



## La mitad de las tiendas de proximidad de Dia a nivel global ya operan con su nuevo concepto

### [Fotos](#)



- / Grupo Dia está renovando hasta 42 tiendas a la semana, lo que supone hasta 6 tiendas diarias, y ya cuenta con 1.300 tiendas transformadas al nuevo concepto de tienda en España, más de 365 en Argentina y más de 100 en Portugal.
- / El nuevo modelo de tienda, más amplio y luminoso, apuesta por la calidad de sus productos frescos y de su nueva marca propia, así como por la rapidez en la experiencia de compra.
- / Las tiendas que operan bajo este nuevo modelo han mejorado sus ventas en más de un 10% en España en términos comparables, y un 20% en Argentina durante el primer semestre de 2022.

**17 de agosto de 2022, Las Rozas de Madrid.** El Grupo Dia avanza en la consolidación de su nuevo modelo de negocio en España, Argentina, Portugal y Brasil. El despliegue de su nuevo modelo de tienda ha logrado marcar un antes y un después en la estrategia de la cadena de tiendas de proximidad, afianzando una **nueva forma de entender la compra**: más rápida, más fácil, más accesible y económica, sin comprar de más y sin salir del barrio. Con esta propuesta de valor, Dia ofrece a sus clientes la posibilidad de hacer la compra completa en un supermercado gracias a una experiencia mejorada, con un surtido completo y con clara apuesta por los frescos, además de una marca propia moderna y renovada. Actualmente, este nuevo modelo está presente en 1.787 tiendas: en España (1.309), Argentina (366) y Portugal (112), en total el 46% de la red de proximidad de la compañía.



A día de hoy, **se están remodelando hasta 42 tiendas a la semana (hasta 30 en España y 12 en Argentina), lo que suponen hasta 6 tiendas al día**, con el objetivo de alcanzar las 1.600 tiendas traspasadas al nuevo concepto en España y las 420 en Argentina a finales de este año. En 2023, el proceso de transformación continuará y permitirá a la compañía contar con un total de 2.200 tiendas del nuevo modelo en España y el 100% de la red de tiendas en Argentina.

### **Simplicidad, calidad y optimización de tiempos: claves del nuevo modelo**

El nuevo modelo de tienda apuesta por la calidad, la frescura y una experiencia de compra rápida y sencilla. El cambio en el espacio de las nuevas tiendas Dia se percibe desde la fachada y nada más entrar al local: con un **diseño simplificado, más amplio y luminoso, la tienda Dia da la bienvenida a sus clientes**. Entre las grandes novedades de este modelo destaca especialmente la mayor **presencia y visibilidad de los productos frescos**, con la fruta y la verdura como grandes protagonistas. El agradable olor a pan recién hecho es otra de las características de este nuevo modelo, que cuenta con una renovada **zona de panadería**, más visible, con mayor disponibilidad y con productos recién horneados gracias a una tecnología que permite controlar los tiempos y conseguir que todo esté en su punto y en el momento adecuado para su compra. Sin duda, la tecnología ha sido clave en esta transformación, ayudando a implementar **un nuevo modelo operativo** que permite la estandarización de tareas, así como un **nuevo sistema de pedidos** más rápido y eficiente. Además, cumpliendo con el firme propósito de seguir cada Dia más cerca de sus clientes, se ha implementado una **encuesta de satisfacción de clientes semanal** que ayuda a las tiendas a conocer mejor las necesidades y poner en marcha las mejoras necesarias.

### **1.300 tiendas en España con el nuevo concepto apostando por la eficiencia energética**

En el caso de España, la apuesta por los frescos ha sido notable. Las zonas destinadas a **la fruta y la verdura, así como la panadería, han incrementado notablemente su espacio en tienda, así como la carnicería y los congelados**. Además, estos espacios cuentan con una nueva disposición que proporciona una mayor visibilidad y favorece la frescura de los productos, gracias a una mejor rotación y reposición. En la panadería se ha mejorado la disponibilidad y presentación, ofreciendo productos recién horneados en distintos momentos del día. Por último, la zona de carne y pollo se ha optimizado con arcones horizontales, facilitando su accesibilidad tanto para los clientes como para los trabajadores.

*“Con nuestro nuevo modelo de tienda queremos ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra fácil, rápida y accesible. Hemos estudiado la mejor manera de diseñar la tienda para que encuentren de manera sencilla todo lo que buscan. Además, nuestro amplio surtido garantiza que se pueda hacer una compra completa y que satisfaga todas las necesidades, atendiendo siempre a las particularidades de cada barrio”, afirma Lucía Maricalva, directora de Real Estate y Procurement de Dia España. “Desde nuestra panadería hasta los mostradores de carne, pescado y frutas y verduras, hemos ampliado y mejorado la calidad de nuestro surtido con el objetivo de garantizar un acceso rápido a productos frescos de gran calidad”.*

A este impulso en el nuevo modelo de tienda también se suman **la implantación de la domótica en las tiendas, que permite automatizar procesos que antes eran manuales**: el apagado y encendido del sistema de iluminación tanto exterior como interior, la climatización, el encendido de los hornos, el estado de instalación frigorífica, etc. Esta integración de sistemas domóticos permite controlar el consumo de electricidad, lo que repercute directamente en una mejora de la eficiencia energética de cada tienda, ya que en España se ha logrado **reducir entre un 7 y un 10% el consumo eléctrico en estos establecimientos**. Estas innovaciones también mejoran procesos y facilitan controlar en tiempo real el estado de cada tienda, ajustar los horarios de la luz en función de la luz solar, detectar y prevenir averías en los sistemas frigoríficos que impidan el desperdicio alimentario, etc.

Este **compromiso de Dia con la eficiencia se traduce en que a finales de 2022 ya sean 1.000 tiendas de España** las que cuenten con estos sistemas de domótica, lo que supone aproximadamente el 30% de todos los establecimientos de la compañía en nuestro país.



## Aumento de las ventas y del valor de la marca

Este proceso de transformación de tiendas a un nuevo concepto ha sido una de las palancas clave en la recuperación del negocio con el objetivo de estar cada día más cerca de nuestros clientes. El éxito de esta apuesta se refleja en el rendimiento de estas tiendas: en el primer semestre de 2022, **las tiendas remodeladas lograron un incremento de más del 10% en términos de ventas comparables**, por encima del 5,1% que registró el sector en España, **y de un 20% en Argentina**. Y más allá de las ventas, el nuevo modelo de tienda ha servido para impulsar el valor de la marca en España en un 32% respecto a 2020, según los datos de Kantar Brands.

### Cada día más cerca

Grupo Día (Distribuidora Internacional de Alimentación) es la red líder en tiendas de proximidad, con cerca de 6.000 establecimientos propios y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Fundada en 1979, Grupo Día es una empresa española con sede en Madrid que cotiza en las bolsas de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. De sus casi 6.000 tiendas de proximidad, 2.700 están operadas bajo el modelo de franquicia. La compañía cuenta con alrededor de 2.700 tiendas Día y 1.000 tiendas Clarel en España; 500 tiendas Minipreço en Portugal; 700 tiendas Día en Brasil y 900 en Argentina.

Sus más de 38.500 empleados directos y 18.000 colaboradores en franquicias se mueven por un mismo propósito: estar "Cada día más cerca" de las personas y ser parte de sus hogares, ofreciendo un servicio esencial a la comunidad que facilite su bienestar. Con la ambición de liderar la tienda de barrio en cada país y enseñas con las que opera (Día o Clarel, entre otras), Grupo Día ofrece a sus más de 20 millones de clientes en el mundo una experiencia más rápida, sencilla, cercana, de alta calidad y al alcance de todos.

Grupo Día destina 4.800 millones de euros a sus más de 3.200 proveedores en los países en los que opera, realizando el 95% de sus compras de manera local con el fin de proponer una alimentación al alcance de todos y tratando de generar un impacto positivo en las comunidades donde está presente.

<https://diacorporate.com/>

#cadadiamascerca

LinkedIn: [Día España](#)

Twitter: [Día España](#)

### Para más información:

**Raquel González**

[raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com](mailto:raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com)

655712890

**Sonia Navarro**

[sonia.navarro@ogilvy.com](mailto:sonia.navarro@ogilvy.com)

659815964