

Dia España impulsa la venta media por tienda en un 50% en cuatro años gracias a la transformación de su negocio

/ Dia España celebra con orgullo su Gran Día. Tras cuatro años de intenso trabajo, alcanza un nuevo hito en la transformación de su propuesta de valor, logrando un beneficio neto de 122 millones de euros en 2023.

/ Dia ha invertido más de 500 millones de euros en promociones desde 2020 para cumplir con su compromiso histórico con el ahorro de los hogares.

/ La compañía cuenta con 2.300 tiendas bajo su única marca y más de 1.000 franquiciados, la mitad de ellos mujeres. Gracias a su sólida capilaridad física y online, Dia tiene una posición única para estar cada día más cerca de sus clientes.

28 de mayo de 2024, Las Rozas de Madrid. Dia España celebra con orgullo su Gran Día. Tras cuatro años de intenso trabajo, la transformación de su propuesta de valor ha permitido a la compañía impulsar su **Sales Density¹ por tienda en un 50% desde 2020** y alcanzar un **beneficio neto de 122 millones de euros en 2023.**

Este nuevo hito, clave en el proceso de transformación de la compañía, se ha logrado gracias a la redefinición de su propuesta de valor para ofrecer a sus clientes un surtido de la máxima calidad y la mejor experiencia de compra en su tienda de barrio y online gracias a su gran fortaleza: la proximidad.

A cierre de 2023, Dia cuenta con 2.300 tiendas de barrio y un canal online que llega ya a 35 millones de personas, una fortaleza en proximidad que le otorga **una posición única para estar cada día más cerca de sus clientes**, para escuchar sus necesidades y ofrecer el mejor servicio.

“Estamos en un momento único por el que todo el equipo ha trabajado con gran pasión en estos últimos cuatro años. La transformación de Dia nos ha permitido construir un negocio sólido y con futuro desde nuestro propósito: estar cada día más cerca. Estamos orgullosos de lo que hemos logrado y agradecemos el apoyo y confianza que nos han brindado nuestros clientes, nuestro equipo Dia, franquiciados, proveedores e inversores”, afirma Ricardo Álvarez, CEO de Dia España. “En 2020 vimos la oportunidad de ser líderes en proximidad gracias a la capilaridad de nuestras tiendas y durante todo este proceso hemos trabajado apoyados en nuestras fortalezas para volver a ser una empresa rentable y pavimentar el futuro de la compañía”.

¹ Sales Density: venta media por m².



Día comenzó su proceso de transformación en España en 2020, con la definición de una propuesta de valor basada en tres pilares: **la mejor experiencia omnicanal, surtido de máxima calidad al mejor precio y fortalecimiento de la relación con sus franquiciados**. Una propuesta de valor ganadora que le ha permitido consolidar las mejoras en ventas a superficie comparable trimestre a trimestre y construir un negocio sólido y con gran potencial de crecimiento.

Productos de máxima calidad y experiencia omnicanal

La determinación por ofrecer máxima calidad al mejor precio ha llevado a Día a revisar su surtido al completo y a transformar, de dentro hacia fuera, el surtido de los productos Día.

Día trabaja con **1.100 proveedores nacionales a los que realiza un 96% de las compras**, (más de 3.100 millones de euros), y que le permite ofrecer un surtido de más de 7.500 referencias con equilibrio entre marcas de fabricante y productos Día, dando a sus clientes la libertad de elegir los productos que mejor se acomoden a sus gustos y necesidades.

Protagonistas de este surtido renovado son los más de **2.400 productos de la Nueva Calidad Día** lanzados en los últimos cuatro años para reconectar con el cliente, ofreciendo máxima calidad y un diseño moderno y atractivo. La revisión del surtido de productos Día ha supuesto la mirada, producto a producto, de su calidad y potencial de mejora para ofrecer al cliente la mejor relación calidad-precio, trabajando de la mano de los proveedores la mejora en la receta y la calidad de los ingredientes, además de apostar por la modernización de los envases y sus diseños.

Además, para asegurar que sus 2.300 tiendas de barrio y los clientes que optan por el canal online tengan a su alcance este completo surtido siempre con la máxima calidad y frescura, Día ha puesto **su logística al servicio del cliente**, implementando mejoras y elevando su eficiencia.

La plataforma omnicanal que forman la App Día y dia.es, con el respaldo de una sólida red logística para e-Commerce, *“hacen realidad una experiencia más fácil y rápida, eliminando las barreras entre la compra física y online. El cliente puede saltar de un mundo al otro con increíble facilidad. Ese era nuestro objetivo: ofrecer la mejor experiencia de compra omnicanal”*, subraya **Álvarez**, y destaca que con este impulso la venta online ha incrementado hasta el 4% del total de la venta neta, frente al 1,4% de 2019. *“La propuesta de Día es ofrecer a sus clientes un surtido de la máxima calidad, compuesto al 50% por marca de fabricante y 50% por productos Día. **Estamos convencidos de que tenemos la mejor marca propia del mercado”**.*

Además, Día ha invertido más de **500 millones de euros en promociones y ofertas desde 2020** para cumplir con su compromiso histórico con el ahorro de los hogares y ha evolucionado **Club Día**, el primer club de fidelización de un supermercado en España y que cuenta ya con casi **6 millones de clientes**, para ofrecer atractivas alianzas en servicios y ocio que le facilitan un ahorro adicional. *“La elección de*



productos Día, combinada con las ofertas y promociones semanales de Club Día, ayuda a ahorrar hasta un 25% del gasto anual en la cesta de la compra de un hogar”, remarca **Álvarez**.

El valor del ecosistema Día

La transformación de su negocio ha sido posible gracias a la implicación y compromiso de todas las personas que forman parte de Día. Desde el talento y compromiso de sus más de **14.000 empleados en tienda, almacén y oficina** que trabajan para ser líderes en proximidad, hasta su red de más de **1.000 franquiciados, la mitad de ellos mujeres**, un aliado estratégico para el crecimiento en proximidad y que suma 9.000 empleos más.

El compromiso de la compañía con el talento y el fomento de una cultura diversa e inclusiva se refleja en su apuesta por la formación y las alianzas con socios como Cruz Roja, Cáritas o Fundación Once para facilitar la inclusión laboral a colectivos en situación de vulnerabilidad. Desde 2020, se han impartido más de 760.000 horas de formación a más de 53.000 personas, y se ha impulsado la formación de franquiciados y sus equipos a través de Campus Día.

*“Las 25.000 personas que forman el equipo Día han sido el motor que ha hecho posible esta transformación. Desde aquí, agradecer a todos y todas su gran trabajo, su compromiso y su amabilidad al servicio del cliente. Ha sido un intenso viaje, cuatro años de esfuerzo en equipo, y tengo la suerte de trabajar codo con codo con grandes profesionales de este sector a todos los niveles, desde nuestros empleados en tienda, almacén y oficina. Gracias a todos y todas por un brutal trabajo y por compartir la ilusión de hacer este Gran Día y que la compañía vuelva ser rentable”, concluye **Ricardo Álvarez, CEO de Día España.***

Sobre Grupo Día

Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con casi 4.000 establecimientos en España, Argentina y Brasil. 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 23.000 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 13 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.



Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com

+34 655712890

Grupo Día

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

+34 608 710 511

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

