

Dia lidera la rapidez en el e-commerce: el 90% de sus pedidos se realizan y entregan en el mismo día

/ La posibilidad de planificar con antelación los pedidos para recibirlos en casa en el mismo día o programarlos, así como la puntualidad en las entregas se han convertido en un factor decisivo para fidelizar a los consumidores, según el último estudio 'Tu Bolsillo al día: tendencias de la cesta digital', elaborado por Dia.

/ Dia ha reforzado su apuesta por el online, ofreciendo la flexibilidad de seleccionar en las principales ciudades entre entregas exprés en menos de 1 hora y programadas para el mismo día o para el día siguiente tanto desde la web como desde la app.

/ Actualmente, el e-commerce de Dia llega al 84% de la población española, incluidos 4 millones de vecinos de municipios de menos de 10.000 habitantes, y ya representa cerca del 5% de sus ventas totales, registrando un crecimiento del 30% en el último año.

/ Según el estudio de Dia, un tercio de los consumidores ha aumentado su frecuencia de compra online para realizar al menos un pedido al mes siendo el ahorro de tiempo y dinero, así como la comodidad las principales razones para realizar la compra online.

14 de abril de 2025, Las Rozas de Madrid. El comercio electrónico se ha posicionado como el aliado perfecto para el consumidor actual, que busca mejorar su experiencia de compra optimizando su tiempo y su presupuesto. Según el último estudio **'Tu Bolsillo al día: tendencias de la cesta digital'**, elaborado por Dia sobre hábitos de compra online, se desprende que un tercio de los clientes de la compañía declara haber aumentado su frecuencia de compra online en supermercados en el último año. De hecho, **nueve de cada diez encuestados afirman comprar alimentos online**. En la misma línea, concluye que seis de cada diez eligen hacer la compra online por las ofertas y descuentos, así como por la **posibilidad de planificar con antelación los pedidos** para recibir en casa en el mismo día o programarlos para entregas en 24 horas

La experiencia de compra online más rápida del mercado

La comodidad de realizar pedidos desde casa y la flexibilidad de elegir cuándo recibirlos, sin desplazamientos y adaptándose al ritmo de cada cliente, son algunas de las razones clave por las que el e-commerce continúa consolidándose como una de las opciones de preferencia para hacer la compra. En este contexto, garantizar la puntualidad en las entregas se convierte en un factor decisivo para fidelizar a los clientes, siendo determinante para más de un tercio de ellos (alrededor del 40%), según el estudio.

Conscientes de estas preferencias y nuevas necesidades de los consumidores, Dia continúa reforzando su compromiso con la innovación y rapidez en el servicio, ofreciendo **actualmente la experiencia de compra más rápida del mercado: el 90% de los pedidos online se realizan y entregan el mismo día**. Además, tanto desde la web como desde la

app, los clientes tienen la flexibilidad de seleccionar entre **entregas exprés en menos de 1 hora y programadas para el mismo día o para el día siguiente.**

“Adaptarse a las tendencias de consumo y a las necesidades de nuestros clientes es esencial para crecer, también en online. Tenemos un ecommerce *rentable*, con un crecimiento del 30% (2024 vs 2023) y hemos impulsado su cobertura de un 50% en 2020 al 84% actual, rediseñando nuestra logística para que los barrios en los que operamos tengan a su alcance productos de máxima calidad al mejor precio, en su tienda o directamente en su casa a través de nuestro servicio online con la experiencia de compra más rápida del mercado”, **señala Pedro Devesa, director de Growth de Día España**

Una app omnicanal que ya supera los 5 millones de descargas

La prioridad de Día es estar cada día más cerca de sus clientes, comprendiendo y adaptándose a sus nuevos hábitos. Con este propósito, hace cinco años la compañía puso en marcha un ambicioso proceso de transformación centrado en el impulso del e-commerce y en la omnicanalidad. A día de hoy su **servicio online ya da cobertura al 84% de la población española, incluidos 4 millones de vecinos de municipios de menos de 10.000 habitantes.**

Un hito clave en este camino fue el **lanzamiento, en 2023, de la App de Día**, una plataforma digital diseñada para ofrecer una experiencia de compra rápida, sencilla y personalizada, que centraliza todas las ventajas del Club Día en un mismo dispositivo para que los clientes pueden disfrutarlas tanto en las compras online como en las tiendas físicas. Este lanzamiento ha supuesto un impulso decisivo para la digitalización del modelo de compra, consolidando el crecimiento del canal online. **En tan solo un año, el 60% de las ventas digitales de Día ya se realizan a través de la app**, que ha superado los 5 millones de descargas.

Gracias a esta apuesta por la innovación, **el e-commerce se ha consolidado** como palanca de rentabilidad para la compañía, con un crecimiento del 30% en 2024 respecto al año anterior y una **contribución cercana al 5% del total de las ventas.** Desde 2019, Día ha ampliado de forma notable su cobertura digital, hasta llegar a más de 35 millones de personas actualmente.

El perfil del cliente e-commerce: las preferencias de compra

Entre las categorías más populares de compra online destacan los **productos enlatados y no perecederos** seguidos de los artículos de limpieza y droguería (80%), las bebidas (73%) y los productos refrigerados y congelados (68%). En concreto, la leche semidesnatada de la marca Día Láctea es la favorita de las cestas de los clientes online, estando presente en la lista de la compra digital de cuatro de cada diez familias. Le sigue de cerca el papel higiénico La Llama premium de tres capas (34,3%). Los alimentos frescos, como frutas, verduras, carnes y pescados (52%), completan la clasificación de categorías más populares, demostrando la importancia que este tipo de productos ha adquirido para la dieta de los hogares.

Respecto al perfil del consumidor, los menores de 25 años son los que menos compran a través de los canales digitales: 6 de cada 10 realiza menos del 50% de sus compras online, y

solo un 7,7% realiza su compra completa a través de internet. En contraposición, casi **la mitad de los mayores de 55 años aseguran realizar más del 70% de la compra online.**

¿Las razones? El **ahorro sigue ocupando un puesto fundamental en la cesta de la compra** de los consumidores, especialmente en los jóvenes: un 53,9% de los menores de 35 años eligen realizar sus compras online con el objetivo de encontrar ofertas y descuentos exclusivos. Los consumidores mayores de 35 años valoran principalmente el **ahorro de tiempo y la facilidad** que les brinda este canal de compra frente a la tienda física, así como la rapidez en la compra.

Cautivar al cliente, experiencia de compra más rápida y personalizada

Día acaba de presentar su nuevo **Plan Estratégico 2025-2029**, una hoja de ruta ambiciosa con la que aspira a convertirse en la tienda de alimentación física y online favorita en cada barrio. En este contexto, la compañía seguirá reforzando su propuesta omnicanal con el objetivo de sumar un millón de **nuevos socios a Club Día y aumentar el peso del canal online hasta representar entre el 5% y el 6% de las ventas totales.**

Bajo el lema “Creciendo cada día”, Día pondrá en marcha una batería de iniciativas centradas en mejorar la experiencia del cliente y fortalecer su posición en el mercado. Impulsando la hiperpersonalización mediante la app, acciones gamificadas como la Ruleta de la Suerte, o la cartera digital a través de Club Día, la compañía quiere seguir siendo el aliado del ahorro para las familias.

*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 septiembre de 2024, con un volumen obtenido de más de 1.300 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 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/>

#CadaDíaMásCerca

Linkedin: [Día Group](#)

Para más información:



*Cada día
más cerca*

Grupo Día:

Raquel González | raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com | +34 655 71 28 90