Apartado 4.1

Responsabilidad con las personas

BENEFICIOS PARA LA CLIENTELA
PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestros clientes y clientas. Para ello, desarrollamos una actividad, basada en los pilares y valores del Grupo, que se refuerza con una intensa actividad comercial, orientada a ofrecer los mayores beneficios económicos, ventajas comerciales y ahorros para nuestros clientes y clientas.

Ponemos así a disposición de nuestra clientela un abanico de medidas de ahorro, al que pueden acceder a través de los programas de fidelización de sus dos enseñas, Super Amara y BM Supermercados. Se trata de programas, con más de veinte años de funcionamiento, que ponen el foco en cada cliente/a, con numerosas ventajas y con un impacto en la comunidad, que, año tras año, y de la mano de nuestro plan de expansión, va creciendo.

En la actualidad, contamos con más de 800.000 clientes/as adheridos/as a los supermercados del Grupo y con un 84% de penetración de ventas -una de las más altas del sector del gran consumo-, que refuerza la confianza depositada por la clientela. Uvesco, de esta forma, cumple el objetivo de poner al alcance de los consumidores y consumidoras un surtido de gran calidad y de productos frescos muy amplio. Además, para facilitar su acceso, revierte en sus clientes/as diferentes beneficios económicos, descuentos y un ahorro en sus compras.

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

CLIENTES/AS ADHERIDOS/AS **860.000**
Venta cliente/a fidelizado/a **84%**

CUENTA BM
797.620 clientes/as

TARJETA SUPER AMARA
63.193 clientes/as

Más ventajas y ahorros ligados al programa de cliente/a

En los últimos años, esta actividad promocional se ha incrementado. Primero, por efecto de la crisis sanitaria; y, a partir de 2021, por la crisis de suministros y materias primas, que nos ha llevado a incrementar un 20% las acciones de ahorro para nuestra clientela, con el fin de facilitar el acceso a la alimentación de calidad.

TOTAL BENEFICIO ECONÓMICO A FAMILIAS (descuentos, vales y bonos)
23.000.000€

Ahorros y ventajas específicas y dirigidas

En los últimos años, este programa está ampliando sus ventajas, con una especialización de las ofertas -para dirigirlas, de forma segmentada y adecuadas a las necesidades de cada consumidor y consumidora- y un mayor número de descuentos, especialmente centrados en las secciones de frescos, donde se refuerzan las ofertas de forma periódica con descuentos directos en las compras. Al mismo tiempo, se facilita el acceso a los descuentos, a través de la aplicación móvil de la cuenta de cliente/a. Las ventajas que ofrece refuerzan, aún más, el modelo de supermercado y permite que los clientes y clientas tengan un alto grado de fidelización en sus compras.

1 Carta de nuestro presidente

2 Resumen del año 2022

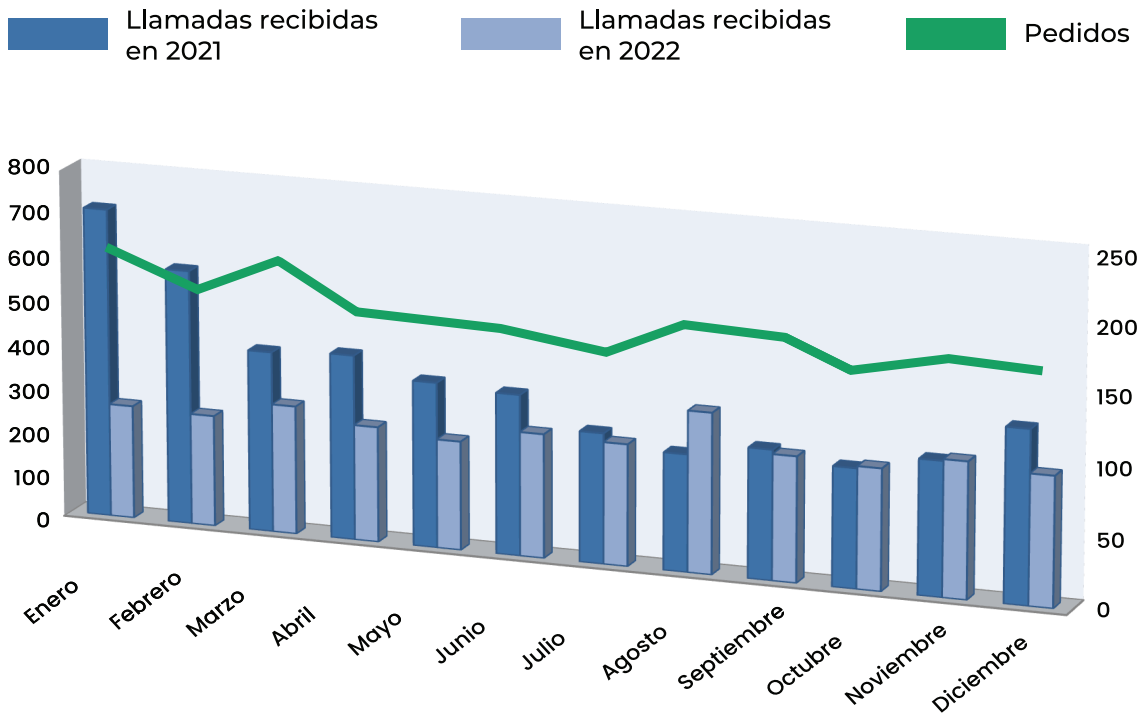
3 Modelo Uvesco

4 Impacto generado

SERVICIO TELEFÓNICO PARA MAYORES
PARA FAVORECER Y FACILITAR EL ACCESO A LA COMPRA DE LAS PERSONAS MAYORES

Para favorecer y facilitar el acceso a la compra de las personas mayores, contamos con un servicio telefónico de compra, que, a través del teléfono de atención al cliente, ofrece ayuda a estas personas con dificultades para desplazarse al supermercado o acceder a la compra *online*. Este servicio fue esencial durante el confinamiento de 2020.

Cuenta con una media de 400 pedidos al mes y con un alto nivel de fidelización, siendo personas de más de 65 años las que utilizan este teléfono de forma habitual, para hacer sus compras. En cuanto al tipo de compra, tiene un gran peso el producto fresco, que, al igual que en el caso del pedido *online,* se prepara al gusto de cada cliente y clienta.



900 555 300

1
Carta de nuestro presidente

2
Resumen del año 2022

3
Modelo Uvesco

4
Impacto generado

CONSOLIDACIÓN DEL *E-COMMERCE* PILAR DE NUESTRA ESTRATEGIA DE DIGITALIZACIÓN

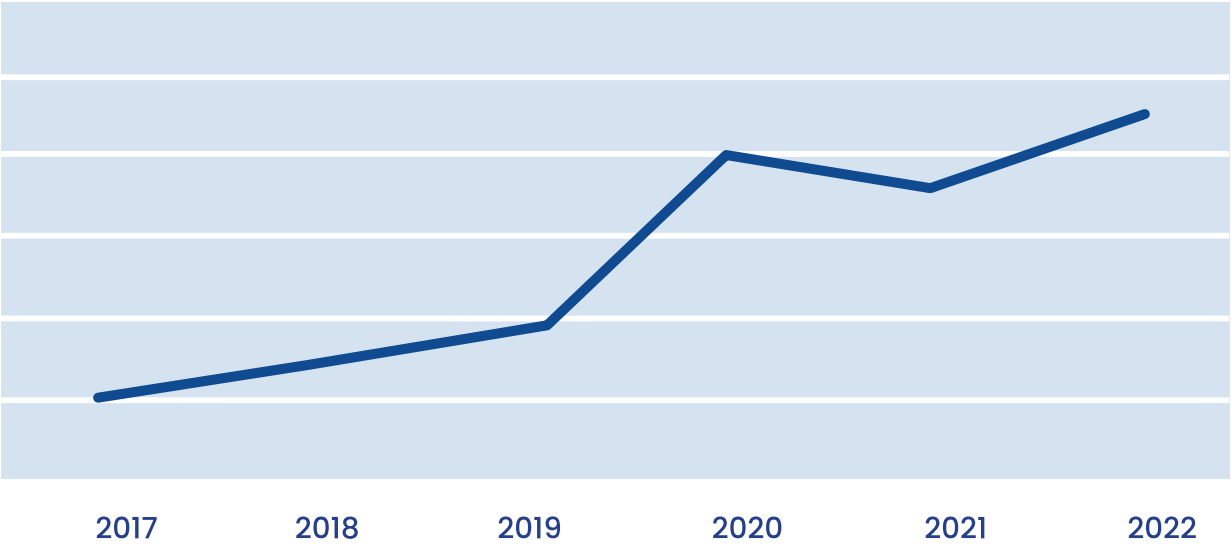
El compromiso por el desarrollo del *e-commerce* -pilar de nuestra estrategia de digitalización, y el desarrollo experimentado, especialmente a partir el año 2020- nos permite contar con un servicio consolidado, que cumple con los mismos estándares de calidad que la tienda física y pone el foco en el producto fresco. En nuestra estrategia de desarrollo y crecimiento económico, es fundamental. De esta forma, se encuentra dentro de nuestro plan estratégico de responsabilidad, como un eje más generador de valor y crecimiento en el entorno.

Con un 30% de producto fresco en los pedidos, la herramienta digital fortalece el modelo de supermercado de Uvesco.

Además, el desarrollo del *e-commerce* da respuesta a la demanda de una persona consumidora, cada vez más digital y que tiende a realizar compras *online*; favorece el desarrollo económico, a través de la potenciación de la tecnología, y, en tercer término, reduce los desplazamientos a tienda -lo que disminuye los impactos en el medio ambiente derivados del uso del vehículo particular-.

Se trata de una pieza fundamental del ecosistema digital del Grupo, donde actualmente el/la cliente/a ya puede desenvolverse y navegar de forma sencilla, a través de los entornos digitales que tiene a su disposición y que están relacionados: la tienda *online*, la aplicación móvil y la página web.

Evolución de los pedidos *online* 2017-2022



PEDIDOS *ONLINE*	CLIENTES/AS
^16%	^11%

En el último año, las ventas *online* se han incrementado un 16% y hemos ampliado la zona de alcance, además de mejorar la omnicanalidad entre tienda *on y off*, de manera que la clientela puede aplicar los ahorros, que recibe en su aplicación móvil, en los dos canales de tienda de forma indistinta -generando, de esta forma, trazabilidad-.

Por otra parte, también se han introducido nuevas herramientas de digitalización y trazabilidad, consiguiendo un beneficio para las personas empleadas -a la hora de preparar los pedidos, en el reparto, optimizando los repartos y reduciendo desplazamientos- y para el/la cliente/a, ya que le permite ver en tiempo real el estado del pedido y hora de entrega.

online.bmsupermercados.es

online.superamara.com

1 Carta de nuestro presidente
2 Resumen del año 2022
3 Modelo Uvesco
4 Impacto generado