

Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia: “Nuestro negocio es sólido y rentable y vamos a seguir creciendo y generando valor en España y Argentina”

/ El primer ejecutivo de Grupo Dia destaca el compromiso de la compañía con generar valor en el corto y medio plazo para los barrios en los que opera, para sus clientes, franquiciados, proveedores y accionistas, un gran apoyo para avanzar en la transformación que vive la compañía.

/ *“Gracias a nuestros accionistas por ser el apoyo que esta compañía necesitaba para su transformación. Y gracias a todo el equipo Dia, a nuestros franquiciados y proveedores por su gran compromiso y esfuerzo para lograr nuestros objetivos. Hemos logrado que nuestros clientes elijan nuestras tiendas de barrio y nuestro canal online porque confían en nuestra propuesta de valor diferencial”, subraya Tolcachir.*

28 de junio de 2024, Las Rozas de Madrid. Grupo Dia ha celebrado este viernes en su sede social en Madrid su Junta General Ordinaria de Accionistas. El **Presidente del Consejo de Administración, Benjamin Babcock**, acompañado por el **CEO Global de Grupo Dia, Martín Tolcachir**, han presidido la cita y han subrayado la fortaleza del negocio de Dia y su apuesta por el crecimiento en España y Argentina gracias al éxito de la propuesta de valor diferencial de Dia en proximidad.

El ejercicio 2023, en palabras de Tolcachir, ha sido clave para el rumbo de Grupo Dia. Un año en que la compañía ha cumplido hitos estratégicos centrados en la finalización del proceso de *turnaround* en España y Argentina, lograr una mejora en sus resultados financieros y simplificar el porfolio para concentrar los esfuerzos en los países más rentables y con potencial para crecer.

“Dia es un negocio sólido, rentable, con una estrategia clara y el liderazgo adecuado para su ejecución. El año 2023 ha sido clave para el futuro de la compañía. Los hitos alcanzados confirman el éxito de una estrategia que apuesta incansablemente por estar cerca de las personas, por comprender al cliente y sorprenderle con una propuesta de valor única en proximidad que eleve su satisfacción a fidelidad”, ha expresado Tolcachir durante su discurso ante los accionistas. “España y Argentina cerraron el ejercicio 2023 con resultado neto positivo, prueba de la fortaleza de un negocio que, movido por nuestro propósito de estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos, ha sabido conectar con los intereses y gustos del cliente y lo ha hecho en un contexto desafiante como el actual”.

El CEO Global de Grupo Dia destacó los resultados logrados en España: un beneficio neto positivo de 122 millones de euros en 2023 con una mejora en el Ebitda ajustado del 31% frente a 2022 y un avance en su venta comparable de 10,7% (3,2 puntos más que en 2022), completando dos años de crecimiento comparable gracias a la fortaleza de la transformación realizada.

Por su parte, Argentina cerró 2023 en positivo por segundo año, con un beneficio de 6 millones de euros, y duplicando su Ebitda Ajustado respecto a 2021 (59 millones de euros). La sólida gestión del negocio y la fortaleza de la marca en el mercado tras más de 25 años de operación permitieron afrontar con éxito un ejercicio marcado por un contexto macroeconómico complejo.

A nivel Grupo, el año 2023 ha supuesto una notable mejora en los resultados financieros, logrando ventas netas de 6.759 millones y un avance en ventas comparables (like-for-like) de 3,3% liderados por España, que logró crecer en venta comparable 10,7% frente a 2022.

Además, la compañía redujo sus pérdidas en un 75%, hasta los 30 millones de euros, en 2023. Esto supone una mejora de 94 millones de euros frente a 2022 y de 227 millones de euros desde 2021. El resultado del último año se ha visto afectado por el deterioro de activos en Brasil por 60 millones de euros; sin este impacto, el resultado neto de Grupo Dia en 2023 fue de 30 millones de euros positivos. *“Esta mejora en los resultados año a año se ha logrado, sin duda, gracias a una gestión comprometida y responsable con el negocio y a las decisiones tomadas para simplificar el porfolio de la compañía”*, ha destacado Tolcachir. Además, ha recordado que la deuda financiera neta se redujo en 120 millones frente al año anterior, reduciendo también el ratio de apalancamiento a 1,96 veces.

“Gracias a nuestros accionistas por ser el apoyo que esta compañía necesitaba para su transformación. Y gracias a todo el equipo Dia, a nuestros franquiciados y proveedores por su gran compromiso, esfuerzo y pasión para lograr nuestros objetivos. Hemos logrado que nuestros clientes elijan nuestras tiendas de barrio y nuestro canal online porque saben que tenemos una propuesta de valor diferencial: en Dia puedes hacer una compra completa, fácil y rápida; encuentras un surtido amplio y variado, con productos frescos de proveedores locales y con un gran surtido Dia de la máxima calidad y a precios asequibles”, subraya **Tolcachir**. *“Estamos orgullosos de ser un aliado del ahorro de los hogares desde hace 45 años en España y casi 30 en Argentina, y que Club Dia siga creciendo es una muestra clara de su relevancia”*.

Hacia delante, el CEO Global de Grupo Dia ha subrayado que la compañía está centrada en 2024 en “sorprender a nuestros clientes en España y Argentina, en

enamorarlos para que el negocio en ambos países siga creciendo y generando valor". En España, la compañía estará centrada en crecer de forma orgánica apoyada en las fortalezas de su propuesta de valor, potenciando la fidelización a través de Club Dia, el crecimiento en su canal online y en la frecuencia y número de visitas gracias a un atractivo surtido que potencia los productos frescos de procedencia local y ofrece equilibrio entre una selección de primeras marcas nacionales y productos Dia de la máxima calidad.

Para lograr los objetivos, la compañía se enfocará en mejorar la rentabilidad y aumentar la generación de caja, avanzar en el desapalancamiento y en preparar el proceso de refinanciación de la deuda que vence a finales del 2025.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con más de 3.300 establecimientos en España y Argentina. 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 20.000 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 14.600 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 10 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.

www.diacorporate.com

[#CadaDiaMasCerca](https://twitter.com/CadaDiaMasCerca)

LinkedIn [Grupo Dia](https://www.linkedin.com/company/grupo-dia)

Para más información:

Grupo Dia

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com
+34 608 710 511

Comunicación Dia España

comunicacion@diagroup.com