



Grupo Dia mejora el resultado neto en 94 millones comparado con 2022 y alcanza un Ebitda ajustado de 216 millones de euros

/ Dia España logra un beneficio neto de 122 millones impulsado por el éxito de su propuesta de valor centrada en la proximidad. En Argentina, la compañía obtiene un beneficio neto de 6 millones de euros gracias a una excelente gestión de la operación en un contexto macroeconómico complejo.

/ La compañía avanza en su desapalancamiento, logrando un *leverage ratio* inferior a 2,0x, gracias al avance del 7,8% en el Ebitda Ajustado, impulsado por el buen desempeño operacional de España y Argentina, junto con la reducción de la Deuda Financiera Neta en 120 millones de euros.

/ “El buen desempeño del negocio durante 2023 avala la confianza de nuestros clientes y el éxito de nuestra estrategia centrada en la proximidad. En este ejercicio hemos cumplido prioridades estratégicas que confirman que estamos en la senda adecuada, y hemos tomado decisiones para simplificar nuestro porfolio, lo que nos permitirá centrar nuestros esfuerzos en los mercados en los que tenemos potencial para crecer bajo nuestra única enseña”, afirma Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia. “Desde aquí, agradecer el excepcional trabajo y compromiso de todo nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, así como a nuestros franquiciados, proveedores e inversores. Juntos, movidos por nuestra pasión por el cliente, construimos el futuro de Dia para que siga creando valor en todos los barrios y comunidades en los que operamos”.

29 de febrero de 2024, Las Rozas de Madrid. El año 2023 ha sido clave para el futuro de Grupo Dia. El ritmo del negocio muestra nuevamente la solidez de su estrategia centrada en la proximidad y permite a la compañía alcanzar resultados notables en un entorno complejo como el actual.

Las **ventas netas** de Grupo Dia alcanzaron los 6.759 millones de euros entre enero y diciembre, con un crecimiento de las ventas comparables (like-for-like) del 3,3%, impulsadas por el buen ritmo del negocio en España. Las ventas netas a nivel Grupo han disminuido un 7,2% comparado con 2022, en gran medida por el impacto del tipo de cambio en Argentina.

El **Ebitda ajustado** alcanzó en el ejercicio 2023 los 216 millones de euros, un 7,8% más que en el año anterior, mejorando 0,4 puntos porcentuales el margen sobre la venta neta, hasta 3,2%, resultado que refleja el buen desempeño de nuestros negocios y eficiencias operacionales que hemos implementado.



El **resultado neto** ha mejorado en 94 millones de euros en 2023, reduciendo las pérdidas de Grupo Dia a 30 millones de euros. Este resultado se ha visto afectado negativamente por el deterioro de activos en Brasil por 60 millones de euros.

La mejora del resultado neto se ha logrado gracias al gran desempeño del negocio en España, que obtiene un resultado neto positivo de **122 millones de euros** en el ejercicio. Argentina, por su parte, logra también un beneficio neto de 6 millones de euros gracias a una excelente gestión de la operación en un contexto macroeconómico complejo.

“El buen desempeño del negocio durante 2023 avala la confianza de nuestros clientes y el éxito de nuestra apuesta por la proximidad. En este ejercicio hemos cumplido prioridades estratégicas a nivel Grupo que confirman que estamos en la senda adecuada. Además, hemos tomado las decisiones adecuadas para simplificar nuestro porfolio, lo que nos permitirá centrar nuestros esfuerzos en los mercados en los que tenemos potencial para crecer bajo nuestra única enseña”, afirma **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia**. *“Los hitos logrados en España y Argentina concluyen la fase de turnaround y nos permiten comenzar una fase de crecimiento orgánico centrada siempre en ofrecer a nuestros clientes una experiencia de primer nivel”.*

Otro hito a destacar del ejercicio es el **avance en el desapalancamiento de la compañía**. El ratio de apalancamiento se situó en 2023 en 1,96x, una mejora de 0,8 puntos porcentuales respecto al año anterior (2,71x en 2022). Esto ha sido posible gracias al avance del 7,8% en el Ebitda Ajustado, que ha sido impulsado por el buen desempeño operacional de España (+31%) y Argentina (+13%), junto con la reducción de la Deuda Financiera Neta en 120 millones de euros respecto a 2022, hasta los 422 millones de euros.

“El sólido desempeño del negocio en España y en Argentina, combinado con los fondos recibidos por la venta de tiendas en España, nos ha permitido reducir la deuda financiera neta en 120 millones en el último ejercicio. El nivel de apalancamiento resultante nos permite mirar con confianza el proceso de refinanciación que tenemos por delante”, destaca **Guillaume Gras, Director Financiero de Grupo Dia**.

España y Argentina finalizan el turnaround del negocio

Grupo Dia ha cerrado 2023 con una red de **3.956 tiendas en España, Argentina y Brasil**, además de las 994 tiendas Clarel en España y las 458 tiendas Minipreço en Portugal, pendientes del cierre de las respectivas operaciones de venta durante el primer semestre de 2024.

Al cierre de 2023, el 62% de las tiendas en España, Argentina y Brasil estaban gestionadas por franquiciados, aliados clave en el despliegue de la estrategia de proximidad. La red de franquiciados aporta un 45% de las ventas netas del ejercicio, 6,4 puntos porcentuales más respecto a 2022.



La evolución del negocio en España y Argentina, con las particularidades respectivas de su contexto, refrendan la confianza de los clientes en la propuesta de valor diferenciadora de Dia: una tienda de barrio y online en la que hacer una compra completa, fácil y rápida, con un surtido completo que apuesta por los productos frescos y una marca Dia que es sinónimo de gran calidad al alcance de todos.

En **España**, el ejercicio 2023 ha permitido consolidar la red de tiendas, avanzar en el despliegue del canal online y **ganar cuota de mercado a superficie comparable**. A cierre de año, el 86% de las 2.318 tiendas operaba ya con el nuevo modelo, gracias a la apertura de 36 establecimientos y la remodelación de 289 durante el ejercicio. El buen desempeño del negocio se refleja tanto en las ventas comparables, que avanzan un 10,7% (+3,2 puntos vs. 2022), como en las ventas netas, que crecen casi un 10% en el año. Por su parte, el Ebitda Ajustado del ejercicio alcanza los 184 millones de euros, un 31% más que en 2022.

El canal online cierra 2023 dando servicio al 84% de la población en España. Como hito del ejercicio, destaca el lanzamiento de la nueva web dia.es y la nueva app Dia. Juntos, forman una plataforma omnicanal que mejora la experiencia de compra del cliente y cuyo éxito ha impulsado el crecimiento en clientes digitales un 29% y elevado la venta online al 3,5% del total de la venta neta (+0,5% vs. 2022). Durante el año se han sumado alianzas con terceros para la entrega de pedidos de última milla y se ha potenciado las posibilidades de entrega, adaptando el servicio a las necesidades del cliente y mejorando su experiencia de compra.

*“Este es el gran hito por el que hemos trabajado estos últimos años. Productos de altísima calidad a precios asequibles y una experiencia de compra ágil, rápida y de primer nivel, en tu tienda de barrio y online. Esa es la fórmula que ha hecho que Dia España vuelva a beneficios en 2023. Estamos orgullosos de este resultado y de que cada día más clientes confíen en nuestro nuevo surtido de productos de la Nueva Calidad Dia y las ventajas y descuentos personalizadas de Club Dia, ahora más fáciles de disfrutar gracias a la nueva App y web dia.es”, afirma **Ricardo Álvarez, CEO de Dia España**. “Es la recompensa al gran esfuerzo de todo nuestro equipo en estos años en tienda, almacén y oficinas. Gracias a todos ellos y a nuestros franquiciados y proveedores, hoy logramos este momento histórico para la compañía”.*

El negocio en **Argentina** ha mostrado su fortaleza y solidez en un contexto macroeconómico complejo. Durante el ejercicio, se ha avanzado en consolidar la red de tiendas con 76 aperturas y 234 remodelaciones, elevando a un 82% el porcentaje de la red que opera bajo el nuevo modelo. Este crecimiento combinado con el buen desempeño de las tiendas franquiciadas y la elección de productos de marca Dia han permitido mantener la cuota de mercado en el país, posicionando a Dia como **líder en proximidad a nivel nacional y líder en Ciudad de Buenos Aires**.

Este buen desempeño operacional se ha visto lastrado por el impacto de la devaluación del tipo de cambio en las ventas netas, que caen 30,6% frente a 2022, hasta los 946 millones de euros. El Ebitda Ajustado, en tanto, creció 15,1%, hasta los 59 millones de euros.



El canal online ha tenido resultados muy positivos, impulsado por el lanzamiento de la App Dia, la primera del sector que permite el pago móvil. Los clientes digitales han crecido un 24%, 7 puntos más que en 2022, y alcanza ya una cobertura del 80% a nivel nacional, combinando también entrega a través de *partnerships*, recogida en tienda y logística propia.

Dia, aliado del ahorro de los hogares

La apuesta por la proximidad y por ofrecer un surtido completo, con productos locales y una marca Dia de gran calidad a precios asequibles, ha sido una palanca de creación de valor clave durante un año aún marcado por la presión del incremento de precios en el presupuesto de los hogares. El incremento en número de tickets en España (+9,3% LfL vs. 2022) y Argentina (+11,3% LfL vs. 2022) muestran la fortaleza de Dia y la confianza depositada por los clientes en el renovado surtido de productos Dia, que elevan su peso en la cesta de la compra a un 54% en España (frente al 52,6% de 2022) y un 29% en Argentina, muy por encima del 9% de media nacional de consumo de marcas propias.

“Nuestra determinación es cumplir el compromiso histórico de Dia con los hogares: ofrecer un surtido variado, de gran calidad y a precios asequibles. En un escenario complejo como el actual, el esfuerzo para lograr este compromiso ha sido aún mayor, trabajando de cerca con toda la cadena de valor, invirtiendo en nuestro equipo y red de franquiciados y elevando la eficiencia de la operación con un objetivo: minimizar en lo posible el impacto del incremento de costes en el precio de los productos”, destaca **Martín Tolcachir**.

En el último año, el surtido de la Nueva Calidad Dia en España ha sumado más de 600 novedades, elevando a más de 2.200 las referencias renovadas. La compañía ha finalizado el proceso de transformación iniciado en 2020, logrando que el surtido de productos de marca Dia sea moderno, innovador y de la más alta calidad, con propuestas que conectan con las necesidades y gustos de los clientes.

En Argentina, se ha renovado el 80% del surtido de marca Dia tras la incorporación de más de 180 referencias en el último año. La marca Dia es un referente también en los hogares argentinos, que reconocen su calidad y precios asequibles eligiéndola cada día.

Además, la combinación del surtido de marca Dia con las promociones y ofertas personalizadas a través de Club Dia permiten a la compañía ser un aliado del ahorro de los hogares.

“Afrontamos 2024 con la mirada puesta en el cliente y en seguir construyendo valor para nuestros clientes, empleados, franquiciados y proveedores. Para lograrlo, seguiremos centrados en mitigar el efecto de la inflación sobre la cesta de la compra, trabajando de cerca con toda la cadena de valor, al tiempo que sumamos nuevas iniciativas a nuestro ecosistema digital y potenciamos la propuesta de Club Dia”,



subraya el **CEO Global de Grupo Dia**. “Quiero agradecer desde aquí el excepcional trabajo y compromiso de todo nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, así como a nuestros franquiciados, proveedores e inversores. Juntos, movidos por nuestra pasión por el cliente, construimos el futuro de Dia para que siga creando valor en todos los barrios y comunidades en los que operamos”.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con más 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 28.500 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 17.000 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 6.759 millones en 2023.

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 14,1 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.

diacorporate.com

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Grupo Dia](#)

Twitter: [@Dia Group](#)

Para más información:

Grupo Dia:

Román

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

+34 608 710 511

