

<b>V</b>	<b>Le partenariat pour pénétrer le marché</b>	<b>113</b>
	À quoi sert le partenariat	114
	Choisir une approche	115
	Élaborer un plan	118
	Mettre votre équipe sur pied	119
	Trouver le bon partenaire	120
	Négocier l'entente	121
	Les modalités de vos relations	123
	Financer l'entreprise	125
	Les considérations fiscales	127
	Résumé	128
<b>VI</b>	<b>Faire des affaires au Mexique</b>	<b>129</b>
	Travailler dans une culture différente	130
	Les problèmes de gestion	132
	Les pratiques des relations de travail	134
	Les voyages d'affaires	136
	Les brevets, les marques de commerce et les droits d'auteur	138
	La qualité des produits	139
	Les foires et les missions commerciales	140
	<b>DEUXIÈME SECTION : LES OUTILS</b>	<b>141</b>
<b>VII</b>	<b>Préparer votre stratégie d'exportation</b>	<b>143</b>
	Pourquoi le Mexique?	144
	Êtes-vous prêt pour le Mexique?	145
	Les études de marché	146
	Les sources de renseignements	147
	La stratégie de pénétration du marché	147
	La rentabilité de l'opération?	148
	Quel type de partenaires?	149
	Les considérations stratégiques	151
	Assurer sa protection	151
	Financer l'entreprise	152
	La mise en œuvre	153
<b>VIII</b>	<b>Les programmes et les services pertinents du gouvernement canadien</b>	<b>155</b>
	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce International (MAÉCI)	156
	Ministère de l'Industrie (MI)	158
	Revenu Canada	159
	Agence canadienne de développement international (ACDI)	159
	Agence de promotion économique du Canada atlantique (APÉCA)	160
	Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DÉO)	160
	Société pour l'expansion des exportations (SEE)	160
	Corporation commerciale canadienne	161
	Conseil national de recherches	162
<b>IX</b>	<b>Les contacts importants</b>	<b>163</b>
	Au Canada	164
	Au Mexique	166
<b>X</b>	<b>Glossaire</b>	<b>171</b>