

de détail stockent très peu de produits importés. Les vendeurs ambulants offrent une grande diversité de petits produits de consommation importés, le plus souvent des articles bon marché et de peu de qualité, surtout aux consommateurs à faible revenu. Ces vendeurs s'approvisionnent auprès d'un réseau fermé d'entrepôts de gros, probablement dirigé par de petits groupes de négociants très puissants sur lesquels il est impossible d'obtenir de l'information. Souvent, les produits entrent illégalement au Mexique, c'est-à-dire sans l'acquiescement des droits de douane.

Le réseau de distribution du secteur privé, par lequel s'effectuent 90 p. 100 des ventes (le reste est réalisé dans les entrepôts d'État ou les magasins pour employés syndiqués), est solidement implanté et fonctionnel, mais très centralisé dans la région de Mexico. Pour distribuer leurs produits sur les marchés nationaux, de nombreuses entreprises ont des entrepôts régionaux et certaines possèdent des installations dans différentes régions du pays. La plupart des magasins à succursales du pays ont établi leur bureau d'achats principal à Mexico, où s'établissent les premiers contacts; leurs bureaux d'achats régionaux se chargent du réapprovisionnement. D'autres exploitent leur propre parc de camions et livrent les produits aux principaux marchés où ils sont ensuite confiés à des grossistes et distributeurs. Certaines entreprises expédient même des produits directement à leurs clients par le réseau de transport normal.

La confédération nationale des chambres de commerce du Mexique (CONCANACO) a récemment publié une étude comparative de l'activité commerciale dans plusieurs villes et régions. On trouvera ci-dessous les résultats les plus probants pour la région de Mexico. Bien que ce soit le plus important marché de produits de consommation du pays, il n'est pas nécessairement représentatif des autres régions. Cette enquête a été menée auprès de divers établissements de toutes tailles (55 p. 100 de grands magasins et 24 et 21 p. 100 de magasins de taille moyenne et petite, respectivement) regroupés dans les secteurs suivants :

20 %	Produits alimentaires	supermarchés, petites boutiques d'alimentation, marchands de fruits et légumes, de crème glacée, boucheries, etc.
57 %	Articles d'usage personnel	magasins de vêtements, de chaussures, de produits pharmaceutiques, de cadeaux, de bijoux, de jouets, de livres, d'articles de papeterie.
8 %	Ameublement	magasins de meubles, d'appareils électroménagers, d'appareils électroniques et électriques, de tapis, de biens de consommation durables.
9 %	Articles de bricolage	magasins d'outils à main, de quincaillerie, de matériaux de construction, de peinture, de bois.
6 %	Voitures, camions	concessionnaires d'automobiles et de camions, magasins de pièces et de pièces de rechange.

Parmi ces établissements, 55 p. 100 sont entrés en exploitation entre 1961 et 1985 (l'enquête a été réalisée en août 1991), 78 p. 100 avaient 10 employés et moins (surtout dans les deux premières catégories) et 53 p. 100 étaient exploités par leur propriétaire.