FEMSA

Comunicado de prensa

Martes, 03 de noviembre de 2026

OXXO | Retina Media evoluciona a OXXO Media

- *La plataforma de retail media de OXXO adopta una nueva identidad que fortalece su vínculo con las marcas, agencias y millones de consumidores en México.*
- *Con casi 25,000 tiendas, más de 13 millones de clientes diarios y más de 29 millones de usuarios de Spin Premia, OXXO Media permite a las marcas estar cerca de los consumidores, en el momento en que suceden decisiones reales de compra.*
- *La evolución integra capacidades tecnológicas con el sentido humano que forma parte de la experiencia OXXO.*

Ciudad de México, México, 3 de noviembre de 2026. — OXXO anunció la evolución de Retina Media, su plataforma de retail media, a OXXO Media, un nombre que capitaliza su reconocimiento entre marcas y agencias de la industria de productos de consumo y medios. Con casi 25,000 tiendas en México, alrededor de 13 millones de clientes diarios y más de 29 millones de usuarios de Spin Premia, la plataforma combina sus capacidades tecnológicas con el sentido humano que hacen posible la operación de OXXO para conectar a las marcas con los consumidores, especialmente en el momento de compra.

Las tiendas OXXO tienen un papel relevante en las decisiones de consumo. De acuerdo con eMarketer, cerca del 89% de las compras de bienes de consumo masivo en la región se realizan en establecimientos físicos, mientras que Trinity McQueen y Co-op Media Network reportan que el 68% de las personas llega a una tienda de conveniencia sin una lista de compras definida. Este contexto abre oportunidades para que las marcas conecten con los consumidores en distintos momentos de su recorrido de compra mediante OXXO Media, una propuesta que integra tecnología, datos, segmentación y medición a través de cuatro pilares:

- In-Store: publicidad integrada en la infraestructura física de las tiendas OXXO, y una red de pantallas digitales que llegará a casi 7,000 establecimientos al cierre de 2026.
- Direct-to-Consumer (D2C): canales de comunicación directa, como correo electrónico, RCS, Push Notifications, SMS y WhatsApp.
- On-site: espacios publicitarios en plataformas propias, como el sitio web de OXXO y la app de Spin Premia.
- Off-site: campañas en plataformas externas, como Meta, Google y aplicaciones de delivery, potenciadas por la first-party data de OXXO.

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

Vanessa Alemán
T. +52 55 4354 9834

Oscar Martínez
T. +52 81 8318 1863

FEMSA

Comunicado de prensa

Martes, 03 de noviembre de 2026

"Detrás de cada tienda OXXO hay personas que, con su trabajo diario, hacen posible la experiencia de millones de consumidores. Ese componente humano es parte de lo que somos como compañía y también de lo que da sentido a la evolución de Retina Media a OXXO Media: una nueva etapa que refleja la identidad de OXXO y la relación cotidiana que construimos con las personas, además del profundo conocimiento que tenemos del consumidor mexicano" comentó Juan Restrepo, Director de OXXO Media.

Con esta evolución, OXXO amplía el alcance de su ecosistema de negocio y consolida a su plataforma de retail media como una vía estratégica para desarrollar nuevas oportunidades comerciales.

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.

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

Vanessa Alemán
T. +52 55 4354 9834

Oscar Martínez
T. +52 81 8318 1863