

LA PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ	32
Les coûts d'implantation	32
La fixation des prix	32
La protection de la propriété intellectuelle	33
Les normes	33
La protection des brevets	34
Le droit du travail	35
Huit pratiques essentielles qui faciliteront les relations de travail	36
Le secteur immobilier	38
Les pratiques immobilières du Mexique	39
LA PROMOTION AU MEXIQUE	41
L'élaboration du message	41
Les techniques de commercialisation des services au Mexique	43
Les médias	43
Les ventes personnelles	43
Le télémarketing et le publipostage	44
Les foires commerciales	44
Le Mexique et Internet	44
L'INCIDENCE DE L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN	46
Vue d'ensemble	46
La reconnaissance professionnelle	47
LES MARCHÉS PUBLICS	48
Les perspectives des marchés publics mexicains	48
Liste des services pouvant être commercialisés en vertu de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA)	49
Les services professionnels	50
Les services administratifs	50
Les services d'ingénierie	50
Les services informatiques et connexes	51
Les services immobiliers	51
Les autres services commerciaux	51
Les services environnementaux	52
Les hôtels et les restaurants, y compris les services de traiteurs	52
Les entreprises publiques	54
Les gouvernements des États	54
Soumissionner des marchés publics	55
SAVOIR RECONNAÎTRE LES PERSPECTIVES DE MARCHÉ DU SECTEUR PRIVÉ	56
Établir une présence locale	56
Constituer des réseaux	56