

Día España acelera su crecimiento de las ventas hasta el 8,2% en el tercer trimestre de 2025 y sigue ganando cuota de mercado

- **Día España** logró un crecimiento total de las ventas del 8,2% en 3T 2025, impulsado por un sólido crecimiento comparable (LfL) del 6,8% y la aceleración de la apertura de tiendas.
- El volumen de ventas comparable de **Día Argentina** se está estabilizando en medio de efectos cambiarios adversos, lo que ha supuesto una caída del 24% de las ventas en euros.

Ventas brutas bajo la enseña de Día ⁽¹⁾	3T 2025				9M 2025			
	Mn€	Variación interanual (%)			Mn€	Variación interanual (%)		
		LfL ⁽²⁾	A Tipo de cambio Constante	A tipo de cambio ⁽³⁾ Corriente		LfL ⁽²⁾	A Tipo de cambio Constante	A tipo de cambio ⁽³⁾ Corriente
Día España	1.445,4	6,8%	8,2%		4.091,2	7,3%	8,1%	
Día Argentina	337,3	(5,1%)	14,5%	(23,7%)	1.162,3	(12,4%)	20,5%	(10,9%)
Grupo Día	1.782,7	-	9,8%	0,3%	5.253,5	-	11,3%	3,2%
Ventas netas ⁽⁴⁾								
Día España	1.203,6		8,2%		3.405,2		7,7%	
Día Argentina Pre-NIC 29	268,4		14,7%	(23,5%)	923,3		20,3%	(10,8%)
Grupo Día Pre-NIC 29	1.472,0		9,8%	0,6%	4.328,5		10,8%	3,2%
Ajuste NIC 29 ⁽⁵⁾	(49,4)		-	-	(118,2)		-	-
Grupo Día Post-NIC 29	1.422,5		9,2%	(3,2%)	4.210,3		8,5%	(1,8%)

Día España logró un crecimiento interanual del 6,8% en ventas comparables (LfL) en 3T 2025. Esta sólida evolución se debió fundamentalmente a un aumento del 5,2% en el volumen de ventas, impulsado por una base de clientes en expansión y mayores índices de frecuencia, lo que valida el éxito de nuestro modelo de proximidad y nuestra propuesta de valor centrada en el cliente.

Nuestra estrategia de expansión amplificó este sólido crecimiento comparable. Día España sigue ejecutando su plan de apertura de tiendas por delante de lo previsto. Durante los primeros nueve meses del año abrimos 58 nuevas tiendas de proximidad, lo que compensó con creces el cierre de 28 tiendas como parte de la optimización continua de nuestra red. Esta expansión aumentó las ventas en un 1,5% interanual, acelerando el crecimiento total de las ventas hasta el 8,2% interanual en 3T 2025 y elevando las ventas brutas a 1.445 millones de euros. Prevedemos que esta tendencia continúe, con la apertura programada de más de 30 tiendas en 4T 2025.

Nuestra propuesta de valor centrada en el cliente está dando buenos resultados. La oferta de una amplia gama de productos frescos, de alta calidad y de origen local, continúa impulsando el crecimiento, con un aumento del 16% interanual en las ventas de estos productos en 3T 2025. Del mismo modo, nuestro compromiso de ofrecer productos de marca propia de alta calidad a precios asequibles fomenta la fidelidad de nuestros clientes. Las ventas de marca propia crecieron un 9% interanual y las ventas fidelizadas representaron el 55% del total, lo que supone un aumento del 8% interanual, impulsado por un mayor número de clientes y un aumento del gasto medio.

El sólido crecimiento de las ventas de Día continúa superando al mercado, lo que nos ha permitido aumentar nuestra cuota de mercado. Según datos de Nielsen, Día España aumentó su cuota de mercado en 10 puntos básicos (pb) interanuales en 3T 2025. Este logro consolida nuestra posición como el cuarto operador del país y líder indiscutible en el atractivo segmento de proximidad.

Día Argentina está estabilizando su volumen de ventas comparables con un crecimiento del 1,2% intertrimestral en comparación con 2T 2025. Esta mejora intertrimestral contrasta con un descenso interanual del 5,1%, lo que sugiere que la tendencia del consumo está tocando fondo tras las fuertes caídas registradas el año pasado.

El volumen de ventas fidelizadas aumentó un 7% interanual en 3T 2025, lo que demuestra una notable resiliencia, con un aumento tanto de la frecuencia como del volumen por ticket.

La compañía ha tomado medidas decisivas para adaptar su estructura de costes y su red de tiendas, incluido el cierre de 28 tiendas no rentables este año. Esta optimización estratégica se tradujo en una pérdida de volumen prevista del 1,5% interanual en el tercer trimestre, lo que tuvo un impacto positivo en el margen operativo.

Si bien la estabilidad operativa está mejorando, los datos financieros se han visto adversamente afectados por la variación del tipo de cambio. La depreciación interanual del 33% del peso argentino frente al euro en 3T 2025 supuso una caída del 24% de las ventas brutas en euros, que ascendieron a 337 millones.

Dia Argentina sigue centrada en mantener la disciplina financiera y posicionar el negocio para aprovechar el crecimiento esperado y aumentar su rentabilidad a medida que la economía se recupera gradualmente.

Martin Tolcachir (CEO del Grupo): *“Los buenos resultados de Dia en España reafirman la solidez de nuestro modelo de proximidad y nuestra propuesta de valor centrada en el cliente. Seguimos impulsando nuestro crecimiento con la aceleración del plan de expansión de tiendas por delante de lo previsto.*

Mientras tanto, seguimos afrontando con disciplina el difícil contexto macroeconómico en Argentina, manteniéndonos cerca de nuestros clientes y centrándonos rigurosamente en la ejecución.”

Notas:

1. Las ventas brutas bajo la enseña de Dia muestran el valor total de las ventas, incluidos todos los impuestos indirectos (es decir, el IVA), y abarcan tanto las tiendas gestionadas por la empresa como por los franquiciados.
2. La variación de las ventas a perímetro comparable (LfL) se calcula en base a todas las tiendas que han estado operando en condiciones comerciales similares durante un período superior a doce meses y un día. El cambio comparable (LfL) en Dia Argentina refleja los cambios en el volumen de ventas (unidades).
3. La variación interanual a tipo de cambio corriente en 3T 2025 refleja una depreciación del 33 % del peso argentino frente al euro, con un promedio de 1.551 ARS/EUR.
4. Las ventas netas excluyen todos los impuestos indirectos (es decir, el IVA) y el margen bruto del franquiciado.
5. La Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 29 exige que se realicen ajustes contables en las economías hiperinflacionarias (por ejemplo, Argentina) para reflejar la pérdida de poder adquisitivo a lo largo del tiempo.

Número de tiendas a cierre del periodo:

	Sept. 2025	Dic. 2024	Var.	Var. (%)
Dia España	2.332	2.302	30	1,3%
Dia Argentina	1.013	1.041	(28)	(2,7%)
Grupo Dia	3.345	3.343	2	0,1%

Aviso Legal:

Este documento es meramente informativo y no debe considerarse como un servicio, recomendación u oferta de ningún producto, servicio o asesoramiento financiero, ni debe interpretarse como una oferta para vender, intercambiar o adquirir, o una invitación para realizar ofertas de compra de valores emitidos por Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. ("Dia") o cualquiera de sus partes vinculadas.

Ni Dia, ni ninguna de sus partes vinculadas, consejeros, empleados o agentes hacen ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, en relación con la exactitud y/o integridad de la información contenida en este documento y renuncian expresamente a asumir cualquier responsabilidad (ya sea directa o indirecta, contractual, extracontractual o de cualquier otro tipo) en relación con cualquier información aquí contenida o cualquier error u omisión en la misma. No se tiene intención, ni se asume ninguna obligación, de actualizar y/o revisar este documento y/o cualquier proyección, en su caso, incluida en el mismo, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otro tipo, ni se asume la obligación de actualizar las razones por las cuales los resultados reales podrían diferir de los reflejados en la información y/o, en su caso, las proyecciones aquí contenidas.

Dia proporciona información sobre elementos que a su criterio podrían afectar al negocio y a los resultados en los documentos que presenta a la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) en España. Esta información está sujeta a, y debe leerse junto con, toda la demás información disponible públicamente.

Ninguna de las proyecciones futuras, expectativas, estimaciones y/o perspectivas en este documento debe tomarse como pronósticos y/o promesas, ni deben interpretarse como indicaciones, garantías y/o seguridad de que las asunciones sobre las cuales se han preparado dichas proyecciones futuras, expectativas, estimaciones y/o perspectivas, si las hay, son correctas y/o exhaustivas y/o, en el caso de las asunciones, que están completamente descritas en el documento.

La información incluida en este documento no ha sido preparada ni revisada por los auditores de Dia.

Dia Investor Relations:

investor.relations@diagroup.com

T: +34 913985400

www.diacorporate.com