

UN APERÇU DU SYSTÈME MEXICAIN DE DISTRIBUTION

Le système mexicain de distribution est caractérisé par une combinaison unique de méthodes traditionnelles et modernes. Les méthodes traditionnelles comprennent les petits détaillants qui se rendent à l'aube visiter le Central de Abastos, le marché central, et rapportent leurs achats au magasin. Il y a également des systèmes complexes à plusieurs niveaux de distributeurs et de sous-distributeurs qui reposent sur les contacts personnels et les relations familiales. Certains intermédiaires comme les tailleurs et les mécaniciens automobiles amènent leurs clients dans les magasins de détail pour qu'ils achètent leurs produits et leurs pièces. En règle générale, ces méthodes visent à réduire les inventaires et les autres risques propres à la distribution. Cela contraste avec les méthodes de distribution modernes, qui cherchent à gérer ces risques en acheminant les produits sans à-coup de l'usine à l'étagère du magasin ou au consommateur, en les livrant juste à temps.

Alors que l'économie mexicaine s'est adaptée à des réformes économiques profondes au cours des dix dernières années, on a vu augmenter la demande de distributeurs nationaux intégrés qui peuvent fournir ces types de services. Cela est particulièrement vrai pour les marchandises importées qui sont relativement coûteuses et veulent rejoindre une clientèle précise. Un grand nombre de détaillants et de grossistes implantés aux États-Unis ont créé des coentreprises avec des détaillants mexicains pour mettre en place des systèmes électroniques de pointe pour le contrôle des inventaires au Mexique. On a de plus commencé à assister à une diminution du nombre des intervenants dans la distribution.

Ce processus a encore été accéléré par la dévaluation brutale du peso en décembre 1994. En quelques semaines, le peso a perdu la moitié de sa valeur et laissé un grand nombre de distributeurs et de grossistes de produits importés avec des comptes à payer en dollars et des comptes à recevoir en pesos. Beaucoup d'entre eux ont fait faillite. Cela est revenu, dans la réalité, à éliminer les intervenants les plus faibles qui n'auraient pas survécu de toute façon à la libéralisation des échanges. Les distributeurs les plus sophistiqués ont trouvé des façons de survivre à la crise. Certains ont adopté rapidement des produits intérieurs moins chers pour conserver leur base de clientèle dans l'attente de la reprise des marchés d'importation. D'autres ont conclu des ententes avec les fournisseurs étrangers pour s'étendre sur d'autres marchés américains en utilisant le Mexique comme base. D'autres encore ont reçu l'aide de fournisseurs étrangers sous forme de financement prolongé, de réduction temporaire des prix ou d'aide technique.