

Dia España cierra el 2024 consolidando su modelo de proximidad: renovación total de su marca propia, apoyo al ahorro y crecimiento del e-commerce

/ Tras cuatro años de intenso trabajo, Dia ha finalizado su proyecto “Nueva Calidad Dia”, a través del que ha renovado la totalidad de su marca propia alcanzando un surtido de más de 2.400 productos de la máxima calidad.

/ La compañía ha seguido reforzando su experiencia de compra omnicanal con un canal online que ya llega al 84% de los españoles y una app que en el último año ha experimentado un crecimiento del 25% en ventas, logrando 5 millones de descargas en su primer aniversario.

/ En 2024, Dia ha continuado siendo el aliado del ahorro con una inversión en promociones de 150 millones de euros y un Club de Fidelización, con cerca de 6 millones de socios, que permite a sus clientes un ahorro de hasta un 25% en su compra anual.

/ Dia ha seguido apostando por la dinamización de las comunidades en las que opera impulsando la colaboración con más de 1.200 proveedores locales a los que ha realizado el 96% de sus compras y fomentando el emprendimiento con su red de franquicias que ya suma 1.500 establecimientos y genera 9.000 puestos de trabajo.

26 de diciembre de 2024, Las Rozas de Madrid. Dia España cierra el año afianzando su posición como compañía líder en distribución alimentaria de proximidad, en línea con su propósito de estar cada día más cerca de las familias. Tras cuatro años de intenso trabajo, durante este 2024 Dia ha seguido reforzando su negocio en torno a tres pilares fundamentales - **un surtido variado y equilibrado basado en la máxima calidad a precios asequibles, la mejor experiencia omnicanal y un modelo de tienda renovado que permite hacer una compra rápida, completa, cerca de casa y sin gastar de más** -. Esta nueva apuesta de la compañía le ha permitido consolidar las mejoras en ventas a superficie comparable trimestre a trimestre (+50% en los últimos cuatro años) y dar paso a un negocio sólido y con gran potencial de crecimiento.

*“2024 ha sido un año decisivo para Dia en el que hemos logrado volver a ser una compañía sólida, rentable y competitiva, que mira al futuro con gran confianza, afirma **Ricardo Álvarez, CEO de Dia España.** “Gracias al trabajo conjunto seguimos consolidando nuestra transformación. apostando por un nuevo concepto de tienda; una marca propia 100% renovada de la máxima calidad del mercado y una gran experiencia omnicanal”*



“Nueva Calidad Día”: 2.400 referencias de la máxima calidad

Una de las piedras angulares de esta transformación ha sido su proyecto de “Nueva calidad Día” que ha supuesto la renovación total del surtido de marca Día, con un claro objetivo: lograr la máxima calidad en cada uno de sus productos. Una apuesta de la compañía por fortalecer su propuesta de marca propia al tiempo que se esfuerza por mantener el equilibrio con productos de marca de fabricante para que el cliente tenga siempre libertad de elección.

La compañía ha transformado más **de 2.400 referencias de su marca propia, pivotando sobre tres valores fundamentales: la calidad, la innovación y la creatividad**. A un ritmo de 50 referencias renovadas al mes y con la colaboración de más de 600 proveedores locales, Día ha centrado sus esfuerzos en la “dialización” de su marca, un proceso que ha implicado la revisión de las recetas, con el fin de ofrecer la mejor calidad del mercado apoyándose en una amplia red de proveedores locales, así como en una nueva propuesta creativa que ha englobado el rediseño de sus packaging y la reformulación de los nombres de sus productos anclándose en el humor, la frescura y la autenticidad.

El amplio surtido de Día la marca propia se combina también con otros productos de marca de fabricante, bajo el compromiso de que el cliente tenga libertad de elección sobre los productos que mejor se adapten a sus necesidades y a su presupuesto

Experiencia omnicanal: Un crecimiento de un 25% en las ventas a través de su nueva app

En línea con las demandas actuales, que desvelan que [el 40% de los clientes digitales ya prefiere realizar su compra a través del teléfono](#), la nueva App Día, lanzada hace ahora un año, permite realizar una compra completa, rápida, sencilla y económica a través de su motor de búsqueda mejorado, apoyado en el ‘Machine Learning’ para habilitar la búsqueda inteligente y por voz. **Las ventas a través de la misma han crecido un 25% en 2024, habiendo alcanzado el hito de las 5 millones de descargas en su primer aniversario.**

Día ha incorporado en el último año **nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia de compra** de sus clientes como el ‘Ticket papel 0’, el QR para identificar a los socios del ClubDía o iniciativas gamificadas como la ‘Ruleta de la Suerte’ que ayudan a ahorrar en la compra, acumulando descuentos en el monedero ‘Wallet’.

A través de una navegación sencilla, moderna e intuitiva, la plataforma omnicanal que forman la App Día y dia.es, mejora la experiencia de compra aunando todas las ventajas que ofrece ser socio del ClubDía, su club de fidelización, al tiempo que sirve de complemento para la compra en tienda, pues los usuarios pueden terminar cómodamente su cesta desde sus hogares y recibir allí el pedido restante. Este canal ofrece **cobertura durante todo el año al 84% de la población española, alcanzando a**



35 millones de habitantes, que se amplía a 20 millones más durante la temporada de verano con el objetivo de ofrecer servicio a las principales zonas costeras.

Aliado del ahorro: Más de 150 millones de euros en promociones en 2024

Bajo la premisa de mitigar el impacto de los precios en el bolsillo de sus clientes, la compañía ha invertido más de 500 millones de euros en promociones desde 2020. **En concreto, en 2024 la compañía ha realizado una inversión de 150 millones de euros en promociones**, que se han traducido en descuentos semanales en más de 200 productos, 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.

La elección de productos Día combinado con las promociones semanales de Club Día ayuda a las familias a ahorrar un 25% del gasto anual en la cesta de la compra, es decir, una compra de 1.000€ podría reducir el gasto a 750-800€.

Impulso de la economía: Apuesta por proveedores locales y una red de 1.500 franquicias

En todo este proceso, juegan un papel esencial el apoyo al producto local. Día colabora con **más de 1.200 proveedores nacionales a los que realiza el 96% de sus compras**. Con un surtido de más de 7.500 referencias con equilibrio entre marcas de fabricante y productos Día, la compañía ofrece a sus clientes la libertad de elegir los productos que mejor se acomoden a sus gustos y necesidades. Entre otros, durante este año, la compañía ha invertido más de 30 millones de euros en comprar el 100% de la fruta de la campaña de verano a proveedores locales y ha adquirido las referencias de su carne de marca propia a una red de 58 ganadores regionales con una inversión de 200 millones de euros.

En paralelo, Día sigue impulsando el emprendimiento a través de su red de franquicias, que **ya generan más de 9.000 empleos. Este año la compañía ha alcanzado el hito de los 1.500 franquicias**, una cifra que la ha convertido en la líder **indiscutible por número de franquiciados de distribución alimentaria en el país**, siendo responsable del [11% del total de 13.646 con los que ahora mismo cuenta el sector](#). Un logro que responde al éxito de su nuevo modelo de *partnership*, que le ha permitido elevar la satisfacción y fortalecer las relaciones, al favorecer su rentabilidad, garantizar el correcto abastecimiento de las tiendas, mejorar su tesorería y facilitarles la gestión diaria. Su éxito ha propiciado que **uno de cada tres franquiciados ya sea “multifranquiciado”**, asumiendo la gestión de dos o más establecimientos Día.

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 la mejor 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.

<https://diacorporate.com/>

#CadaDíaMasCerca

LinkedIn: [Día España](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

