

'Tu Bolsillo al día: estudio de tendencias de consumo y ahorro'

## **Cuesta de septiembre: siete de cada diez consumidores prefiere comprar productos en oferta y ocho de cada diez priorizan las tiendas que cuentan con programas de fidelización**

**/ El estudio de Dia sobre tendencias de consumo y ahorro en España refleja que el 80% de los encuestados afirma haber modificado sus hábitos en los últimos años para ahorrar en la cesta de la compra, también durante la llamada "cuesta de septiembre"**

**/ El 63% de los clientes afirma que la marca propia les permite reducir su gasto mensual y cerca de la mitad estima este ahorro entre un 10 y un 25%**

**/ Los precios, la proximidad al hogar, las promociones disponibles y los clubs de fidelización se sitúan como factores prioritarios que incentivan la lealtad de los clientes a comprar a un único supermercado**

**/ En línea con su compromiso con el ahorro, Dia ha invertido 500M € en promociones desde 2020 para ayudar a reducir el gasto en la compra. Ante la cuesta de septiembre, la compañía ha lanzado más de 200 productos a 1 y 2€, entre ellos la Cerveza especial Dia Ramblers o la Lasaña boloñesa Dia Al Punto**

**27 de agosto de 2024, Las Rozas de Madrid.** La cuesta de septiembre llama a la puerta de los hogares españoles. Tras las vacaciones de verano, llega la vuelta a la rutina, al cole y la llamada "operación despensa" con la que las familias vuelven a llenar sus neveras tras la temporada estival. A la hora de hacer la compra, el 66% de los consumidores prefiere comprar productos en oferta, con precios especiales o descuentos exclusivos para reducir su gasto en la cesta de la compra, seguido de otras estrategias de ahorro como el uso de cupones y las tarjetas monedero. Esta es una de las conclusiones del **informe 'Tu Bolsillo al Dia: estudio sobre tendencias de consumo y ahorro'**, la primera encuesta anual elaborada por Dia que analiza la evolución del comportamiento del cliente ante las nuevas tendencias de consumo y los desafíos económicos actuales.

Ante la subida moderada de los precios de los alimentos, y con la cuesta de septiembre llamando a la puerta de los hogares españoles, cerca del **80% de los consumidores declaran haber cambiado sus hábitos de consumo**, optando por alternativas más económicas (60%) o priorizando la compra de productos esenciales (59%). Tanto es así que, según el estudio, nueve de cada diez clientes aseguran que las promociones, ofertas y descuentos disponibles en su supermercado tienen un papel crucial en sus decisiones de compra.

La adquisición de productos en promoción se ha visto impulsada por la coyuntura económica, una situación que ha provocado que **ocho de cada diez clientes declaren haber aumentado su presupuesto debido al incremento de los precios**. A esta medida se

le suman otras como la comparación de precios entre supermercados o la compra de productos de marca propia, que ha adquirido gran protagonismo en los últimos años, representando ya un 43,7% de la cesta de la compra.

Así, cerca de la mitad de los encuestados prioriza el consumo de productos de marcas propias frente a marcas de fabricante y un **63% de los clientes considera que la marca propia les permite ahorrar en su cesta**. Para cerca de la mitad de los clientes, este ahorro se sitúa entre un **10 y un 25%** de su compra mensual.

## El precio y las promociones, claves para la fidelización del cliente

La necesidad de reducir el gasto destinado a la compra también ha llevado a los consumidores a regresar a la tienda física. Así, **más de la mitad de los clientes (53%) considera que encuentra un mayor ahorro al realizar la compra en tienda** frente a los canales online (11%), principalmente porque la presencialidad le permite comprar únicamente los productos que necesita, planificar sus comidas y acceder a más ofertas.

Otra de las medidas para ahorrar radica en acudir a varios supermercados para comparar precios y promociones. De hecho, según los datos del estudio, el **precio** es el principal factor que incentiva la lealtad de los clientes a un supermercado específico, situándose en primera posición para 7 de cada 10 encuestados. Le sigue la **proximidad y cercanía** al hogar, las promociones y ofertas disponibles y los **clubs de fidelización**, una tendencia en auge que cada vez gana más peso entre las prioridades del consumidor: un 65% de los encuestados reconoce que los programas de fidelización son fundamentales para ellos, definiendo el supermercado donde deciden hacer la compra. De hecho, para más del 20% ya es un factor prioritario.

## Día, el gran aliado del ahorro: más de 500M € en promociones y productos a 1 y 2€

Día trabaja incansablemente para cumplir con su compromiso histórico de ser un aliado para el ahorro de las familias con el objetivo de mitigar el impacto de los precios en el bolsillo de sus clientes. Bajo esta premisa, la compañía ha invertido más de **500 millones de euros en promociones** desde 2020. En concreto, en 2024 la compañía invertirá **150 millones de euros** en ofertas, con especial foco en los cerca de 6 millones de socios del **Club Día**, que pueden disfrutar de cupones personalizados, promociones semanales y ofertas de hasta el 40% en sus productos favoritos. A esta iniciativa se le suma los beneficios que ofrece el **programa de alianzas con empresas líderes**, que permite a los clientes de Día ahorrar hasta 500€ en sus compras anuales al contratar los servicios de partners como Endesa, MAPFRE, Galp, Booking, Securitas Direct, Avis, Legálitas o Parques Reunidos.

En el marco de este compromiso, Día ha puesto en marcha una nueva campaña de **promociones con productos a 1 y 2€** para paliar los efectos de la cuesta de septiembre y apoyar a las familias a reponer la despensa tras las vacaciones. Desde el **28 de agosto al 3 de septiembre**, los clientes podrán acceder a más de 200 productos de diversas categorías, tanto de marca Día como de marcas de fabricante, y adquirirlos por un precio cerrado de 1 ó 2 €. Entre los artículos que disfrutarán de esta promoción se encuentran la **Cerveza especial Día Ramblers**, las patatas fritas campesinas Día Snack Maniac, el Refresco de cola zero Día Hola Cola, la **Lasaña boloñesa Día Al Punto** o la Tortilla de trigo 100% Día Al Punto.

Asimismo, con el objetivo de facilitar una compra accesible y económica con productos de máxima calidad a precios asequibles, la compañía ha renovado por completo su surtido de marca propia, con más de **2.400 referencias**, para ofrecer la mejor calidad del mercado. La elección de productos Día combinado con las promociones semanales de Club Día ayuda a **ahorrar un 25% del gasto anual** en la cesta de la compra, es decir, una compra de 1.000€ podría reducirse el gasto a 750-800€. En paralelo, Día ofrece un surtido variado y equilibrado, con productos tanto de marca propia como de marcas de fabricante, para que el cliente tenga la libertad de escoger los artículos que mejor se adapten a sus necesidades.

## Alimentación de calidad al alcance de todos los bolsillos

Conscientes de que seguir una alimentación saludable no siempre es fácil, Día puso en marcha el programa [Comer mejor cada día](#), una iniciativa que busca contribuir a mitigar las barreras alimentarias y facilitar la adopción de hábitos saludables.

En el marco de este programa, la compañía creó el [Decálogo para una alimentación saludable y accesible](#), una serie de recomendaciones para llevar una dieta variada y equilibrada, optimizando al máximo el presupuesto destinado a la compra. Entre las pautas, destaca la importancia de planificar las comidas; priorizar el consumo de productos locales y de temporada; optar por productos de marca propia y artículos en descuento; evitar el consumo de productos precocinados y cocinar en casa, y ahorrar energía elaborando varios platos al mismo tiempo.

\*El estudio se ha realizado mediante un procedimiento de investigación cualitativa y encuesta cuantitativa online lanzada a 320.000 clientes de Club Día entre 18 y 70 años, durante el mes de marzo de 2024, con un volumen obtenido de más de 800 respuestas.

## Sobre Grupo Día

### Cada día más cerca

Somos Grupo Día, 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 en nuestras tiendas físicas como en 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 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, y las 15.000 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 cerca de 10 millones de clientes fidelizados una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y locales y una marca Día de la máxima calidad.

[www.dia.es](http://www.dia.es)

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Día España](#)

Twitter: [@Día\\_Esp](#)

### Para más información:

#### Día España

Raquel González

[raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com](mailto:raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com)

+34 655712890

#### Comunicación Día España

[comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)