

La structure interne s'établit en général comme suit :

Président

Directeur général

Directeurs de division (ventes, achats, exploitation et administration)

Directeurs de magasin

Chefs de produits (par secteur)

La majorité des supermarchés mexicains sont organisés de manière semblable à ceux que l'on trouve aux États-Unis et au Canada, c'est-à-dire :

L'entrée est généralement située à l'une des extrémités du magasin, et c'est là que sont aménagées les caisses. Les chariots et paniers sont placés à l'entrée. Les produits alimentaires et les articles utilitaires se trouvent à l'arrière du magasin. Les produits offerts à rabais et en solde, les articles «accrocheurs», les «deux pour un», les produits affichant «x% en prime» ou «gratuit à l'achat de» et autres articles du genre sont placés dans les allées, ou en tête de gondole. Les articles les plus en demande sont aussi placés à ces endroits ou au niveau des yeux, tandis que les produits qui se vendent moins bien sont placés sur les rayons inférieurs. Les marchandises placées dans les endroits stratégiques sont en général les produits qui se vendent le mieux, ou alors des produits offerts en promotion, c'est-à-dire des articles que le fabricant vend au commerçant à des prix inférieurs, ou encore des articles à liquider. Les étagères mesurent en général 1,65 m de hauteur à partir du sol. La plupart des magasins font jouer une musique de fond que l'on interrompt à intervalles réguliers pour faire la réclame d'articles en solde ou en promotion. À la caisse, on trouve une foule de menus articles comme des magazines, des brosses à dents, des rasoirs, des friandises et autres produits du genre.

On y trouve habituellement les rayons suivants :

Appareils électroménagers

Autres articles pour la maison

Matériel photographique

Vêtements pour hommes, femmes et enfants

Jouets et jeux

Articles de sport

Articles de toilette et cosmétiques

Livres et disques

Quincaillerie

Jardinage et loisirs

Boissons et produits alimentaires

Les magasins à rayons sont en général de grands magasins où l'on vend principalement des vêtements pour dames (environ 25 p. 100 des ventes), pour hommes (20 p. 100) et pour enfants et nouveau-nés (15 p. 100); des fournitures pour la maison (15 p. 100) comme des meubles, des tapis, des lampes, des appareils ménagers, des appareils électroniques et des objets d'art; divers articles (15 p. 100) tels que des accessoires, des cosmétiques, des parfums, des articles de toilette, des bijoux, des livres, des disques, des appareils d'optique, des ordinateurs et des articles de voyage; et d'autres produits (10 p. 100) comme des articles de cuisine, des textiles, de la mercerie, des draps et des serviettes, de la vaisselle, et des articles en