



Dia reafirma su compromiso con el ahorro en la cesta de la compra invirtiendo 150 millones de euros en promociones para 2024

/ Un año más, la compañía se posiciona como un gran aliado del ahorro de los españoles, siendo la tienda de barrio y online donde poder hacer una compra completa con productos de calidad a precios asequibles.

/ Con el objetivo de seguir apoyando el bolsillo de sus clientes, la compañía mantiene una inversión de 150 millones de euros en promociones que se traducen en descuentos semanales en más de 200 productos, con un especial foco en los socios del Club Dia pueden disfrutar de ofertas y promociones personalizadas de hasta el 40%.

/ La compañía, que cuenta con un amplio surtido de productos Dia y de fabricante para que el cliente pueda elegir, ofrece un gran surtido de productos propios de “Nueva calidad Dia”, cuyo consumo puede llegar a suponer un ahorro de hasta el 25% en el gasto anual de la cesta de la compra.

/ Además, gracias al programa de alianzas con empresas líderes, los clientes del Club Dia pueden ahorrar hasta 500€ en sus compras anuales al contratar servicios de compañías como MAPFRE, Endesa o Booking.

15 de febrero de 2024, Las Rozas de Madrid. El actual contexto económico, marcado por una inflación moderada y precios elevados, preocupa y presiona el bolsillo de los consumidores españoles. Así se desprende del informe ‘El mercado de Gran Consumo en España. Repaso a las principales tendencias de 2023’, elaborado por NIQ¹. El estudio concluye que el 93% de las personas han modificado su comportamiento de compra para llevar un control más estricto de sus gastos optando, entre otros, por consumir más marcas de distribuidor, la elección de productos en promoción o a precios más bajos, la compra online en busca de ofertas u optar por programas de fidelización.

Tanto es el valor del precio en la elección del consumidor que, según el [“Balance de la distribución”](#) elaborado por Kantar Worldpanel, cerca del 60% de los consumidores optaría por adquirir un producto de una marca que no suele comprar si esta le ofrece una oferta atractiva. En línea con esta tendencia, en 2023 el volumen de ventas en promoción se incrementó frente al año anterior, hasta representar un 24,2% del total de ventas en Gran Consumo, según datos de NIQ. Cerca de la mitad de estas promociones estaban vinculadas a descuentos de precio en los productos.

¹ Datos extraídos del informe “El mercado de Gran Consumo en España. Repaso a las principales tendencias de 2023”, elaborado por NIQ y presentado el 25 de enero de 2024 en rueda de prensa.



Una inversión de 150 millones de euros para apoyar el ahorro de los españoles

Conscientes de esta coyuntura y con el firme compromiso de estar al lado de sus clientes y mitigar el impacto de los precios, Dia vuelve a reafirmar su compromiso y se posiciona como el gran aliado del ahorro de los españoles ofreciéndoles productos de calidad a precios asequibles, apostando por promociones y descuentos y contando con una “Nueva calidad Dia” con una amplia variedad de productos, cuyo consumo puede suponer un ahorro de hasta el 25% en el gasto anual.

Este año Dia invertirá **150 millones de euros en descuentos y promociones** con el propósito de estar cada día más cerca de las personas y garantizar el acceso a productos de calidad y a precios asequibles sea cual sea el contexto social, político y económico. Esta inversión en promociones se traducirá en **ofertas semanales en más de 200 referencias**, ofreciendo **descuentos de hasta el 40%** en productos de diversas categorías y con especial foco en los frescos.

Una “Nueva calidad Dia” que permite ahorrar hasta un 25% en la compra anual

Optar por productos de marca propia se ha convertido en una alternativa al ahorro y cada vez son más los consumidores que optan por esta alternativa. Según datos de NIQ, dos de cada diez cestas de la compra contienen únicamente marcas propias.

Para Dia lo principal es que sus clientes puedan elegir, por eso les ofrece un amplio surtido de productos propios y de fabricante, para que en cada momento el consumidor pueda decidir. No obstante, la compañía ofrece más de 2.200 referencias de “Nueva Calidad Dia” que son un éxito en la cesta de la compra, donde ya tienen un peso del 54%. Sin duda, también se han convertido en un excelente aliado del ahorro ya que su consumo puede **suponer un ahorro del 25% del gasto anual en la cesta de la compra de un hogar español, es decir, una compra de 1.000€ podría reducirse el gasto a 750-800€.**

Club Dia: un gran aliado para el ahorro durante todo el año

La fidelización se ha convertido en un elemento clave en las nuevas tendencias de consumo, y bajo la premisa de estar cada día más cerca de sus clientes, Dia también ofrece numerosas ventajas para los más de 5,5 millones de socios que forman parte del Club Dia en España. Un club de fidelización único que permite a sus socios beneficiarse de ventajas, promociones y descuentos personalizados y adaptados a los hábitos de compra de sus clientes con el objetivo de ayudarlos a reducir el gasto en la cesta de la compra.

Para hacer del ahorro una actividad sencilla y accesible, Dia ha renovado recientemente su App, una plataforma omnicanal que reúne en un solo lugar todas las ventajas de ser socio del Club Dia. A través de la aplicación, los clientes pueden acceder al **monedero digital, una herramienta que recoge todos los cupones y ofertas canjeables en tienda, web -dia.es- y App.**





Y, por último, en el marco de su club de fidelización y con el compromiso de complementar la estrategia de promociones para facilitar el ahorro, la compañía se apoya en un programa de alianzas con empresas líderes en múltiples sectores, entre las que se encuentran Endesa, MAPFRE, Galp, Booking, Securitas Direct, Avis, Legálitas o Parques Reunidos. Gracias a estas alianzas, los clientes del Club Dia pueden **ahorrar hasta 500€ en sus compras anuales**, al contratar los servicios y productos de las compañías que forman parte de este programa.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.400 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 Dia 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 96% 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 Dia 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.

<https://diacorporate.com/>

#cadadiamascerca

LinkedIn: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia Group](#)

Para más información:

Día España

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com
+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

