

MONTERREY

	GROS			DÉTAIL		
	M	E	\$	M	E	\$
Vêtements et chaussures	10	16	836	31	18	382
Disques, jouets et cadeaux	3	29	519	15	15	627
Meubles	16	33	1 081	33	31	1 255
Véhicules	3	44	2 329	22	57	4 185
Pièces de rechange de véhicules	39	18	870	45	13	412
Papeterie et livres	25	32	1 747	15	13	991
Matériel électrique	12	23	1 136			
Quincaillerie				17	18	798
Pharmacies				36	26	4 373
Magasins à rayons				21	113	3 026
Supermarchés				201	32	1 233

On peut diviser la population en cinq groupes de revenus allant de A à E : revenu élevé A, revenu moyen B-C, faible revenu D-E. La population à revenu élevé représente 7 p. 100 de l'ensemble des habitants de Mexico, la classe moyenne 50 p. 100, et la classe à faible revenu 43 p. 100. Les consommateurs de la classe A effectuent la majeure partie de leurs achats dans les magasins à rayons et les boutiques spécialisées, et fréquentent peu les magasins à succursales et les supermarchés; ceux de la classe B-C ont une préférence pour les supermarchés, les magasins pour employés syndiqués, les magasins à succursales et les magasins à rayons et à succursales de bas de gamme; et ceux de la classe D-E achètent principalement dans les entrepôts d'État et les magasins de rabais et auprès des vendeurs ambulants et à domicile. Quant au membre de la famille qui effectue les achats, les proportions s'établissent comme suit : épouses, 35 p. 100, hommes célibataires, 15 p. 100, époux, 16 p. 100 et époux ou épouses avec leurs enfants, 34 p. 100.

Les grandes chaînes ne représentent que 5 p. 100 de l'ensemble des magasins, mais elles emploient 40 p. 100 de la main-d'oeuvre dans ce secteur, et réalisent 85 p. 100 des ventes totales. À l'heure actuelle, on dénombre environ 700 000 magasins au Mexique, bien qu'ils soient concentrés dans les grandes régions urbaines de Mexico, Guadalajara et Monterrey où s'effectuent 40, 8 et 6 p. 100 des ventes totales, respectivement.

Environ 60 p. 100 des ventes totales de produits de consommation s'effectuent dans les grands magasins à rayons et à succursales et les chaînes de supermarchés, dont la plupart appartiennent à des intérêts privés, sauf en ce qui concerne les grands entrepôts d'État et les magasins pour employés syndiqués établis pour les travailleurs de certaines entreprises.

La taille des magasins varie considérablement. On trouve de petits supermarchés d'une superficie de 100 à 400 mètres carrés offrant entre 1 000 et 1 500 familles de produits, et de grands hypermarchés d'une superficie de plus de 2 500 mètres carrés où l'on trouve jusqu'à 20 000 gammes de produits différents. Environ 70 p. 100 des magasins sont concentrés dans les grandes villes du Mexique comme Mexico, Guadalajara (Jalisco), Monterrey (Nuevo León) et Puebla. Les supermarchés sont établis à l'échelle nationale et régionale.