

## AVANCE DE VENTAS 1T2024

# Día España muestra un excelente desempeño en el primer trimestre del año (+6,3% LfL) y Argentina mantiene el impulso positivo en cuota en un contexto desafiante

### Ventas Brutas Bajo Enseña<sup>1</sup>

Desglose de ventas (en millones de euros)	1T24	Like-for-Like <sup>3</sup>	Variación total	
			A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
España continuado <sup>5</sup>	1.181,7	6,3%	6,3%	6,3%
Argentina pre-IAS29	420,8	(7,3%)	(5,9%)	313,4%
<b>Subtotal</b>	<b>1.602,5</b>	<b>(2,2%)</b>	<b>2,8%</b>	<b>94,3%</b>
Brasil	201,4	(10,4%)	(10,6%)	(13,8%)
<b>Total Grupo continuado<sup>5</sup></b>	<b>1.803,9</b>	<b>(2,8%)</b>	<b>1,1%</b>	<b>80,7%</b>
España discontinuado <sup>6</sup>	79,3	(0,1%)	(62,7%)	(62,7%)
Portugal	186,4	(1,3%)	(2,9%)	(2,9%)
<b>Total Grupo pre-IAS29</b>	<b>2.069,6</b>	<b>(2,6%)</b>	<b>(5,5%)</b>	<b>59,4%</b>
IAS29				
<b>Total Grupo post-IAS29</b>				

### Ventas Netas<sup>2</sup>

1T24	Variación total	
	A tipo de cambio corriente	A tipo de cambio constante
988,5	6,1%	6,1%
333,9	(5,6%)	313,4%
<b>1.322,4</b>	<b>2,9%</b>	<b>90,7%</b>
161,3	(11,7%)	(14,8%)
<b>1.483,7</b>	<b>1,1%</b>	<b>77,6%</b>
62,8	(66,3%)	(66,3%)
136,5	(2,9%)	(2,9%)
<b>1.683,0</b>	<b>(6,2%)</b>	<b>56,4%</b>
37,7	-	-
<b>1.720,7</b>	<b>(3,4%)</b>	<b>57,5%</b>

### Grupo continuado<sup>5</sup>

- El 1T 2024 se ha caracterizado por la solidez de nuestro negocio en España, la resiliencia de Día Argentina, ganando cuota de mercado a pesar del contexto, y el proceso de reestructuración que ha desembocado en la solicitud por Día Brasil de una Recuperación Judicial, tal y como se comunicó al mercado.
- Las **ventas comparables<sup>3</sup>** del Grupo continuado<sup>5</sup> (LfL) para el 1T24 se redujeron 2,8% vs. 1T23 afectadas por la contracción del consumo en Argentina y el resultado de Brasil, compensadas parcialmente por el crecimiento en España.
- Las **ventas netas<sup>2</sup>** alcanzaron los 1.484 millones de euros, un 1,1% más vs. 1T23.
- El positivo desempeño del Grupo se vio afectado por la fuerte devaluación del peso argentino, impactando negativamente en las ventas.

### España continuado<sup>5</sup>

- En **España** las **ventas brutas bajo enseña<sup>1</sup>** alcanzaron los 1.182 millones de euros en 1T24, un 6,3% más que 1T23, con el canal online creciendo al 25,8%.
- Las **ventas comparables** (LfL) se incrementaron un 6,3% en el mismo periodo. El buen desempeño del negocio en España ha permitido enlazar dos años consecutivos de crecimiento en ventas comparables.
- Las **ventas netas** avanzaron 6,1% vs. 1T23, hasta los 988 millones de euros.
- Continúa la **ganancia de cuota de mercado** a superficie comparable, ratificando la solidez de la transformación realizada.
- El buen desempeño de las 30 aperturas (realizadas en los últimos 12 meses), ha compensado el cierre de 77 tiendas (excluyendo la venta de tiendas a Alcampo).

### Argentina

- En **Argentina** las **ventas brutas bajo enseña** alcanzaron los 421 millones de euros en 1T24, impactadas por la corrección del tipo de cambio.
- Las **ventas comparables** (LfL) del 1T24 se redujeron un 7,3% (medido en número de unidades), explicado por el contexto macroeconómico del mercado, donde se sigue evidenciando una contracción del consumo. A pesar de esta reducción, Día continúa **ganando en cuota de mercado** a nivel nacional, y **liderando** en la ciudad de Buenos Aires, donde centra sus operaciones.
- Las **ventas netas** se redujeron un 5,6% hasta los 334 millones de euros.
- La devaluación del tipo de cambio ha sido compensado parcialmente por la expansión del parque en 39 tiendas (3,9% de crecimiento).

## Brasil

- En Brasil, las **ventas brutas bajo enseña** se contrajeron un 10,6%, hasta los 201 millones de euros en 1T24, con un **LfL** de -10,4% y una **venta neta** de 161 millones de euros.
- La contracción del parque en 19 tiendas (3,1% de caída) ha sido compensada parcialmente por el beneficio de la apreciación del tipo de cambio.
- Los persistentes resultados negativos en el país han llevado a Dia Brasil a iniciar un proceso de **reestructuración** que ha desembocado en la solicitud por Dia Brasil de una Recuperación Judicial, tal y como ésta fue comunicada al mercado.

## Evolución operativa de 2024: España y Argentina avanzan sobre su hoja de ruta mientras Brasil se enfoca en la reestructuración (y la Recuperación Judicial)

### • España:

- El número de tickets y la frecuencia de compra mantienen una tendencia positiva, con un incremento del 7,3% en 1T23 y una disminución en el importe de la cesta media del 1,0%, ratificando el acierto de la apuesta por la proximidad. El éxito de la estrategia también se ha materializado en la ganancia sostenida de cuota de mercado a superficie comparable.
- Una vez completados los elementos fundamentales de la transformación de Dia España, nuestra prioridad para 2024 se centra en el crecimiento orgánico. Durante 1T24 hemos incrementado nuestra densidad de venta en un +12,3% vs. 1T23 demostrando el poder de las acciones implementadas. Este crecimiento ha sido posible gracias a las siguientes cuatro palancas estratégicas:
  - Las mejoras del Club Dia y la digitalización de clientes, incrementando la fidelización de los mismos.
  - El trabajo sobre el surtido de productos frescos, aumentando la frecuencia de las visitas.
  - La renovación del surtido, combinando las mejores marcas nacionales con la nueva marca Dia (que ya representa el 57,5% de la cesta, +2,9pp vs. 1T23).
  - Las mejoras implementadas en la plataforma online (con una web y app renovadas), que han conseguido incrementar las ventas digitales un 25,8% vs. 1T23, además de cosechar grandes reconocimientos a la calidad del servicio.
- Durante el primer semestre de 2024 se han realizado 1 apertura y 8 cierres. De esta manera, de las 2.311 tiendas al cierre del 1T24 (excluyendo 992 tiendas de Clarel), 2.003 tiendas han sido remodeladas desde 2021 y ya operan bajo el nuevo modelo (el 87% de nuestra red).

### • Argentina:

- En un entorno generalizado de caída del consumo, Dia Argentina ha conseguido ganar cuota de mercado a nivel nacional, consolidando su posición de liderazgo en la región de Buenos Aires, donde centra sus operaciones.
- La propuesta de valor de Dia Argentina se ha visto recompensada en este periodo gracias a la diferenciación en precio y su apuesta por una marca propia de calidad que ha permitido a nuestros clientes afrontar mejor la inflación generalizada. Así, el peso de la marca propia se ha incrementado en +1,7pp vs. 1T23 (hasta el 33,3%).
- La inflación y la incertidumbre generalizada han hecho que los consumidores incrementen el número de visitas a las tiendas haciendo compras más pequeñas. Nuestro modelo de proximidad ha sido favorecido por este cambio de hábitos, respondiendo positivamente con un incremento en el número de tickets de +7,9% vs. 1T23.
- A pesar del gran desempeño operativo de Dia Argentina, su contribución a las ventas del Grupo se ha visto impactada por la devaluación del peso (76% vs. 1T23).
- Al cierre de 1T24, 865 de las 1.048 tiendas en el país operan bajo el nuevo modelo, el 83% de la red. Ante el difícil e incierto contexto macroeconómico, y con el objetivo de proteger la caja durante el 1T24, se ha priorizado la selección estratégica de nuevas ubicaciones y se han realizado únicamente 2 aperturas.

### • Brasil:

- Tal y como se comunicó al mercado en el mes de marzo, Dia Brasil se encuentra inmersa en un proceso de reestructuración y Recuperación Judicial.
- Durante el 2T24 Dia Brasil continuará enfocada en su proceso de reestructuración (y Recuperación Judicial), la negociación con proveedores para normalizar la actividad de las tiendas operativas, así como en reorganizar el negocio para adaptarlo a su nueva realidad.

## Actualización de las operaciones corporativas de Clarel y Portugal

En 2023, la compañía anunció dos operaciones corporativas relevantes en línea con su estrategia enfocada en la distribución alimentaria de proximidad allá donde tiene potencial de crecimiento:

- Tal y como se comunicó al mercado mediante publicación de Otra Información Relevante, complementaria de otra de Información Privilegiada, de fecha 5 de diciembre de 2023, la operación de venta de Clarel al Grupo Trinity se materializó el 1 de abril de 2024.
- Asimismo, el 3 de agosto de 2023, la compañía comunicó, mediante una publicación de Información Privilegiada en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que se había alcanzado un acuerdo con Auchan, sujeto al cumplimiento de determinadas condiciones suspensivas, para la venta de su negocio en Portugal. Este acuerdo está pendiente de la pertinente aprobación por parte de las autoridades de competencia de Portugal. La compañía estima que el cierre de este acuerdo y el traspaso del negocio en Portugal se realizará durante el primer semestre de 2024.

## Prioridades para 2024:

1. España. Crecimiento orgánico gracias a las fortalezas de la propuesta de valor, reduciendo las necesidades de Capex. Este crecimiento se sustentará en 4 palancas estratégicas definidas:
  - El aumento de la fidelización a través del Club Día .
  - El incremento de la frecuencia y el número de visitas gracias a un mejorado 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 con una renovada marca Día.
  - La mejora y crecimiento del canal online y la digitalización de nuestros clientes.
2. Argentina. Apalancamiento de la propuesta de valor (calidad y precio), ganando peso en la marca Día y aumentando el número de visitas gracias al modelo de proximidad que permita seguir ganando cuota de mercado.
3. Brasil. Finalización del proceso de reestructuración (y Recuperación Judicial), dando continuidad a la operativa en las tiendas y estabilidad financiera al negocio.

## Valoración de Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Día:

*“La solidez del negocio de Día 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 donde hacer una compra fácil y rápida. Ofrecemos un surtido completo, con protagonismo de productos frescos y con equilibrio entre marcas de fabricante y excelentes productos Día a precios asequibles. Una propuesta que completa nuestro Club Día, una palanca de ahorro clave para los hogares, que nos permite además personalizar ofertas y promociones y adaptar la experiencia de compra a las necesidades de cada cliente para reforzar su fidelidad.*”

*En Argentina, el excelente desempeño operacional nos ha permitido avanzar en cuota de mercado en el primer trimestre del año, en un contexto de caída de consumo y con un resultado mermado por la corrección del tipo de cambio.*

*En cuanto a Día Brasil, los persistentes resultados negativos de esta unidad de negocio han derivado en el inicio de un proceso de reestructuración que ha desembocado en la solicitud por Día Brasil de una Recuperación Judicial tal como se comunicó al mercado, con el objetivo de intentar superar su actual situación económica y financiera.*

*Quiero agradecer a todo el equipo Día, 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.”*

## NOTAS:

1. Ventas Brutas Bajo Enseña tal y como se definen en el Informe de Gestión Consolidado del 2023. Valor total de la facturación obtenida en las tiendas a tipo de cambio corriente, incluidos todos los impuestos indirectos (valor de ticket de caja) y en todas las tiendas de la Sociedad, tanto propias como franquiciadas.
2. Ventas Netas expresadas a tipo de cambio corriente. En determinados totales y subtotales se aplica la IAS 29 "Información Financiera en economías hiperinflacionarias" correspondiente a Argentina, es decir, ventas afectadas por devaluación y tipo de cambio.
3. Representa la tasa de crecimiento de las Ventas Brutas Bajo Enseña a tipo de cambio constante de aquellas tiendas que hayan operado por un período superior a doce meses y un día en condiciones de negocio similares. Las cifras correspondientes a las ventas Like-for-Like en Argentina han sido ajustadas para reflejar la variación en volumen (unidades).
4. Al final del periodo.
5. 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.
6. Representa únicamente la venta de las 223 tiendas del acuerdo de venta de activos alcanzado con Alcampo, concluido durante el primer semestre del 2023, y la venta del negocio de Clarel.

## DESGLOSE DE TIENDAS A CIERRE DEL IT DE 2024

Desglose de tiendas <sup>4</sup> (en número de tiendas)	1T23	1T24	Var.	Var. (%)
España continuado <sup>5</sup>	2.358	2.311	(47)	(2,0%)
Argentina	1.009	1.048	39	3,9%
Brasil	606	587	(19)	(3,1%)
<b>Total Grupo continuado<sup>5</sup></b>	<b>3.973</b>	<b>3.946</b>	<b>(27)</b>	<b>(0,7%)</b>
España descontinuado <sup>6</sup>	1.152	992	(160)	(13,9%)
Portugal	462	456	(6)	(1,3%)
<b>Total Grupo</b>	<b>5.587</b>	<b>5.394</b>	<b>(193)</b>	<b>(3,5%)</b>

Para más detalles, entre en contacto con:



**Relaciones con Inversores**

[Investor.relations@diagroup.com](mailto:Investor.relations@diagroup.com)

**Medios de Comunicación**

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