recherche qui ont préparé des études du marché mexicain
- Ambassade mexicaine ou les délégations commerciales mexicaines
- Foires, expositions et séminaires professionnels
- Base de savoir Exporti du Mexique du MAECI
- Bases de données commerciales contenant des profils de pays et des renseignements économiques internationaux

Même si vous savez avec précision le type de partenaire que vous voulez, peut-être ne savez-vous pas où chercher. Un bon point de départ est d'étudier vos contacts actuels du milieu des affaires au Mexique, en particulier dans le même secteur d'activité. Faire reposer un partenariat sur des relations d'affaires déjà existantes vous permet de savoir dès le départ comment les deux sociétés peuvent travailler ensemble; vous avez déjà des relations personnelles et vos entreprises connaissent les compétences, les ressources, la culture et les valeurs de la société de l'autre.

Si vous n'avez pas déjà de relations d'affaires au Mexique, vous pouvez demander des noms à vos fournisseurs, à vos clients, aux associations industrielles, aux banques, aux autres institutions financières, aux vérificateurs, aux fonctionnaires et aux responsables de la réglementation. Rappelez-vous que les délégués commerciaux de l'ambassade du Canada au Mexique et des bureaux consulaires de Monterrey et de Guadalajara peuvent vous aider à trouver des candidats et à faire les présentations. Vous voudrez peut-être également recevoir des avis professionnels et vous entourer de conseillers financiers, de comptables, d'avocats, d'experts-conseils ou de spécialistes du marché qui peuvent combler les trous dans vos compétences. Si vous cherchez ce type d'avis, prenez soin de préciser clairement ce que vous attendez avant de retenir les services d'un professionnel. Ils pourront ainsi concevoir un plan de travail et vous fournir un résultat qui vous satisfera.

On peut s'adresser à plusieurs sources pour recueillir des renseignements et de nouvelles idées de marché. Commencez avec une liste de sociétés offrant des possibilités réelles de partenariats internationaux et de croissance. Communiquez cette liste aux animateurs de la collectivité, aux associations d'affaires et aux organismes gouvernementaux dans les régions visées. Demandez-leur de suggérer des noms de sociétés dans leurs régions qui constitueraient un complément aux capacités de votre société. Organisez ensuite des réunions avec des partenaires éventuels.

La mise en place d'un partenariat efficace dépend de la constitution d'un réseau efficace. Cela est particulièrement vrai pour les entreprises les plus petites. Les relations formelles et informelles sont des moyens importants de développer des contacts, d'obtenir des renseignements d'affaires, d'entamer des coopérations, d'évaluer l'intérêt de nouvelles sources de capitaux et d'obtenir de la technologie.