

VITRO CORPORATION

Un nombre croissant d'ingénieurs compétents et de travailleurs bien formés permet aux sociétés mexicaines non seulement de maîtriser les techniques de base d'assemblage mais également de maîtriser de façon efficace les technologies de pointe. *Vitro Corporation* est une des plus grandes sociétés d'Amérique latine appartenant à des intérêts privés, avec des ventes annuelles dépassant 2 milliards de dollars. C'est une des nombreuses sociétés mexicaines qui peut faire concurrence à égalité avec les entreprises les plus sophistiquées du monde. *Vitro* produit essentiellement du verre même si cette société de 37 000 employés s'est intégrée de façon verticale et diversifiée dans d'autres activités.

Une de ses filiales, *FAMA*, fabrique les machines à vitrification et les moules; elle en vend de plus en plus à d'autres sociétés. Elle occupe un rôle primordial sur la scène mondiale dans son domaine tout en se construisant une base solide de ressources humaines compétentes et en accroissant sensiblement ses capacités de communications et ses capacités techniques. Aujourd'hui, plus de la moitié des gestionnaires et des cols blancs de *FAMA* ont des diplômes dans le domaine technique et près de 10 pour 100 ont suivi une formation technique de niveau universitaire. Pour appuyer ces compétences et les promouvoir, *FAMA* a instauré des liens de coopération avec le Massachusetts Institute of Technology (MIT), l'Université du Texas et le *Instituto Tecnológico de Monterrey* (l'établissement d'enseignement technique le plus prestigieux du Mexique). De plus, la société a établi des liens permettant le partage de technologie avec Owens-Illinois, Westinghouse et Yamazaki.

Le secteur universitaire constitue un élément important de l'infrastructure du Mexique en sciences et en technologie. La *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*, l'Université autonome nationale du Mexique joue un rôle essentiel dans la recherche scientifique au pays. On y a réalisé en effet environ la moitié de toutes les recherches auxquelles on a procédé au Mexique entre 1988 et 1992. Les autres grands centres de recherche sont le Centre for Research and Advanced Studies of the National Polytechnical Institute, le *Colegio de México*, le Centre for Economic Research and Education, le *Colegio de la Frontera Norte*, le Centre for Research on Food and Development, le *Colegio de Michoacán* et l'Institute of Astrophysics, Optics and Electronics ainsi que l'*Instituto Tecnológico de Monterrey*.

Afin de promouvoir la recherche en sciences et en sciences humaines, de favoriser le développement technologique et de freiner l'émigration scientifique mexicaine vers d'autres pays, le gouvernement a accordé une priorité élevée au Système national pour les chercheurs (SNI). Ce programme offre des stimulants économiques qui sont répartis en fonction du mérite universitaire des scientifiques et de la nature de la recherche. Le nombre de chercheurs de ce programme a augmenté considérablement depuis la fin des années 1980.

LES NIVEAUX DE REVENU

Les Canadiens qui souhaitent vendre leurs produits au Mexique doivent prendre conscience d'un certain nombre de contradictions apparentes du marché mexicain et tenter de les comprendre. D'après certaines études récentes, environ la moitié de tous les Mexicains ne peuvent pas se permettre le minimum nutritionnel recommandé par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). Quand on examine les revenus et leur distribution, le Mexique a encore l'air d'un pays en développement. Par contre, les deux tiers des ménages ont la télévision et la classe moyenne en croissance au Mexique pourrait bien être aussi nombreuse qu'au Canada.

La figure 2.6 montre une répartition des dépenses de la famille moyenne par type de produit. On y constate que les produits alimentaires et connexes absorbent plus de 35 pour 100 du budget moyen d'une famille. Le logement n'accapare qu'une petite part du budget d'après les normes canadiennes.