



## Madridenses, riojanos y valencianos, los socios más ahorradores: lideran el uso de cupones del Club Dia

/ En 2024, Dia sumó más de un millón de nuevos socios en su club de fidelización Club Dia, alcanzando los casi 6 millones de clientes fidelizados en España

/ En la búsqueda del ahorro, los socios de la Comunidad Valenciana, La Rioja y Madrid son los más que más usan cupones y promociones personalizadas mientras que los de Extremadura, Cantabria y Andalucía lideran el uso de elementos de gamificación, como la "Ruleta de la Suerte"

/ En el último año, Dia ha destinado 175 millones de euros en promociones, un 17% más que el año anterior, que se traduce en descuentos semanales de hasta el 40% en más de 200 productos y ventajas exclusivas para los socios del Club Dia.

**23 de mayo de 2025, Madrid.** El contexto económico actual, marcado por la inflación y el aumento en los precios de la cesta de la compra, ha transformado por completo los hábitos de consumo de los españoles. Según revela el estudio 'Tu Bolsillo al Dia: estudio sobre tendencias de consumo y ahorro', elaborado por Dia, el 80% de los consumidores han modificado sus hábitos de consumo para reducir el gasto destinado a la cesta mensual. La comparación de precios, la preferencia por productos en oferta y la adhesión a programas de fidelización son hoy estrategias clave en la búsqueda del ahorro.

En este escenario, los clubes de fidelización se han convertido en un elemento clave para el ahorro de las familias españolas y aspecto fundamental en la fidelización de los clientes. Aunque el precio sigue siendo el principal factor de elección, con un 70% de encuestados señalándolo como decisivo, los programas de fidelización ganan peso, influyendo cada vez más en la preferencia del cliente. La proximidad de los establecimientos, así como la oferta y los descuentos disponibles, también siguen siendo determinantes a la hora de construir la lealtad del consumidor.

Conscientes de ello, **Dia continúa reforzando su programa de fidelización, Club Dia, con más inversión, mayor personalización y mejores descuentos.** Solo en 2024, la compañía sumó más de un millón de nuevos socios, alcanzando los casi 6 millones de clientes fidelizados en España, y consolidando Club Dia como el mayor club de fidelización del sector.

**Este crecimiento ha sido especialmente notable en comunidades como Madrid, que concentra ya el 27,2% de los socios,** seguida por Andalucía con el 20,6% y Cataluña con el 11,4%, destacando Madrid como la comunidad con el mayor crecimiento en el interanual, un 22% frente al año anterior. 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 Dia, ofertas personalizadas y juegos gamificados para maximizar el ahorro

Conscientes de las necesidades actuales del consumidor, durante 2024, Club Dia ha seguido fortaleciendo su propuesta de valor con **un 20% más de cupones personalizados**, diseñados a partir de los hábitos de compra de cada cliente. De hecho, **los socios de la Comunidad Valenciana, La Rioja y Madrid son los que más hacen uso de cupones y promociones personalizadas**, permitiéndoles acceder a descuentos adaptados a las preferencias reales del consumidor, maximizando el ahorro en cada ticket.

Por su parte, los socios de **Extremadura, Cantabria y Andalucía lideran el uso de elementos de gamificación, como la "Ruleta de la Suerte"**, un juego semanal que une diversión y ahorro, ofreciendo descuentos exclusivos y productos de regalo para canjear tanto en tienda física como en su web. Desde su lanzamiento, la compañía ha repartido cerca de 3 millones de premios, incluyendo productos de marca propia Dia, descuentos especiales y premios económicos que los clientes pueden acumular en el monedero digital de la app.

A través de sus canales digitales como la app y la web, los socios de Club Dia pueden consultar sus cupones personalizados, participar en promociones, revisar sus compras, activar descuentos y acceder a un surtido amplio adaptado a sus gustos y necesidades.

## El plátano de Canarias o la barra de pan El Molino de Dia, lideran la cesta de la compra

La libertad de elección también es un pilar fundamental de la propuesta de valor de Dia. La compañía ofrece un amplio surtido que combina referencias de marca propia, con la mejor calidad a precios asequibles, con marcas de fabricante, en línea con su compromiso con la flexibilidad y la capacidad de elección de sus clientes. En este contexto, las compras habituales de los socios de Club Dia revelan una homogeneidad a nivel nacional entre los socios de Club Dia.

**El plátano de Canarias o la barra de pan El Molino de Dia**, son los productos que más se repiten en la cesta de la compra de los clientes del Club Dia.

## Dia invierte 175 millones en su compromiso para ser el aliado del ahorro de las familias españolas

En su compromiso con el ahorro de las familias españolas, en 2025, Dia ha destinado **una inversión récord de 175 millones de euros en promociones, un 17% más que el año anterior**, lo que se traduce en descuentos semanales de hasta el 40% en más de 200 productos. Esta política de precios se apoya en un surtido amplio y equilibrado que combina marcas propias y de fabricante, garantizando libertad de elección y la mejor relación calidad-precio.

En los últimos cuatro años, Dia ha invertido más de 500 millones de euros en promociones, consolidando su papel como aliado estratégico de las economías domésticas. Club Dia ofrece un ahorro potencial de hasta un 25% anual a sus socios. Además, a través de un ambicioso **programa de alianzas** con compañías líderes como Endesa, Mapfre, Securitas Direct, Avis, Legálitas, Movistar Plus+ o Parques



Cada día  
más cerca



Reunidos, los socios pueden beneficiarse de **ventajas exclusivas que suponen hasta 900 euros de ahorro adicional al año.**

## 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 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.

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: [Día Group](#)

### **Para más información:**

#### **Día España**

Raquel González

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

+34 655712890

#### **Comunicación Día España**

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

