

- sa connaissance du marché;
- ses contacts avec la base de clientèle et avec les autres entreprises;
- l'endroit où il est installé et les marchés régionaux qu'il dessert;
- sa solidité financière;
- ses forces en ressources humaines et en gestion, y compris ses compétences générales et particulières;
- la philosophie de sa société; et
- la compatibilité de vos objectifs.

ÉTAPE 2 : DÉVELOPPER DES CONTACTS AU CANADA

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) ou l'un des Centres de commerce international (CCI) répartis dans toutes les régions du pays sont de bons endroits où s'adresser en premier. Vous trouverez, dans les profils et les résumés sectoriels du MAÉCI des listes détaillées de contacts. S'il n'existe aucun rapport sur le secteur même, il en existe sûrement sur des secteurs complémentaires.

Il faut également se renseigner auprès des bureaux du gouvernement mexicain au Canada. L'Ambassade du Mexique, les Commissions commerciales mexicaines au Canada et les consulats mexicains peuvent aider les entreprises canadiennes à dénicher de l'information sur des partenaires mexicains intéressants.

Les entreprises canadiennes qui ont traité des affaires au Mexique sont parmi les meilleures sources d'information sur des partenaires éventuels. Il se peut aussi que d'autres exportateurs de services et divers contacts personnels dans l'industrie canadienne soient prêts à vous faire part de leur expérience et à vous donner des conseils. Les associations d'affaires qui s'occupent du commerce entre le Mexique et le Canada sont également des sources d'information. Parmi elles, on peut citer le Conseil canadien pour les Amériques (CCA) et l'Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada.

ÉTAPE 3 : CRÉER UN RÉSEAU DE CONTACTS AU MEXIQUE

On peut aussi trouver de bons candidats au partenariat en consultant un délégué commercial canadien à l'Ambassade du Canada au Mexique; ou l'un des collègues des consulats de Guadalajara ou de Monterrey. On conseille également de consulter les annuaires ou les publications de l'industrie, la presse locale, les agents des gouvernements fédéraux, des États et des provinces et des administrations locales, ainsi que les associations de l'industrie. Les séminaires, les conférences et les foires commerciales offrent aussi parfois la possibilité de repérer des partenaires éventuels.