

Comunicado de prensa

Jueves, 22 de mayo de 2025

OXXO despliega su campaña publicitaria *Fill in the blank*

- *Con esta propuesta, OXXO busca capitalizar el reconocimiento que ha consolidado con los consumidores mexicanos por más de 45 años.*

Monterrey, Nuevo León, 22 de mayo del 2025 – OXXO ha presentado su nueva campaña publicitaria *Fill in the blank*, una iniciativa que, a través de anuncios panorámicos en diversas ciudades del país, busca capitalizar el poder de asociación que ha consolidado con millones de personas a lo largo del tiempo.

La propuesta prescinde de elementos convencionales como el logotipo o el nombre de la compañía, en su lugar, presenta frases inacabadas que forman parte de la conversación cotidiana de los mexicanos, como "Voy al _____, ¿quieren algo?", "Me traes algo del _____", "Te veo en el _____" y "Ya ponle un _____", acompañadas únicamente de los colores de OXXO: rojo y amarillo. La campaña muestra cómo la marca, más allá de su amplia presencia física, se ha integrado de manera orgánica en la vida de las personas.

Los anuncios panorámicos están en ciudades como Monterrey, Ciudad de México, Guadalajara, Tijuana y pronto en más ciudades y otros formatos. Con ello, OXXO responde a uno de los grandes desafíos de la comunicación actual: capturar la atención en contextos de alto tránsito y saturación visual, a través una propuesta creativa que fortalece su presencia de marca sin recurrir a elementos tradicionales de identificación.

"Nos enfrentamos a una realidad donde los estímulos visuales compiten por segundos de atención. Esta campaña es un ejercicio para demostrar que no siempre es necesario estar visibles para estar presentes. Confiamos en que, el vínculo que hemos construido con las personas durante más de 45 años permitirá que completen esas frases sin que nosotros tengamos que expresarlas. Nos emociona mucho ese vínculo y estamos muy agradecidos con los mexicanos por permitirnos tenerlo con ellos. Por lo cual, seguiremos con acciones de este tipo que conecten de manera significativa con nuestra gente, esperenlas pronto.", comentó **Jorge Esquer, gerente de Mercadotecnia de OXXO México.**

Como marca 100% mexicana, OXXO está profundamente conectada con la vida de México. Cada tienda forma parte del día a día de los millones de consumidores que la visitan, acompañándolos en sus actividades cotidianas y siendo un espacio cercano y conveniente.

Acerca de FEMSA Proximidad y Salud

La División Proximidad y Salud de FEMSA genera valor económico y social en los países donde tiene presencia. Opera diversas cadenas de comercio al detalle de formato pequeño en América Latina y



Comunicado de prensa

Jueves, 22 de mayo de 2025

Europa, entre las cuales se encuentran las tiendas OXXO y Bara. Además, gestiona estaciones de servicio bajo la marca OXXO GAS en México y Valora, nuestra unidad de retail europea que opera tiendas de conveniencia y servicios de alimentos.

FEMSA Salud administra cadenas de farmacias en Latinoamérica, incluyendo YZA, Farmacon y Moderna en México; Cruz Verde en Colombia y Chile; Fybeca y SanaSana en Ecuador; y Maicao en Chile, además de un laboratorio productor y mayorista de medicamentos. Actualmente, cuenta con más de 4,400 unidades en los países donde opera.

A través de sus unidades de negocio, la División Proximidad y Salud de FEMSA atiende a más de 13 millones de consumidores diariamente y emplea a más de 160 mil colaboradores, promoviendo la inclusión, la diversidad y prácticas de sostenibilidad en sus equipos para operar en armonía con el planeta, la comunidad y la cadena de valor.

Acerca de FEMSA

FEMSA es una empresa que genera valor económico y social por medio de empresas e instituciones y busca ser el mejor empleador y vecino de las comunidades en donde tiene presencia. Participa en la industria del comercio al detalle a través de la División Proximidad Américas, de la que forma parte OXXO, una cadena de tiendas de formato pequeño, y otros formatos minoristas relacionados, y Proximidad Europa, que incluye a Valora, nuestra unidad de retail europea que opera tiendas de conveniencia y foodvenience. En el comercio al detalle, FEMSA también participa a través de la División Salud que incluye farmacias y actividades relacionadas; y en Spin, que incluye Spin by OXXO y Spin Premia, entre otras iniciativas de servicios financieros digitales. En la industria de bebidas participa operando Coca-Cola FEMSA, el embotellador de productos Coca-Cola más grande del mundo por volumen de ventas. FEMSA también participa en la industria de logística y distribución a través de FEMSA Negocios Estratégicos, que adicionalmente proporciona soluciones de refrigeración en el punto de venta y soluciones en plásticos a sus empresas y a clientes externos. A través de sus Unidades de Negocio emplea a más de 380 mil colaboradores en 18 países. FEMSA es miembro del Índice de Sostenibilidad MILA Pacific Alliance de Dow Jones, del FTSE4Good Emerging Index y del índice S&P/BMV Total México ESG, entre otros índices que evalúan su desempeño en sostenibilidad.

Para más información:
Érika de la Peña
T. +52 81 1077 6318
relacionconmedios@femsa.com.mx

Vanessa Alemán
T. +52 55 4354 9834

Óscar Martínez
T. +52 81 8318 1863

