

Ricardo Álvarez, CEO de Dia España: “Hemos transformado nuestra marca propia para ofrecer la mejor calidad del mercado”

/ Dia España celebra con orgullo su Gran Dia. Tras cuatro años de intenso trabajo, la transformación de su propuesta de valor ha permitido alcanzar un beneficio neto de 122 millones de euros en 2023.

/ La apuesta por la omnicanalidad de Dia fomenta una experiencia de compra más fácil y rápida, tanto en sus 2.300 tiendas que operan bajo una única marca como en su canal online.

/ La compañía ha evolucionado Club Dia, el primer club de fidelización de un supermercado en España, con atractivas alianzas en servicios y ocio que facilitan un mayor ahorro a los hogares.

/ Con el compromiso de dar a sus clientes libertad de elección, Dia ofrece un surtido completo y variado, con equilibrio entre las marcas de fabricante y productos Dia de máxima calidad a precios asequibles.

28 de mayo de 2024, Las Rozas de Madrid. Dia España celebra con orgullo su Gran Dia. La transformación de su propuesta de valor que comenzó en 2020 con el objetivo de ofrecer a sus clientes la máxima calidad en su surtido y una experiencia de compra más fácil y rápida ha permitido a la compañía alcanzar un hito clave en este proceso: cerrar el ejercicio 2023 con un beneficio neto de 122 millones de euros.

La **renovación del surtido de productos Dia** ha sido una de las piedras angulares de este proceso y, desde 2020, la compañía ha impulsado la máxima calidad del mercado en su marca propia y una modernización del *packaging* en más de **2.400 productos**. Esta revisión del surtido Dia ha supuesto también el lanzamiento de novedades y el desarrollo de gamas completas para garantizar un amplio surtido que da respuesta a los gustos y necesidades de sus clientes.

“Dia ha transformado su marca propia de dentro a fuera para ofrecer la mejor calidad del mercado al mejor precio, con diseños modernos y atractivos que buscan conectar de forma positiva con nuestros clientes”, asegura Ricardo Álvarez, CEO de Dia España. “En cuatro años hemos puesto a disposición de nuestros clientes 2.400 nuevos productos Dia y su gran acogida confirma el éxito de esta apuesta por la calidad y por escuchar sus necesidades”.

La renovación del surtido ha sido una apuesta clara por la **calidad, la innovación y la creatividad**. La frescura y el buen humor son los ingredientes de la nueva receta creativa de Dia que, a través de frases y juegos de palabras ingeniosos, transmiten autenticidad y proximidad, con la palabra Dia como gran protagonista. Un buen



ejemplo de ello es su famosa Horchata de chufa, 'enchufa tu Dia', o los frutos secos Naturmundo con el 'Momento relax del Dia'. Otros, como la gama de lácteos Dia Láctea o las referencias de hogar La Llama, con el divertido eslogan 'Con la Llama, cada Dia sin drama', y los refrescos 'HolaCola' se han ganado un hueco en el corazón y la despensa de los consumidores gracias a su gran calidad y a su apuesta por una estética moderna y creativa.

La renovación del surtido de marca Dia forma parte de la propuesta de valor de la compañía impulsada en 2020 y uno de los pilares clave en el éxito de una transformación orientada a facilitar la mejor experiencia de compra omnicanal. Con la meta de ofrecer la mejor calidad en los productos, Dia impulsó el lanzamiento de más de 50 referencias al mes de media durante la transformación, con el récord de 139 nuevos productos en marzo de 2021.

Junto con este surtido renovado, Dia ha apostado por potenciar los productos frescos y de proximidad y realiza un 96% de sus compras (más de 3.100 millones de euros) a 1.100 proveedores nacionales. *"Tenemos un surtido de más de 7.500 referencias con equilibrio entre marcas de fabricante y los productos Dia, porque para nosotros es clave que el cliente tenga libertad de elección. Esta revolución en la marca propia de Dia para convertirla en la más gamberra del supermercado se ha logrado gracias al compromiso de nuestro equipo y a los más de 600 proveedores con los que trabajamos estrechamente para ofrecer productos con la mejor calidad del mercado"*, subraya **Álvarez**.

A cierre de 2023, la compañía cuenta con más de 2.300 tiendas de barrio operando bajo una única marca, un 64% gestionadas por franquiciados. Además, en cuatro años ha sumado 100 aperturas en ubicaciones estratégicas, consolidando su liderazgo por número de establecimientos en el país.

En paralelo a la renovación de la red, Dia ha impulsado su e-Commerce: la cobertura se ha extendido al 84% del territorio, se ha configurado una red logística al servicio del cliente y se ha lanzado una plataforma omnicanal que elimina las barreras entre la compra en tienda y online. *"Queremos ofrecer la mejor experiencia de compra. La acogida de nuestra nueva App ha sido excelente y el impulso al ecosistema digital ha permitido elevar las ventas online a un 4% del total de la venta neta, frente al 1,9% de 2019"*, destaca el **CEO de Dia España**.

Esta **posición única en proximidad** permite a la compañía estar cada día más cerca de sus clientes para escuchar sus necesidades y seguir trabajando para ofrecer la mejor experiencia de compra omnicanal.

Dia, el aliado del ahorro de los hogares

Dia ha invertido más de **500 millones de euros en ofertas y promociones** desde 2020 para cumplir su compromiso histórico con el ahorro de los hogares. La elección de productos Dia, combinada con las ofertas y promociones semanales de Club Dia,



ayudan a ahorrar hasta un 25% en el gasto anual en la cesta de la compra, según la estimación interna de la compañía.

Para potenciar este ahorro, **Día 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 atractivos descuentos en servicios y ocio, y otras iniciativas como la [Ruleta de la Suerte](#) que ayudan a generar un ahorro adicional a los hogares.

Un Gran Día

La transformación total del negocio ha sido posible gracias a la implicación y compromiso de todas las personas que forman parte del ecosistema 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 al ecosistema de Día.

“El resultado de esta transformación va más allá del beneficio neto de 122 millones de euros alcanzado en 2023. Queríamos reconectar con nuestros clientes y forjar vínculos estrechos y de confianza con nuestro equipo, franquiciados y proveedores. El éxito de esta transformación es compartido con todos ellos y es un orgullo mirar con ilusión hacia el futuro sólido y rentable que le espera a Día. Gracias, desde aquí, a las 25.000 personas de nuestro equipo Día por este brutal trabajo y por compartir la ilusión de hacer este Gran Día y que la compañía lograra ser rentable de nuevo”, 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.

<https://diacorporate.com/>

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Día Group](#)

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com



Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Grupo Día

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

+34 608 710 511

