

# Savi Spain:

## Impacto medible en toda la cadena de valor



Alfredo Pérez, director general de Savi Spain

**Savi Spain cierra 2025 con un crecimiento del 23% y anuncia el lanzamiento de su plataforma SaaS en España**

Savi Spain, especializada en marketing promocional y soluciones digitales para la activación de ventas en gran consumo y distribución, finaliza 2025 con un incremento de ingresos del 23% frente al ejercicio anterior.

Con este cierre, la compañía refuerza su posicionamiento como partner tecnológico para marcas y retailers, con un enfoque centrado en resultados y medición.

En los últimos doce meses, la empresa ha orquestado más de 500 campañas promocionales para más de 130 marcas de los ámbitos FMCG y farmacia, en un contexto de inflación sostenida y mayor sensibilidad al precio por parte del consumidor.

La tecnología de Savi ha impulsado la generación de más de 11 millones de incentivos y cupones, que han supuesto más de 23

millones de euros de ahorro directo para los hogares. El descuento medio, además, se situó por encima de los 2 euros por incentivo. La lectura de estos datos apunta al papel que sigue jugando la promoción como palanca decisiva tanto para fabricantes como para distribuidores, especialmente en un punto de venta físico donde continúan concentrándose buena parte de las decisiones de compra. Para el consumidor, además, la promoción funciona como mecanismo inmediato de alivio ante la presión de precios; para las marcas, como herramienta para activar rotación y visibilidad en el lineal.

### DE LA PROMOCIÓN PUNTUAL AL VÍNCULO CONTINUADO CON EL CONSUMIDOR

Más allá de las mecánicas asociadas estrictamente al momento de compra, Savi Spain ha dado pasos en 2025 hacia un modelo que prolonga la relación con el usuario después del momento de compra. En esta evolución, la compañía ha consolidado las mecánicas conversacionales —un terreno en el que fue pionera— apoyándose en WhatsApp como canal principal por su facilidad de uso, gran alcance y elevada adopción.

El objetivo para 2026 es evolucionar el modelo promocional con herramientas más ágiles, medibles y conectadas con el comportamiento real del consumidor

Más de 11 millones de incentivos generaron 23 millones de euros de ahorro directo para los hogares

A través de códigos QR, las marcas pueden iniciar conversaciones directas con el consumidor que habilitan distintos recorridos: desde la validación de tickets y el canje de premios hasta la entrega de cupones personalizados o la creación de programas de fidelización basados en acumulación de puntos. El objetivo es convertir una acción promocional aislada en un vínculo continuado y, sobre

todo, más valioso en términos de conocimiento y recurrencia.

Con la mirada puesta en 2026, Savi centrará parte de su estrategia en soluciones orientadas al cliente que aspiran a convertirse en uno de los ejes de crecimiento de la compañía. A esta apuesta se suma una tecnología diferencial en el mercado, capaz de conectar marcas y retailers manteniendo el foco en el consumidor como núcleo de la experiencia promocional. La ambición: acelerar la transformación de las mecánicas tradicionales hacia modelos más trazables, personalizables y medibles.

### TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN DEL RETAIL, PRIORIDADES PARA 2026

Para 2026, Savi Spain prevé mantener un ritmo de crecimiento cercano al 20%, apoyado en dos grandes motores: la tecnología y la digitalización del retail. En paralelo, la compañía estima que su línea digital aumentará más del 100%, con la expectativa de gestionar más de 15 millones de nuevos incentivos para consumidores. En esta hoja de ruta, Savi continuará impulsando soluciones digitales que permitan a marcas y distribuidores conectar

### SOBRE SAVI SPAIN

Savi es la compañía líder en tecnología aplicada al retail que conecta a marcas y distribuidores con los consumidores a través de soluciones de marketing promocional y fidelización. Su plataforma digital ofrece herramientas de incentivos, cupones y programas de loyalty que ayudan a los consumidores a optimizar sus compras y a las marcas a impulsar sus ventas de manera medible.

con el consumidor situándolo en el centro de todas las acciones promocionales. Actualmente, la compañía colabora con más de 50.000 tiendas y más de 15.000 farmacias, contribuyendo a desplegar procesos más eficientes, trazables y alineados con los nuevos hábitos de compra.

Uno de los hitos destacados del próximo ejercicio será el lanzamiento en España de su plataforma de marketing promocional a finales de 2026. El despliegue llegará tras su estreno en Alemania durante el primer trimestre del año.

La plataforma permitirá gestionar campañas promocionales de forma integral en un entorno 100% digital, incorporando analítica avanzada y herramientas de optimización en tiempo real para mejorar el rendimiento de las acciones.

“En 2025 hemos demostrado que la tecnología puede generar un impacto real y medible para consumidores, marcas y distribuidores”, afirma Alfredo Pérez, director general de Savi Spain. “Nuestro objetivo para 2026 es seguir evolucionando el modelo promocional, facilitando a las marcas y retailers herramientas más ágiles, medibles y conectadas con el comportamiento real del consumidor, y avanzar de forma decidida en la digitalización de todos los procesos en España”.