

*How to Say It*  
*Doing Business in Latin America*

*A Pocket Guide to the Culture, Customs and Etiquette*

# 拉美经商必备

## 文化、习俗与礼仪



【美】凯文·迈克尔·迪兰 著  
( Kevin Michael Diran )  
赵银德 等译



机械工业出版社  
China Machine Press

浙江, . . . . .

研究译丛

*How to Say It*  
*Doing Business in Latin America*  
*A Pocket Guide to the Culture, Customs and Etiquette*

# 拉美经商必备

## 文化、习俗与礼仪

【美】凯文·迈克尔·迪兰 著  
( Kevin Michael Diran )  
赵银德 宋海英 译  
李执桃 邵建春



机械工业出版社  
China Machine Press

Kevin Michael Diran. How to Say It: Doing Business in Latin America: A Pocket Guide to the Culture, Customs and Etiquette.

Copyright © 2009 by Kevin Michael Diran.

Simplified Chinese Translation Copyright © 2012 by China Machine Press.

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Kevin Michael Diran 通过 Andrew Nurnberg Associates International Ltd. 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区）独家出版发行。未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

封底无防伪标均为盗版

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2012-6627

### 图书在版编目（CIP）数据

拉美经商必备：文化、习俗与礼仪/（美）迪兰（Diran, K. M.）著；赵银德等译. —北京：机械工业出版社，2012.9

（浙江外国语学院拉丁美洲研究所拉美研究译丛）

书名原文：How to Say It: Doing Business in Latin America: A Pocket Guide to the Culture, Customs and Etiquette

ISBN 978-7-111-39809-7

I. 拉… II. ①迪… ②赵… III. 商业经营 - 基本知识 - 拉丁美洲  
IV. K737.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 219229 号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：张娟娟 版式设计：刘永青

三河市杨庄长鸣印刷装订厂印刷

2012 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 13.5 印张

标准书号：ISBN 978-7-111-39809-7

定价：36.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 68995261；88361066

购书热线：(010) 68326294；88379649；68995259

投稿热线：(010) 88379007

读者信箱：hzjg@hzbook.com

谨以本书献给我最爱的妻子卡萝尔·伊根（Carol Egan）。作为我的生活伴侣、生活导师、旅行伙伴和书评家，她为我完成本书给予了无价的帮助。

## 译者序

自 2008 年金融危机以来，虽然发达国家的经济增长明显放缓、进口需求锐减，但作为新兴市场的拉丁美洲地区仍然保持着相对的强势增长。与此相对应，拉丁美洲已连续多年成为中国对外贸易增长最快的地区。特别地，中国政府于 2008 年 11 月 5 日发表的《中国对拉丁美洲和加勒比政策文件》更是为中国企业实现走向拉丁美洲市场提供了新机遇。

诚然，要想在拉丁美洲市场取得经营成功，你的商业计划绝对不可轻视对拉丁美洲文化的考量，毕竟，作为世界文化奇葩的拉丁美洲文化经历过 300 年的欧洲殖民统治，有着独特的社会文化结构，而这种文化独特性理所当然也会生成独特的拉丁美洲商业文化。仅以中国企业近年来开拓拉丁美洲市场的经历而言，其中有许多失败案例，这证明我们需要更好地去理解并遵循拉丁美洲的商业文化、习俗与礼仪。

毋庸置疑，拉丁美洲商业文化的基础就是人际关系。如果缺乏人际关系，经商就难以成功。从一定程度上讲，拉丁美洲商业文化的最大特点就是存在普遍性“腐败”，而要找出处理这种迷宫式文化的巧妙手段的确很难。对此，你要做的就是正确看待拉丁美洲普

遍存在的“腐败”，对拉丁美洲习以为常的行事拖拉作风保持忍耐，当然也要学会放慢工作和生活节奏。总之，要在拉美经商取得成功，必须真正了解当地的社交习俗，掌握并遵循他们的沟通方式，以此给拉丁美洲客户留下良好的印象，从而为成功建立起长期商务关系打下基础。

为此，浙江外国语学院拉丁美洲研究所组织力量引进翻译了由美国学者凯文·迈克尔·迪兰博士所著的《拉美经商必备：文化、习俗与礼仪》，以期服务于中国企业，帮助它们在拉丁美洲市场成功经营。虽然作者讲述的是北美经营者如何走向拉丁美洲，但其中的内容在我们看来完全适合于任何非拉丁美洲文化背景的经营者，包括中国企业的经营者。

《拉美经商必备：文化、习俗与礼仪》是你了解中美洲与南美洲地区商务礼仪和惯例的必备，涵盖了在拉丁美洲成功经商所必需的一切沟通方法。从获得约见到取得合同再到分发名片，迪兰博士为我们解开了拉丁美洲经商全过程中的那些神秘因素。作为深谙拉丁美洲文化的“圈内人”，他还与我们分享了处理其中那些我们难以预料的细微差异的忠告。此外，书中还介绍了其他主题，包括：不论代价多大，家庭总比事业更为重要的原因；联系人、合作双方共同的朋友以及亲合圈的重要性；怎样利用翻译和懂双语的行政助理来做好工作；与拉丁美洲文化相称的衣着、体态语与手势；有关拉丁美洲文化下招待与礼尚往来的小建议。

本书由浙江外国语学院拉丁美洲研究所赵银德教授主译并负责全书统稿，研究所成员宋海英博士、李执桃教授和邵建春博士参与了部分章节的翻译。由于译者水平有限，难免有不当之处，敬请读者批评指正。

## 前 言

从事全新的事业，虽然令人激动，但也需要足够的勇气。如果你计划去拉丁美洲从商或投资，那么你要遇到的是完全不同的异域文化环境。众所周知，没有良好的沟通往往做不成买卖。在过去的经营中，英语口语能力和理解能力往往非常重要。然而，在拉丁美洲这个新环境里，英语的重要性就很小了。虽然语言天然沟通的障碍，但诸如经济、社会、教育与文化差异之类的其他障碍显得更为重要，甚至成为实现经营目标、买卖成功的更大挑战。本书针对的就是这些挑战。

拉丁美洲商业文化的基础就是人际关系。如果缺乏人际关系，那么就无法成功。对于讲英语的人来说，关键挑战在于与讲不同语言、具有不同价值观的管理者建立关系。

从一定程度上讲，拉丁美洲商业文化的特点就是存在普遍性“腐败”。要找出处理这种迷宫式文化的巧妙手段往往很难。因此，最大的挑战就是保持忍耐，这对于应对拉丁美洲习以为常的行事拖拉作风往往十分必要。当然，你最终会知道这其实并非拖拉，只是文化差异而已。一般而言，拉丁美洲文化并不强调所谓的速度或效率。

看完本书，想必你对拉丁美洲文化会有更好的了解。如果你对拉丁美洲有了切实的了解，那么一种长久的安全感或自信就会油然而生。

一切旅程都有旅行者想不到的神秘终点。

——马丁·布伯

过了漫长而炎热的今天，明天你就要打道回府，公文包中装着公司的首份拉美合同。此时，你坐在初来时到过的咖啡馆。不过，心里想的是喝哪种酒，是科罗娜（Corona）还是玛格丽特（Margarita）？现在，你该盘点一下自己的得失，以便给自己一个激励。你开始回顾自己所做的一切。你问自己，那样做值得吗？当然！这些有趣吗？有时确实有趣。这些日子过得轻松吗？不容易。就像不带航海图在大海中航行一样，你从未有过一丝轻松。

引荐最为重要，那么我该如何获得首次引荐呢？毕竟掌握的对方法语言不多，那么我该如何与人沟通呢？到了陌生之地，我该如何四处看看呢？如果对方拖拉，我该如何避免浪费宝贵的时间呢？如有需要，我该从哪里找到帮助呢？这些都是大家普遍关心的事情。如果想取得成功，成就一番事业，那就请掌握本书介绍的窍门。针对常常遇到的挑战，本书进行了分析并给出了一些建议，以便与新认识的拉美商业伙伴建立联系。此外，本书也介绍了在拉丁美洲这



方陌生但令人神往的土地上旅游和经商的方方面面。事实上，那里的生活方式与我们的截然不同。

总体而言，拉丁美洲经济正在迅速增长。拉丁美洲拥有 5 亿多人口，与美国的贸易一直在增加。拉丁美洲不仅市场容量大、资源丰富，而且也是开展外包的理想之地。在这里，回头客业务也非常有利可图。此外，虽然在拉丁美洲经营面临着文化差异的挑战，但与在世界其他地方经营相比，这些挑战可谓小巫见大巫了，而且这里经营所赚得的利润很是丰厚。

表 0-1 由美国国会调查服务处（Congressional Research Service）根据美国商务部提供的有关数据编制，列示了与美国有贸易往来的拉丁美洲国家以及 1996 ~ 2007 年的贸易增长情况。其中，2007 年数据为当时可以得到并经过核实的数据。2006 ~ 2007 年，美国出口到拉丁美洲国家的贸易额增长了 20.8%。1996 ~ 2007 年，美国从拉丁美洲国家的进口总额增长了 176.2%。可以说，美国与拉丁美洲间的贸易增长迅速。

请注意表 0-1 也给出了美国参加的拉美与中美洲有关贸易集团的进出口数据。不难发现，这些贸易协定的成员国往往有较高的进出口贸易统计额。其中：

- 中美洲自由贸易协定的成员国包括加勒比海的多米尼加共和国；
- 加勒比共同体的成员国包括中美洲的伯利兹；
- 南方共同市场初始成员国为阿根廷、巴西、巴拉圭和乌拉圭；<sup>①</sup>
- 安第斯集团成员国目前包括玻利维亚、哥伦比亚、厄瓜多尔、秘鲁。

可以说，在拉丁美洲经商的难易程度受以下几个因素的影响。

---

① 南方共同市场于 1991 年 3 月 26 日宣布成立，由阿根廷、巴西、乌拉圭和巴拉圭 4 国总统在巴拉圭首都亚松森签署《亚松森条约》，宣布其建立。

表 0-1 1996 ~ 2007 年美国与部分拉美国家和地区的商品贸易

| 国家                    | 1996  | 1998  | 2000  | 2002  | 2004  | 2006    | 2007    | 2006 ~ 2007 年变动<br>百分比 (%) | 1996 ~ 2007 年变动<br>百分比 (%) |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|---------|----------------------------|----------------------------|
| 美国出口 (单位: 10 亿美元)     |       |       |       |       |       |         |         |                            |                            |
| 巴西                    | 12.7  | 15.2  | 15.4  | 12.4  | 13.9  | 19.2    | 24.6    | 28.1                       | 93.7                       |
| 委内瑞拉                  | 4.8   | 6.5   | 5.6   | 4.5   | 4.8   | 9.0     | 10.2    | 13.3                       | 112.5                      |
| 哥伦比亚                  | 4.7   | 4.8   | 3.7   | 3.6   | 4.5   | 6.7     | 8.6     | 28.4                       | 83.0                       |
| 智利                    | 4.1   | 4.0   | 3.5   | 2.6   | 3.6   | 6.8     | 8.3     | 22.1                       | 102.4                      |
| 多米尼加                  | 3.2   | 4.0   | 4.4   | 4.3   | 4.4   | 5.4     | 6.1     | 13.0                       | 90.6                       |
| 阿根廷                   | 4.5   | 5.9   | 4.7   | 1.6   | 3.4   | 4.8     | 5.9     | 22.9                       | 31.1                       |
| 哥斯达黎加                 | 1.8   | 2.3   | 2.4   | 3.1   | 3.3   | 4.1     | 4.6     | 12.2                       | 155.6                      |
| 洪都拉斯                  | 1.6   | 2.3   | 2.6   | 2.6   | 3.1   | 3.7     | 4.5     | 21.6                       | 181.3                      |
| 危地马拉                  | 1.6   | 1.9   | 1.9   | 2.0   | 2.6   | 3.5     | 4.1     | 17.1                       | 156.3                      |
| 秘鲁                    | 1.8   | 2.1   | 1.7   | 1.6   | 2.1   | 2.9     | 4.1     | 41.4                       | 127.8                      |
| 其他                    | 11.7  | 14.4  | 13.4  | 13.4  | 21.4  | 22.9    | 26.5    | 15.7                       | 126.5                      |
| 拉美与加勒比加总 <sup>①</sup> | 52.5  | 63.4  | 59.3  | 51.7  | 61.5  | 89.0    | 107.5   | 20.8                       | 104.8                      |
| 墨西哥                   | 56.8  | 79.0  | 111.7 | 97.5  | 110.8 | 134.2   | 136.1   | 1.4                        | 139.6                      |
| 拉美加总                  | 109.3 | 142.4 | 171.0 | 149.2 | 172.3 | 223.2   | 243.6   | 9.1                        | 122.9                      |
| 中美洲自由贸易协定             | 9.6   | 12.4  | 13.6  | 14.1  | 15.8  | 19.6    | 22.4    | 14.3                       | 133.3                      |
| 加勒比共同体                | 4.4   | 5.0   | 5.4   | 5.0   | 5.8   | 8.6     | 9.2     | 7.0                        | 109.1                      |
| 南方共同市场                | 18.6  | 22.4  | 21.0  | 14.6  | 18.2  | 25.4    | 32.4    | 27.6                       | 74.2                       |
| 安第斯集团                 | 12.8  | 15.5  | 12.2  | 11.4  | 13.2  | 21.6    | 26.1    | 20.8                       | 103.9                      |
| 世界                    | 625.1 | 680.5 | 780.4 | 693.1 | 818.8 | 1 037.1 | 1 162.5 | 12.1                       | 86.0                       |

(续)

| 国家                    | 1996           | 1998  | 2000    | 2002    | 2004    | 2006    | 2007    | 2006~2007年变动<br>百分比(%) | 1996~2007年变动<br>百分比(%) |
|-----------------------|----------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
|                       | 美国进口(单位:10亿美元) |       |         |         |         |         |         |                        |                        |
| 巴西                    | 8.8            | 10.1  | 13.9    | 15.8    | 21.2    | 26.4    | 25.6    | -3.0                   | 190.9                  |
| 委内瑞拉                  | 12.9           | 9.3   | 18.7    | 15.1    | 24.9    | 37.2    | 39.9    | 7.3                    | 209.3                  |
| 哥伦比亚                  | 4.3            | 4.7   | 7.0     | 5.6     | 7.3     | 9.3     | 9.4     | 1.1                    | 118.6                  |
| 智利                    | 2.3            | 2.5   | 3.2     | 3.8     | 4.7     | 9.5     | 9.0     | -5.3                   | 291.3                  |
| 多米尼加                  | 3.6            | 4.4   | 4.4     | 4.2     | 4.5     | 4.5     | 4.2     | -6.7                   | 16.7                   |
| 阿根廷                   | 2.3            | 2.3   | 3.1     | 3.2     | 3.8     | 4.0     | 4.5     | 12.5                   | 95.7                   |
| 哥斯达黎加                 | 2.0            | 2.8   | 3.6     | 3.1     | 3.3     | 3.8     | 3.9     | 2.6                    | 95.0                   |
| 洪都拉斯                  | 1.8            | 2.6   | 3.1     | 3.3     | 3.7     | 3.7     | 3.9     | 5.4                    | 116.7                  |
| 危地马拉                  | 1.7            | 2.1   | 2.6     | 2.8     | 3.2     | 3.1     | 3.0     | -3.2                   | 76.5                   |
| 秘鲁                    | 1.3            | 2.0   | 2.0     | 1.9     | 3.7     | 5.9     | 5.3     | -10.2                  | 307.7                  |
| 其他                    | 7.8            | 7.6   | 11.7    | 10.8    | 18.4    | 26.3    | 26.1    | -0.8                   | 234.6                  |
| 拉美与加勒比加总 <sup>①</sup> | 48.8           | 50.4  | 73.3    | 69.6    | 98.7    | 133.7   | 134.8   | 0.8                    | 176.2                  |
| 墨西哥                   | 74.3           | 94.7  | 135.9   | 134.7   | 155.9   | 198.3   | 210.7   | 6.3                    | 183.6                  |
| 拉美加总                  | 123.1          | 145.1 | 209.2   | 204.3   | 254.6   | 332.0   | 345.5   | 4.1                    | 180.7                  |
| 中美洲自由贸易协定             | 10.4           | 13.7  | 16.1    | 16.0    | 17.7    | 18.6    | 18.7    | 0.5                    | 79.8                   |
| 加勒比共同体                | 2.9            | 2.6   | 4.0     | 4.0     | 7.7     | 10.4    | 11.0    | 5.8                    | 279.3                  |
| 南方共同市场                | 11.4           | 12.6  | 17.3    | 19.2    | 25.5    | 30.9    | 30.7    | -0.6                   | 169.3                  |
| 安第斯集团                 | 21.1           | 17.8  | 30.0    | 24.9    | 40.4    | 59.8    | 61.1    | 2.2                    | 189.6                  |
| 世界                    | 795.3          | 913.9 | 1 216.9 | 1 161.4 | 1 469.7 | 1 855.1 | 1 957.0 | 5.5                    | 146.1                  |

① 表示拉丁美洲和加勒比、墨西哥除外。  
资料来源: CRS 根据美国商务部数据编制。

(1) 如果公司在拉丁美洲当地有分公司，那么与全靠自有资源的独立生意人相比就要顺当得多。在拉美当地的分公司可提供诸多本书讨论的服务，如沟通、引荐、贸易信息以及有关在外国旅游的琐事。

(2) 如果你赴拉丁美洲是为了采购而不是为了推销商品或服务，那么工作就会好办得多，毕竟对花钱之人而言，出点差错并不要紧。然而，对推销人员而言，他们有时要面对如何使自己融入当地文化、与当地人建立交情的难题，因为之后方能与对方谈生意。

(3) 就本书讨论的某些政治与经济因素而言，一些拉丁美洲国家的经商环境相比其他国家会更有利些。墨西哥、智利、乌拉圭、巴西和阿根廷相对更适合于美国人做生意，而哥伦比亚、玻利维亚、巴拉圭和委内瑞拉则似乎会带给他们许多挑战。

## 沟通的基础

英语是开展国际贸易的基础。就在第二次世界大战后不久，英语取代法语成为国际语言。不过，这个取代过程是渐进的，毕竟一些地方仍然用到法语。例如，护照上可能就用法语来指明你为美国公民。

所有国际航班的飞行员必须用英语与交通控制员沟通，这个要求其实就标志着英语取代法语的开始。进而全球金融资源集中到了用英语的银行，而且这些银行也不愿意将成千上万的商业文件从各种其他语言翻译成英语，所以英语的地位得到巩固。另外，历史上母语为英语者无须掌握双语，这进一步巩固了英语作为贸易语言的地位。例如，在拉丁美洲的中国商人对西班牙语可能比一般美国人懂得多，但通常需要借助英语来沟通，可能的话还会请一名翻译。当然，也有不只是使用英语的例外情况，但很少出现，除非这名商

人具有双语背景或受过类似美国政府开设的沉浸式语言学习项目。

当然，如果你的工作语言恰好为西班牙语，那就可以使用西班牙语了。如果能熟练使用拉丁美洲人所用的一些西班牙语惯用语，那么情况就更为理想，这让你做生意绝对会有优势。但不幸的是，光学习几年西班牙语教科书上的知识仍然不足以应付商务需要，更不要说用了。当然，就算只能羞怯地用西班牙语说些关键语句，如“我正在努力学西班牙语，但还很差劲”，其实也意味着你已经开始融入拉丁美洲文化了，不过路还很长。对于你的交流，不论娴熟程度如何，拉丁美洲人都会报以微笑，会非常热情地祝贺你，说你做得非常好。其实，这样做意味着你在通向成功的道路上迈出了第一步。本书附录 A 列出了实用的西班牙语商务术语。

## 如何使用本书

本书内容按从获得约见到取得合同再到进行回访这样的顺序进行编排。其中，给出了许多有关如何与拉丁美洲人沟通的建议。这些建议来之不易，它们是对沟通实践的艰苦总结。这样，你的拉丁美洲同行就会热情接纳你成为他们商务圈的朋友。在这些拉丁美洲商界朋友看来，最高兴的是发现你待人接物的方式与他们的一样。

鉴于我们的文化与拉丁美洲文化存在巨大差异，你绝对不可以忽视这些差异，除非不想成功。拉丁美洲商业文化虽然很复杂，但一旦把握了其中的原理，那么就易于适应了。美国人工作匆忙，商务中不太注重人际关系。在这方面，拉丁美洲人的生活态度与工作方式截然不同。他们的午后小睡可不是供所有人打个盹的，而是让大家能悠闲地用上两个钟头的工作餐，即他们所称的科米达（Comida）。虽然大家不一定谈论正事，但可借此建立相互之间的联系。

显然，时间在这种场合并非普通的金钱了。

本书要介绍在拉丁美洲经商的各种模式。在拉丁美洲，凡事都能以极度悠闲的方式进行。对于耐心，你会像拉丁美洲人那样变得很重视。一旦意识到了耐心的重要性，你就会发现这里的人对他人很友好，乐于与外国人做生意，而且观念开放、态度积极。

不过，你的耐心可能会受到严峻的考验。例如，我有一位担任高级经理的商业伙伴，我们之间的关系很密切。我们有个约会，但他没有出场，因为他的岳母病了，只好留在家中帮忙。我去赴约，但他一直没有通知我他来不了。为此，我一直闷闷不乐，但后来我想通了，因为我记得在拉丁美洲人的心目中家庭远比生意重要。我们也许都知道，“家庭第一”这种观念理论上对每个人来说都是千真万确的，但要真正这样做往往非常困难。在拉丁美洲，人们总是不慌不忙，会慢慢来或以后再说。如果了解拉丁美洲的这种文化，那么就能预计这方面带来的问题，并在工作计划中提前考虑好应对方案。其实，对于拉丁美洲人的这种“不慌不忙”，你就应该入乡随俗，不妨外出用上一顿精美的科米达。美好生活也重要呀！

本书所列出的信息来自我在拉丁美洲 8 年所积累的生活、工作和教书心得，当然也参阅了大量的相关文献，其中还有不少经历来自我的“亲合圈”（第 1 章所讨论的概念）、其他商务旅游者以及多年来一直作为我的同事、商业伙伴与朋友的拉丁美洲商人。

请牢记，到了拉丁美洲，不要以为自己是到了外国。其实，你仅仅是以外国人的身份、满怀好奇心地来到另一个国家而已。当然，你的行为举止显得与拉丁美洲人不同，他们也会觉得不可思议。这样，你能否成功以及成功的大小就取决于你改变拉丁美洲人看待你那些不同行为举止的程度。

最重要的是，通过学习本书你就可以掌握如何与拉丁美洲商业

伙伴以及他们的朋友建立联系。假以时日，你就可以取得他们的信任与尊重。

为了提高实用性，本书分为上下两篇。上篇主要介绍整个拉丁美洲文化的总体特征。下篇给出了各个国家的具体信息以及与上篇中所介绍特征的差异之处。为此，先阅读上篇以便把握整体文化特征，然后阅读下篇，了解所关注国家的具体信息。请务必记住，上篇内容涉及所有拉丁美洲国家，下篇对此不做重复。

相信你很快就会找到通往拉丁美洲经商成功的便捷之道。

愿你旅途顺利，好运永随！

凯文·迈克尔·迪兰

译者序

前 言

序 言

## 上 篇 文 化

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第 1 章 建立必要联系       | 2  |
| 亲合圈的重要性            | 2  |
| 朋友的朋友              | 3  |
| 领事馆                | 3  |
| 各种商业、慈善、宗教、学术与专业组织 | 4  |
| 同名者                | 5  |
| 进行首次联系             | 7  |
| 面对面沟通              | 8  |
| 非面对面沟通             | 9  |
| 第 2 章 掌握旅行常识       | 14 |
| 护照                 | 14 |



|                        |           |
|------------------------|-----------|
| 签证                     | 15        |
| 顺利通过拉美机场               | 16        |
| 应对行李遗失                 | 17        |
| 如何乘车去酒店                | 18        |
| 选订哪个地区的酒店              | 20        |
| 海拔高度的影响                | 21        |
| 如何与警察打交道               | 22        |
| 在拉丁美洲驾驶                | 24        |
| 医疗保健服务与保险              | 26        |
| <b>第3章    聘用联络助手</b>   | <b>29</b> |
| 懂双语的行政助理               | 29        |
| 聘请行政助理的成本效益分析          | 30        |
| 寻找行政助理                 | 31        |
| 专职司机                   | 32        |
| 翻译                     | 33        |
| 银行                     | 35        |
| 律师                     | 37        |
| <b>第4章    应对拉美“腐败”</b> | <b>39</b> |
| 官僚的联系人或代理人             | 39        |
| 如何处理拉丁美洲的腐败问题          | 40        |
| 小费、好处费与贿赂              | 44        |
| 小费                     | 44        |
| 好处费                    | 46        |
| 贿赂                     | 47        |
| 地下经济                   | 49        |
| <b>第5章    适应文化环境</b>   | <b>51</b> |
| 留下良好的第一印象              | 52        |