

CONOCE

Grupo Dia



*Cada día
más cerca*



Índice

01. Nuestra historia
02. El propósito que guía el negocio y los valores que nos mueven
03. Nuestra propuesta de valor
04. Dia, un vecino más



A smiling man wearing a red cap and a red polo shirt is the central focus of the image. The entire image is overlaid with a semi-transparent red filter. The background is slightly blurred, showing what appears to be a workshop or office environment with various items hanging on the wall.

Nuestra historia

“Somos la tienda de barrio que te facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de calidad a un precio asequible”

Grupo Dia es una red de tiendas de proximidad líder en España, Argentina, Brasil y Portugal que suma casi 5.700 establecimientos de barrio.

Más de 14,3 millones de clientes fidelizados en el mundo disfrutan de una alimentación accesible y al alcance de todos, con productos frescos y una marca Dia de gran calidad a precios asequibles.

Nos apoyamos en un gran equipo a nivel global de más de 33.400 colaboradores en tienda, almacén y oficina, y casi 19.500 en nuestra red de franquiciados, y en una sólida red de proveedores locales formada por 2.800 profesionales que representan el 96% de nuestras compras.

Nuestra compañía cotiza en la bolsa española desde 2011 y facturó 7.286 millones de euros en 2022.

El ecosistema de Grupo Dia es un motor económico en los cuatro países en los que estamos presentes, con una contribución al PIB de 9.274 millones en 2021.



01 Nuestra historia



1979 Dia abre su primera tienda en el barrio de El Pilar, en Madrid (España).



1984 Dia es el pionero de la marca propia en España. La compañía crea su imagen corporativa y lanza al mercado los primeros productos de marca Dia.

1989 Nace la franquicia Dia con la apertura de la primera tienda en Tarancón (Cuenca, España).

1993 Comienza el proceso de internacionalización de Dia con la llegada a Portugal.



1997 Dia abre su primera tienda en Argentina, llevando a América del Sur el concepto de tienda de barrio a precios asequibles.

1998 Nace el Club Dia, el primer club de fidelización del sector de la distribución alimentaria en España.

2001 Dia llega a Brasil con el concepto de tienda de proximidad.

2011 Dia sale a Bolsa en España y se escinde del grupo Carrefour tras diez años como filial de la compañía francesa.

2019 El grupo industrial LetterOne se convierte en el primer accionista de Dia e impulsa la redirección del negocio.



2022 Dia abre una nueva etapa de aceleración hacia el crecimiento apoyada en su gran fortaleza, la proximidad, y guiada por su propósito con la ambición de liderar en la distribución alimentaria de proximidad.

01 Grupo Dia en cifras GRAN CALIDAD, AL ALCANCE DE TODOS



Mayor franquiciadora en España,
7ª de Europa y única *retail* en Argentina

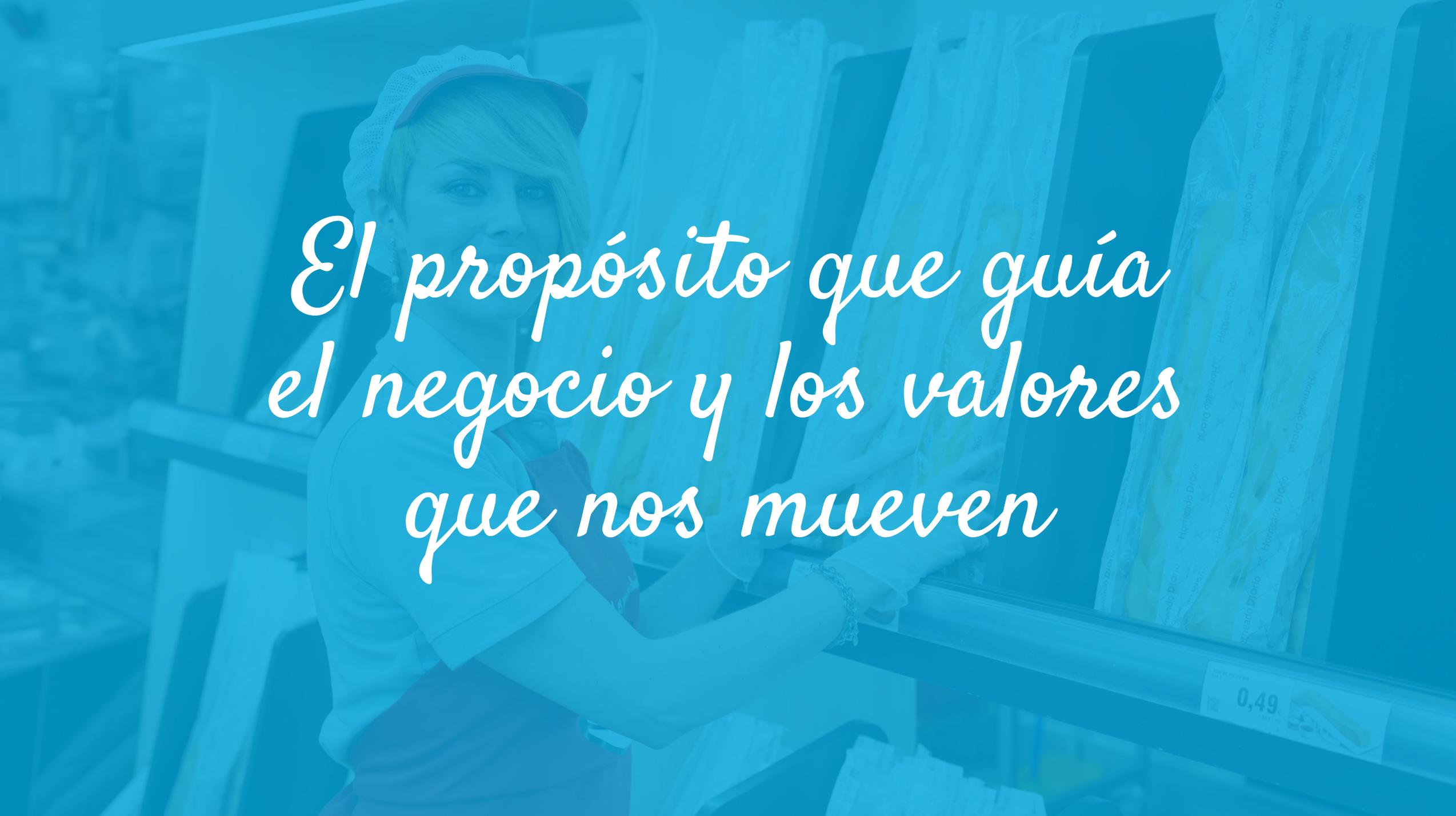


Gran calidad a precios asequibles
y con propuestas atractivas



CONTRIBUCIÓN LOCAL Y EFECTO TRACTOR



A woman with blonde hair, wearing a white hairnet and a white short-sleeved uniform shirt, is standing in a supermarket aisle. She is looking towards the camera with a slight smile. The aisle is filled with shelves of packaged goods, including bags of 'Hormel's Dripps'. A price tag on the shelf in the foreground shows '0,49'. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter, and white text is centered over the woman's face and upper body.

*El propósito que guía
el negocio y los valores
que nos mueven*

02. Un propósito que impulsa el negocio

Estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos.



Somos la tienda de barrio que ofrece un surtido completo, con una gran apuesta por productos frescos y locales, y una marca Dia de gran calidad a precios asequibles.

Colocando a las personas en el centro, hemos construido un negocio responsable y sostenible que valora a todo su ecosistema (equipos, franquiciados, proveedores e inversores) para ofrecer a nuestros clientes una experiencia de primer nivel.

LOS VALORES QUE NOS MUEVEN



PASIÓN POR EL CLIENTE. Estamos cerca ofreciéndole productos de gran calidad a precios asequibles y la mejor experiencia de compra para reenamorarlo cada día.



COMPROMISO CON LOS RESULTADOS. Generamos impacto, definiendo objetivos claros, ambiciosos y realistas, y celebramos los logros cuando los conseguimos.



CRECIMIENTO CONTINUO. Aprender es nuestro motor para crecer. Nos desafiamos continuamente para hacer las cosas de manera más eficiente y ágil.



ESPÍRITU DE COLABORACIÓN. Fomentamos el trabajo en equipo y construimos vínculos auténticos y de confianza basados en nuestra esencia: la cercanía.



SIMPLICIDAD EN LO QUE HACEMOS. Aportamos valor, somos eficientes y generamos alto impacto. Tener un propósito claro nos permite ser coherentes y estar dónde, cuándo y cómo tenemos que estar.

LIDERAZGO EMPRESARIAL CONSOLIDADO

*Cliente*UNIDADES
DE NEGOCIO**RICARDO
ÁLVAREZ**
CEO DIA
ESPAÑA**AGUSTÍN
IBERO**
CEO DIA
ARGENTINA**MARCIO
BARROS**
CEO DIA
BRASIL**MIGUEL SILVA**
DIRECTOR DE
OPERACIONES Y
PORTAVOZ
DEL CONSELHO
EXECUTIVO DE
DIA PORTUGALCENTRO
CORPORATIVO**GUILLAUME GRAS**
CFO GRUPO**ANDRÉS VEGAS**
CHIEF DATA
OFFICER GRUPO**PATRICIO MORENÉS**
GENERAL
COUNSEL GRUPO**PILAR HERMIDA**
CHIEF COMMUNICATIONS
& SUSTAINABILITY
OFFICER**ANTONIO SERRANO**
STRATEGY
DIRECTOR**MARTÍN TOLCHACHIR**
CEO GLOBAL DE GRUPO DIA**BENJAMIN J. BABCOCK**
PRESIDENTE DEL CONSEJO



InmeDiato al plato



Verdura

*Nuestra propuesta
de valor*

03 Nuestra propuesta de valor

La tienda de barrio en la que hacer una compra completa

La proximidad es la esencia de Dia. **Tenemos una propuesta de valor diferenciadora** para nuestros clientes, con un nuevo modelo de tienda y un canal online que nos permite llegar donde nuestro cliente necesite.



2.600

tiendas operan con
el nuevo concepto
a nivel global



48%

de la red global

- Nuestras nuevas tiendas son amplias, luminosas, accesibles, con mayor protagonismo y presencia de los productos frescos.
- Contamos con un nuevo modelo operativo que nos permite realizar una gestión logística entre tienda y almacén más rápida y eficiente, con sistemas domóticos que reducen el consumo de electricidad.



PRODUCTOS MARCA DIA +2.700 productos a nivel global



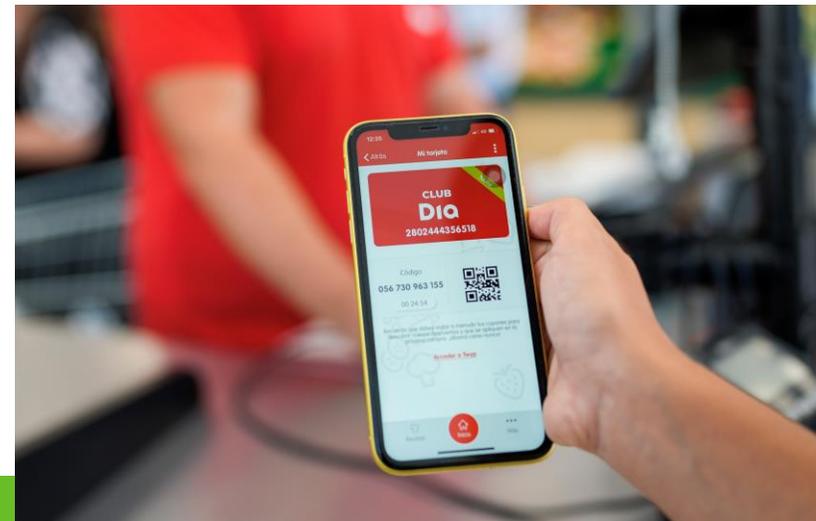
- Hemos transformado nuestra marca Dia, un referente en la despensa de millones de hogares, para ofrecer gran calidad a través de productos que satisfacen las necesidades locales y a precios asequibles.
- Los productos marca Dia son un aliado del ahorro de los hogares y tienen gran peso en la cesta de la compra (52% en España, 31% en Argentina; 29% en Brasil y 42% en Portugal).

03 Nuestra propuesta de valor Siempre cerca con nuestro canal online



El canal online representa el **2,4% de nuestra venta neta a nivel Grupo** y nos permite llegar a **más del 80% de la población española**, a un total de 34 millones de clientes, facilitando a nivel estratégico el despliegue de nuestra estrategia de proximidad. Los envíos en menos de 1 hora ya representan el 40% y hemos ampliado el *ecommerce* en la costa, para poder ofrecer cobertura desde Gerona hasta Huelva.

Recientemente hemos implementado nuevos servicios de **entrega exprés en Argentina** y abierto un innovador canal de **compra por WhatsApp en Brasil**, donde hemos entrado en los *marketplaces* Mercado Livre y Shopee. En **Portugal, el canal online ya alcanza al 55% de la población.**



Más de **14,3 millones de clientes confían en el Club Dia** para ahorrar en su cesta de la compra. Los usuarios reciben ofertas orientadas por perfil y tipo de consumidor, lo que nos permite dar una respuesta adaptada a las necesidades de cada comprador.

Día, un vecino más

04 | Nuestro impacto en las comunidades

Dia es un vecino más en los barrios y comunidades en los que estamos presentes.

Construimos nuestro ecosistema poniendo el foco sobre el talento que forma nuestros equipos, con una apuesta clara por la diversidad y la inclusión.



+30 años
experiencia en
franquicias



1.850
franquiciados a
nivel global



95%
de las compras
se realizan a
proveedores
nacionales

- Con más de 30 años de experiencia como franquiciador, Dia es la 1ª empresa franquiciadora de España (según el ranking de la revista Emprendedores en 2022), 7ª de Europa y única supermercadista que opera con este modelo de gestión en Argentina.
- Tenemos un nuevo modelo de *partnership* ganador para ambas partes. Dia aporta su gran conocimiento del sector, la fuerza de una marca reconocida y el apoyo necesario al franquiciado, un emprendedor local que comparte nuestros valores y pasión por el cliente.
- Conocemos y apoyamos a nuestros franquiciados y proveedores para ser su socio de referencia y, juntos, lograr que nuestro negocio crezca.
- Desarrollamos una gestión proactiva de los retos sociales y medioambientales.

04 | Nuestro impacto en las comunidades

Nuestro negocio tiene un valioso efecto tractor que propicia que el 99% del valor añadido que generamos permanezca en los países en los que operamos, y **por cada euro (1€) de impacto directo, el ecosistema de Dia genera 3,3 euros en la economía.**



9.274M €

Contribución PIB
España, Argentina,
Brasil y Portugal



+86%

Proveedores
locales



De manera agregada, el impacto de la actividad económica de Dia y sus franquiciados da soporte a 9.125 empresas de forma indirecta.

A nivel global, el 95% de nuestras compras, unos 4.700 millones de euros al año, **proceden de 2.700 proveedores locales.**

04 Una causa con impacto real

Nuestra gran red de tiendas y nuestro canal online nos permiten estar donde muchos no llegan y ofrecer gran calidad a precios asequibles. Por eso, **facilitar el acceso a una alimentación de calidad**, independientemente de donde vivas y de tu presupuesto, es el eje sobre el que impulsamos nuestro negocio para dar vida a nuestro propósito.



Desde esta posición única, queremos tener un **impacto real en la sociedad** a través de una palanca clave para las familias: contribuir a generar un cambio de hábitos en la alimentación, fomentando el conocimiento y el acceso a alimentos de calidad y variados, según las diversas necesidades y estilos de vida de las personas.

Ese es el marco de actuación de nuestro programa global **Comer mejor cada día**, una iniciativa que se sustenta en el corazón del negocio para conectar con los barrios y facilitar la transición hacia hábitos de alimentación saludables a todo aquel que quiera hacerlo.



Día

*Cada día
más cerca*