

## OXXO-Retina Media y Place Exchange transforman la publicidad en tiendas

• *Ahora, los anunciantes podrán activar campañas en tiempo real y de manera unificada en las tiendas OXXO de México.*

**Monterrey, Nuevo León 10 de septiembre de 2025.** Retina Media, la plataforma de retail media de OXXO, y Place Exchange, la plataforma independiente para publicidad programática Digital Out-of-Home (DOOH)<sup>1</sup>, anunciaron una colaboración que, por primera vez, permitirá el acceso automatizado a la red de más de 8,000 pantallas digitales de OXXO en México.

Ubicadas estratégicamente en zonas de alto tráfico, estas pantallas ofrecerán a los anunciantes la posibilidad de interactuar con los consumidores mientras realizan sus compras, al mismo tiempo que se integran fácilmente en estrategias digitales y omnicanal, alcanzando a las personas de manera más directa y efectiva en tiendas físicas, en línea, en dispositivos móviles y a través de otros canales programáticos, fortaleciendo así el mercado de retail media en el país.

En un momento decisivo para la industria, un informe de [Grand View Research](#) revela que el retail media en México generó 1,995 millones de dólares en 2024 y se proyecta que alcance 3,204 millones de dólares para 2030, un crecimiento impulsado principalmente por las compras en tienda, que representan el 88 % de todas las transacciones minoristas en el país, según el [CCIA Research Center](#).

Place Exchange aporta una amplia experiencia en campañas programáticas y de retail media que, combinada con la infraestructura y alcance de OXXO, permite a los anunciantes:

- **Campañas dirigidas:** Entregar mensajes a audiencias específicas según demografía, ubicación y hábitos de compra.
- **Optimizar inversiones:** Medir resultados en tiempo real y ajustar estrategias para obtener un mejor retorno.
- **Explorar nuevos formatos:** Utilizar anuncios creativos dinámicos que aumenten la relevancia del mensaje o integraciones con códigos QR para captar la atención en el punto de venta.

*“Esta colaboración representa un paso importante en la forma en que las marcas interactúan con los consumidores en las tiendas”,* mencionó **Juan Restrepo, Director de OXXO-Retina Media.** *“Al aprovechar*

---

<sup>1</sup> La publicidad programática Digital Out-of-Home (DOOH) es la automatización de la compra y venta de espacios publicitarios en pantallas digitales ubicadas en áreas públicas, como vallas publicitarias, paradas de autobús, tiendas minoristas, centros comerciales y otros lugares similares.

## Boletín de prensa

Miércoles 10 de septiembre de 2025

*la presencia de nuestras tiendas, ofrecemos soluciones publicitarias que generan un valor real para nuestros socios comerciales”.*

*“Esta colaboración posiciona a OXXO como el mayor propietario de medios programáticos en México, y estamos entusiasmados de ofrecer este inventario tan demandado a nuestra audiencia global”, dijo **Thomas Roberts, Director Comercial para América Latina en Place Exchange.** “Los anunciantes podrán alcanzar objetivos de campaña que van desde el reconocimiento y la consideración hasta el rendimiento, gracias al alcance y la popularidad de las tiendas OXXO”.*

A medida que OXXO-Retina Media ingresa a esta industria y al ecosistema programático a través de su colaboración con Place Exchange, los actores de la publicidad digital destacaron la importancia de este paso:

*“Estamos entusiasmados de tener acceso al inventario de OXXO a través de Display & Video 360, nuestra plataforma de compra programática, ya que se trata de una marca icónica con un alcance amplio en todos los segmentos demográficos y mercados de México”, dijo **Matias Medina Rivero, Responsable de Medios Programáticos para la región de América Latina de habla hispana en Google.** “La entrada de OXXO al ecosistema programático significa que las marcas ahora pueden integrar fácilmente su inventario en sus estrategias omnicanal, interactuando con los consumidores en todos los canales digitales de manera unificada”.*

Con esta iniciativa, Retina Media y Place Exchange transforman la red de pantallas de OXXO en una plataforma única basada en datos, que conecta a las marcas con los consumidores durante su experiencia de compra y complementa las estrategias en todos los canales digitales, siempre respetando la privacidad de los clientes.

### *Acerca de FEMSA Proximidad y Salud.*

---

*La División Proximidad y Salud de FEMSA genera valor económico y social en los países donde está presente. Opera cadenas de pequeño formato en América Latina y Europa, entre ellas OXXO y Bara, además de estaciones de servicio bajo la marca OXXO GAS en México y, en Europa, tiendas de conveniencia y servicios de alimentos a través de Valora.*

*FEMSA Salud opera destacadas cadenas de farmacias en Latinoamérica, entre ellas 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. En total, cuenta con más de 4,000 unidades en los países donde tiene presencia.*

*A través de sus diferentes unidades de negocio, la División Proximidad y Salud de FEMSA atiende diariamente a más de 13 millones de consumidores y genera empleo para más de 230 mil colaboradores en 13 países. Su compromiso con la inclusión, la diversidad y la sostenibilidad impulsa prácticas que buscan operar en equilibrio con el planeta, las comunidades y toda su cadena de valor.*



## Boletín de prensa

Miércoles 10 de septiembre de 2025

### 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. A través de sus Unidades de Negocio emplea a más de 392 mil colaboradores en 18 países. FEMSA es miembro del Índice Dow Jones Best-in-Class World Index y del Dow Jones Best-in-Class MILA Pacific Alliance Index, ambos de S&P Global; Índice FTSE4Good Emerging; Índice MSCI EM Latin America ESG Leaders; S&P/BMV Total México ESG, entre otros índices.*

Para más información:  
Érika de la Peña  
T. +52 81 1077 6318

Vanessa Alemán  
T. +52 55 4354 9834

Óscar Martínez  
T. +52 81 8318 1863



[relacionconmedios@femsa.com.mx](mailto:relacionconmedios@femsa.com.mx)