

## Grupo Dia logra cuatro trimestres consecutivos con crecimiento en ventas comparables



**/ “El impulso con el que hemos empezado 2023 y haber enlazado cuatro trimestres de incremento en ventas comparables subrayan el éxito de nuestra estrategia centrada en la distribución alimentaria de proximidad”, afirma Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia.**

**/ Las ventas brutas bajo enseña en España avanzaron un 10,2%, hasta los 1.325 millones de euros, con un crecimiento en ventas comparables del 12,4% y de un 13% si se excluyen las tiendas vendidas a Alcampo y la operación de Clarel, permitiendo a Dia ganar cuota de mercado en el país.**

**27 de abril de 2023, Las Rozas de Madrid.** Grupo Dia ha cerrado el primer trimestre de 2023 con ventas netas de 1.781 millones de euros, un 10% más que en el mismo período de 2022, impulsadas por un crecimiento del 7% en las ventas comparables (like-for-like). Esta cifra permite a la compañía enlazar un cuarto trimestre consecutivo con avance positivo en ventas comparables, refrendando la fortaleza de una estrategia centrada en la distribución alimentaria de proximidad y la buena acogida de la propuesta de valor de Dia.

*“En los primeros meses del año, todavía con un entorno macroeconómico complejo y la presión de los costes y la elevada inflación, hemos incrementado las ventas netas a nivel Grupo, con un desempeño especialmente bueno en ventas comparables en España y Portugal. Este*

*impulso nos ha permitido enlazar un avance positivo en ventas netas y comparables por cuarto trimestre consecutivo, poniendo en valor el trabajo realizado para construir este nuevo Dia”, afirma **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia**. “Agradezco a nuestro gran equipo y a nuestra red de franquiciados su esfuerzo diario para hacer real nuestro propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos”.*

Entre enero y marzo, las ventas brutas bajo enseña en España avanzaron un 10,2%, hasta los 1.325 millones de euros, con un crecimiento en ventas comparables del 12,4% y de un 13% si se excluyen las tiendas vendidas a Alcampo y la operación de Clarel, permitiendo a Dia ganar cuota de mercado en el país.

En Argentina, las ventas netas aumentaron un 19%, hasta los 286,2 millones de euros, impulsadas por un crecimiento like-for-like del 0,7% (medido en número de unidades), y evidenciando una recuperación en el consumo que se había desacelerado en el cuarto trimestre de 2022.

En Portugal las ventas comparables del trimestre han avanzado un 8,3%, comparado con el primer trimestre de 2022, con un sólido desempeño en ventas comparables y 141 millones en ventas netas (+3,2% vs. 1T22), compensando la reducción del 7% de la red de tiendas y la caída del volumen registrada en este mercado. En Brasil, en tanto, las ventas netas se contraen un 7,5%, afectadas por el cambio en el surtido que se está implementando en el país y la reducción de un 2% en la red de tiendas.

*“Queremos ser la tienda de barrio y online favorita de nuestros clientes. Por eso, hemos desplegado una propuesta de valor diferencial apoyada en un nuevo modelo de tienda, donde hacer una compra completa de forma fácil y rápida, con un amplio surtido que da protagonismo a los frescos y con productos de marca Dia, que son sinónimo de gran calidad a precios asequibles. Además, hemos reforzado nuestra relación de ‘partnership’ con los franquiciados, una palanca clave para nuestra estrategia de proximidad, y nos apoyamos en la tecnología para hacer más eficiente nuestro negocio y desarrollar soluciones de valor para el cliente”, agrega Tolcachir.*

### **Cada día más cerca del ‘turnaround’ de Dia**

En el primer trimestre del año, la compañía ha avanzado en el despliegue de su propuesta de valor, con 252 tiendas remodeladas al nuevo concepto (182 en España y 61 en Argentina), y 26 aperturas, con el hito de haber alcanzado la tienda número 1.000 en Argentina. La compañía cuenta ya con el 48% de su red de tiendas operando bajo el nuevo modelo, con España (75% de la red) y Argentina (63% de la red) a la cabeza en el proceso de transformación.

En el plano comercial, ya se ha renovado más del 80% del surtido de productos Dia en España y se han lanzado 93 nuevas referencias. Gracias a la Nueva Calidad y su percepción como productos modernos, de gran calidad y a

precios asequibles, los productos Día elevan su presencia en la cesta de la compra hasta el 53%.

Además, para estar más cerca de sus clientes, durante el primer trimestre se han activado iniciativas y descuentos a través de ClubDía para mejorar la experiencia de compra y facilitar el ahorro de los más de 14,3 millones de clientes fidelizados.

*“Hacia delante, los objetivos están claros: terminar la transformación de la red de tiendas y de nuestros productos marca Día, avanzar en nuevas soluciones que aporten valor al cliente y aceleren y consoliden el crecimiento de la compañía con el apoyo de nuestros partners franquiciados”, concluye el CEO Global de Grupo Día.*

## Sobre Grupo Día

### Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.700 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Día abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 14 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Día renovada. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

[diacorporate.com](https://diacorporate.com)

#CadaDíaMasCerca

Linkedin: [Día Group](#)

Twitter: [@Día Group](#)

### Para más información:

Grupo Día:

Ainhoa Murga  
[ainhoa.murga@diagroup.com](mailto:ainhoa.murga@diagroup.com)  
+34 608 710 511

Ogilvy

Lara Acero  
[Lara.acero@ogilvy.com](mailto:Lara.acero@ogilvy.com)  
+34 656911565