

Día suma más de 1 millón de nuevos clientes fidelizados en España durante el último año

/ La compañía ha anunciado una inversión de 175 millones de euros en promociones para este 2025, que se traducirá en descuentos y ofertas especiales de hasta el 40% en más de 200 productos semanales y ventajas exclusivas para los casi seis millones de socios del Club Día, que gracias a estas promociones logran ahorrar hasta un 25% en su compra anual

/ En el marco de su compromiso histórico con el ahorro de los hogares, Día cuenta con un programa de alianzas con empresas líderes como Endesa, Mapfre, Movistar Plus+ o Legálitas que permiten a los socios del Club ahorrar hasta 900 euros en su compra anual

18 de marzo de 2025, Las Rozas de Madrid. Día avanza en el desarrollo de su histórico club de fidelización con más inversión, mayor oferta y mejores descuentos. La compañía ha cerrado su último ejercicio con más de **un millón de nuevos clientes fidelizados** en España, lo que sitúa ya la cifra de total de socios de **'Club Día' en casi 6 millones de personas**. Un crecimiento que responde a la creciente demanda de los consumidores por opciones diferenciales de ahorro en su compra diaria, en un contexto económico donde el precio y las promociones son factores determinantes en la elección.

El Club Día, el gran aliado del ahorro: hasta un 25% de ahorro anual

Durante 2024, Día ha ofrecido **un 20% más de cupones personalizados que el año anterior** basados en los hábitos de compra de sus clientes.. Estos cupones permiten acceder a descuentos ajustados a cada perfil de compra, reforzando el papel del 'Club Día' como una herramienta clave para mejorar la oferta de productos de la mejor calidad a precios asequibles.

Para reforzar su compromiso con el ahorro de las familias, la compañía ha anunciado una inversión de **175 millones de euros en promociones para el año 2025**. Esta inversión supone un incremento del 17% con respecto al año anterior y se traduce en descuentos semanales de hasta el 40% en más de 200 productos. Además, la compañía mantiene su apuesta por ofrecer un surtido completo que combina marcas propias y de fabricante, garantizando la libertad de elección y flexibilidad para que los clientes puedan elegir según sus preferencias y presupuesto.

En los últimos cuatro años, Día ha destinado más de 500 millones de euros a promociones, consolidándose como un aliado para los hogares españoles en un periodo marcado por la inflación y la necesidad de optimizar el gasto en la cesta de la compra.

Con cerca de 6 millones de socios, Club Día se ha consolidado como el primer club de fidelización de la distribución en España, permitiendo a los clientes acceder a ventajas

exclusivas y descuentos que les permiten ahorrar hasta un 25% en su compra anual. En paralelo, la compañía impulsa un **programa de alianzas con empresas líderes** de sectores como la energía, los seguros o el ocio que permite que los socios del Club puedan llegar a **ahorrar hasta 900 euros anuales en sus compras en Dia.** Entre estas compañías con las que Dia mantiene acuerdos destacan Endesa, Mapfre, Securitas Direct, Avis, Legálitas, Movistar Plus+ o Parques Reunidos.

Adaptándose a las tendencias: más digitalización y nuevas formas de ahorrar

Según el estudio **'Tu Borsillo al Dia: estudio sobre tendencias de consumo y ahorro'**, elaborado por Dia, el 80% de los consumidores han cambiado sus hábitos de compra en los últimos años para reducir el gasto destinado a la cesta mensual. La comparación de precios, la preferencia por productos en oferta y el uso de programas de fidelización son algunas de las estrategias más utilizadas por los consumidores.

Los clubes de fidelización han adquirido un papel fundamental en la relación de los clientes con su supermercado de referencia. De hecho, **estos programas se sitúan entre los aspectos más valorados por los consumidores**, influyendo cada vez más en su decisión de compra. Aunque el precio sigue siendo el factor determinante, con siete de cada diez encuestados destacándolo como la principal razón para elegir un supermercado, los programas de fidelización han ganado relevancia, posicionándose como un elemento clave en la preferencia de los clientes. Además, la proximidad de los establecimientos y las ofertas y descuentos disponibles siguen siendo aspectos de peso a la hora de definir la lealtad del consumidor.

En línea con la transformación digital del sector, Dia ha potenciado el uso de su aplicación móvil, que ya cuenta con cerca de 6 millones de descargas. A través de la plataforma, los clientes pueden consultar descuentos, acceder a promociones exclusivas para los clientes de la app y participar en iniciativas gamificadas como la **'Ruleta de la Suerte'**, una **iniciativa que ha repartido 16 millones de premios a los socios durante 2024.**

La app de Dia dispone a su vez de un **pack de bienvenida que ofrece también importantes descuentos** de hasta 30% para las tres primeras compras online, un 20% en panadería, un 15% en fruta y verdura y más de una decena de cupones descuento de hasta el 20% en productos de marca Dia.

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 en nuestras tiendas físicas como en 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 cerca de 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, 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 6.901 millones en 2024.



*Cada día
más cerca*

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/>

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Dia Group](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com