

Dia España muestra un excelente desempeño en el primer trimestre de 2024 (+6,3% LfL) y Argentina mantiene el impulso positivo en cuota en un contexto desafiante

/ Dia España logra ventas netas de 988 millones de euros entre enero y marzo, un 6,1% más que en el mismo periodo de 2023, y enlaza dos años de crecimiento en venta a superficie comparable. Además, la acertada gestión del surtido y la mejora del ecosistema digital han permitido incrementar la venta por m² en un 12,3% comparado con el primer trimestre del año anterior, y continúa la ganancia de cuota de mercado a superficie comparable.

/ Dia Argentina avanza en cuota de mercado a nivel nacional en un entorno generalizado de caída del consumo, apoyado en una propuesta de valor diferenciadora que apuesta por un surtido de productos Dia con precios asequibles, un elemento clave para proteger el bolsillo de los clientes en un contexto como el actual.

24 de abril de 2024, Las Rozas de Madrid. Grupo Dia cierra el primer trimestre del año con un excelente desempeño de su operación en España y un negocio sólido y resiliente frente al desafiante contexto en Argentina. Entre enero y marzo, las **ventas netas del negocio continuado de Grupo Dia¹**, alcanzaron los 1.484 millones de euros, un incremento de 1,1% frente al año anterior, destacando el avance positivo de España (+6,1% vs. 1T 2023).

El positivo desempeño logrado en el trimestre se ha visto afectado por la fuerte devaluación del peso argentino, en un momento en que la operación en el país demuestra su adaptación y excelente gestión pese a la dificultad del contexto macroeconómico.

El avance en **venta comparable (like-for-like)** en España de un 6,3% en el primer trimestre amortigua la desaceleración registrada en Argentina (-7,3% vs. 1T 2023) debido a la contracción del consumo y el negativo desempeño obtenido en Brasil (-10,4% vs. 1T 2023).

España y Argentina avanzan en su hoja de ruta

El primer trimestre del año ha permitido a **Dia España** mostrar la fortaleza de su transformación con un extraordinario desempeño en un contexto de desaceleración del consumo y en el que el cliente mantiene una alta frecuencia de compra (+7,3% vs. 1T 2023) aunque sigue controlando el gasto.

“La solidez del negocio de Dia España ha quedado nuevamente demostrada en el primer trimestre del año, con un avance en venta comparable que permite enlazar dos años consecutivos de crecimiento, y una venta neta que refrenda el éxito de nuestra propuesta de valor única en proximidad. Somos la tienda de barrio y online

¹ Excluye la venta de tiendas que se refiere a la transferencia de tiendas a Alcampo en España, la venta del negocio de Clarel y la venta del negocio de Dia Portugal.

*favorita de miles de personas gracias a un surtido variado y completo, con protagonismo de los productos frescos y con equilibrio entre marcas de fabricante y nuestros excelentes productos Dia a precios asequibles”, destaca **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia.***

Al cierre de marzo, Dia cuenta en España con una red de 2.311 tiendas, de las cuales el 87% opera bajo el nuevo modelo. Además, se ha terminado la renovación de los productos Dia a la Nueva Calidad Dia y el éxito de esta apuesta ha elevado a un 57,5% su peso en la cesta de la compra.

Entre enero y marzo, Dia España ha logrado incrementar la venta por m² en un 12,3% comparado con el mismo período de 2023 gracias, por un lado, a una acertada gestión del surtido, con especial interés en mantener una oferta de frescos que responda a las expectativas de los clientes; y, por otro, a la mejora del ecosistema digital que forma la plataforma omnicanal (web y app Dia) y las mejoras implementadas en Club Dia, medidas que han logrado impulsar la venta digital en un 25,8% en el primer trimestre del año, comparado con el mismo período de 2023.

Con los pilares de la transformación de Dia España ya logrados, la prioridad del equipo en 2024 se centra en el crecimiento orgánico gracias a la fortaleza de la propuesta de valor, reduciendo las necesidades de Capex. Para impulsar el crecimiento del negocio en el país, se apostará por:

- El aumento de la fidelización a través del Club Dia.
- El incremento de la frecuencia y el número de visitas gracias a un atractivo surtido de productos frescos.
- El incremento de la cesta media gracias a la continua revisión e innovación dentro del surtido, combinando las mejores marcas nacionales y la excepcional calidad del surtido de productos Dia.
- La mejora y crecimiento del canal online y la digitalización de nuestros clientes.

“Cada vez más clientes eligen y vuelven a Dia, convencidos de que en su tienda de barrio o en nuestro canal online tienen la mejor relación calidad-precio y ofertas y promociones que facilitan su compra diaria. Esta estrategia, centrada en la satisfacción del cliente, está logrando que Dia siga ganando cuota de mercado a superficie comparable trimestre a trimestre. Guiados por nuestra pasión por el cliente, trabajaremos para garantizar una experiencia de compra que se adapte a sus necesidades, en reforzar su fidelidad y en cumplir el compromiso histórico de Dia con el ahorro de los hogares”, agrega el ejecutivo.

Dia Argentina ha cerrado el primer trimestre del año con 1.048 tiendas operando en el país, el 83% bajo el nuevo modelo. En un entorno generalizado de caída del consumo, se ha logrado ganar cuota de mercado a nivel nacional, apoyados en una propuesta de valor diferenciadora que apuesta por un surtido de productos Dia con precios asequibles, un elemento clave para que los clientes tengan una herramienta de ahorro para afrontar el contexto inflacionario del país.

*“En Argentina, el excelente desempeño operacional nos ha permitido avanzar en cuota de mercado en el primer trimestre del año en la ciudad de Buenos Aires, donde concentramos nuestra operación, en un contexto marcado por el impacto de las medidas macroeconómicas implementadas en el país y con un resultado mermado por la corrección del tipo de cambio”, destaca **Tolcachir.***



Cada día
más cerca

DIA

Entre enero y marzo, el peso de los productos Dia en la cesta de la compra argentina ha avanzado 1,7 puntos porcentuales, hasta el 33,3%, en un contexto marcado por una mayor frecuencia de visita a tienda (+7,9% en número de tickets vs. 1T23), aunque con cestas de menor importe. Hacia delante, el compromiso del equipo en Argentina está en que la propuesta de valor de Dia se adapte a las necesidades de nuestros clientes, en seguir impulsando el peso de los productos Dia en la cesta de la compra y mantener la tendencia positiva en visitas para seguir creciendo en cuota de mercado.

"Quiero agradecer a todo el equipo Dia, a nuestros franquiciados y proveedores. Su compromiso y confianza para afrontar un contexto complejo como el actual es fundamental para seguir impulsando una propuesta de valor ganadora que muestra nuestra pasión por el cliente. Juntos, hemos construido un negocio sólido, capaz de consolidar los avances logrados con la ambición renovada de ser la tienda de barrio y online favorita de nuestros clientes", concluye el **CEO Global de Grupo Dia**.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con más de 4.400 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. 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 a través de nuestras tiendas físicas como de 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 más de 25.700 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, 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 6.759 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 más de 14,1 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y una marca Dia renovada. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

<https://diacorporate.com/>

#cadadiamascerca

Linkedin: [Dia Group](#)

Para más información:

Grupo Dia:

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com
+34 608 710 511



@Grupo Dia



Grupo Dia

diacorporate.com

DIA