

TABLE DES MATIÈRES

L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALÉNA)

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé les 5,5 milliards de dollars en 1994 et devrait atteindre les 7 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 452 millions de dollars en 1992 à plus de 1,2 milliard en 1994.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au :

Ministère de l'Industrie (MI) par l'intermédiaire des Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

INTRODUCTION	9
LE RÔLE DES SERVICES SUR LE MARCHÉ MEXICAIN	10
LES SERVICES : CROISSANCE ET DÉBOUCHÉS	11
Les services d'information	11
Les services de transport	13
Les services environnementaux	14
Les services financiers et les assurances	15
Les télécommunications	15
Les services commerciaux et professionnels	16
Les services d'ingénierie et de construction	17
Les franchises de services alimentaires	17
La vente au détail	18
Les services touristiques	18
Les services de formation	18
Les services de planification, d'installation et de réparation d'équipement	19
Les soins de santé	19
COMMENT SE PRÉPARER À PÉNÉTRER LE MARCHÉ	20
Choisir une stratégie et élaborer un plan d'affaires	20
Ce que les Canadiens ont à offrir	21
Les permis de travail	22
Les négociants et les investisseurs	22
<i>La Forma Migratoria de Negocios</i>	23
<i>La Forma Migratoria 3</i>	23
<i>La Forma Migratoria 2</i>	23
Les structures d'entreprises au Mexique	24
Les formes juridiques courantes	24
Les partenariats	24
Les entreprises individuelles	24
Les succursales de sociétés étrangères	25
La création d'une société commerciale	25
Les frais juridiques	26
Le processus de constitution en société	26
L'exploitation	26
Les opérations bancaires	27
CONSIDÉRATIONS D'ORDRE CULTUREL	27
L'incidence de la culture	27
L'adaptation réussie à l'environnement culturel mexicain	28
Les différents traits de gestion	28
Travailler avec ces différences	30