

Dia España acelera el crecimiento de sus ventas hasta el 10,1% en el cuarto trimestre y sigue ganando cuota de mercado

- Dia España logró un crecimiento total de las ventas del 10,1% en el 4T 2025, impulsado por un fuerte crecimiento comparable (LfL) del 7,7% y la aceleración de su plan de expansión de tiendas.
- Dia Argentina confirma la estabilización del volumen de ventas comparables en el 4T 2025 respecto a trimestres anteriores, aunque sus ventas en euros registraron una caída del 26,6% por el efecto adverso del tipo de cambio.

4T 2025					12M 2025			
Ventas brutas bajo la enseña de Dia ⁽¹⁾	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
Dia España	1.473,9	7,7%	10,1%		5.565,1	7,4%	8,6%	
Dia Argentina	348,2	(4,1%)	15,3%	(26,6%)	1.510,5	(10,4%)	18,8%	(15,1%)
Grupo Dia	1.822,1	-	11,5%	0,5%	7.075,5	-	11,2%	2,5%
Ventas netas ⁽⁴⁾								
Dia España	1.211,2		9,8%		4.616,4		8,2%	
Dia Argentina Pre-NIC 29	279,2		16,3%	(25,9%)	1.202,5		19,1%	(14,8%)
Grupo Dia Pre-NIC 29	1.490,4		11,4%	0,7%	5.818,9		10,9%	2,5%
Ajuste NIC 29 ⁽⁵⁾	14,4		-	-	(103,8)		-	-
Grupo Dia Post-NIC 29	1.504,8		3,5%	(5,6%)	5.715,1		7,1%	(2,8%)

Dia España cerró el cuarto trimestre de 2025 con un sólido desempeño operativo, logrando un crecimiento de las ventas totales del 10,1% interanual, hasta alcanzar los 1.474 millones de euros. Este resultado se apoya en un robusto crecimiento de las ventas comparables (LfL) del 7,7%, impulsado principalmente por un incremento del 5,6% en el volumen de ventas. Estos datos confirman la preferencia de los clientes por nuestra propuesta de valor, que se refleja en una base de clientes en expansión y una mayor frecuencia de visita.

La compañía continúa acelerando su hoja de ruta de expansión, situándose por delante de los objetivos previstos. Durante el 4T25, Dia España inauguró 36 nuevos supermercados de proximidad, elevando el total de aperturas anuales a 94. Esta inversión compensó ampliamente la ejecución del plan de optimización de la red, que implicó el cierre de 38 tiendas durante el ejercicio.

El éxito de nuestra estrategia centrada en el cliente se refleja en el excelente comportamiento de las categorías clave. Las ventas de productos frescos aumentaron un 15% interanual, gracias a nuestra apuesta por la calidad y el origen local. Del mismo modo, nuestro compromiso con la oferta de productos de marca Dia de la máxima calidad a precios asequibles favoreció un crecimiento del 12% en esta categoría. Los clientes del Club Dia representaron el 57% del total de las ventas, lo que supone un incremento interanual del 10%, impulsado por un mayor número de clientes y un aumento del gasto medio.

Como resultado, Dia España continúa sobrepasando el crecimiento del mercado. Según los datos de Nielsen IQ, la compañía aumentó su cuota de mercado en 20 puntos básicos (pb) en el 4T25 respecto al mismo periodo del año anterior, consolidando su liderazgo en el segmento de proximidad y su posición como cuarto operador nacional.

En **Dia Argentina**, los indicadores operativos confirman la estabilización del consumo alimentario. La compañía registró un crecimiento intertrimestral del 2,7% en el volumen de ventas comparables (LfL) en el 4T25 frente al 3T25, logrando además una ganancia de 50 puntos básicos de cuota de mercado respecto al 4T24 bajo esta misma métrica. Si bien la comparativa interanual aún refleja un descenso del 4,1%, la tendencia secuencial apunta a una clara estabilización tras los retos macroeconómicos de 2024 y la primera mitad de 2025.

Durante el año, se han tomado medidas decisivas para proteger la rentabilidad, incluyendo el cierre de 34 tiendas deficitarias. Esta optimización estratégica supuso una pérdida de volumen prevista del 1,9% en 4T25, pero con un impacto positivo directo en el margen operativo del negocio.

A nivel financiero, los resultados se vieron afectados por la depreciación interanual del 57% del peso argentino frente al euro en el 4T25, lo que resultó en una caída del 26,6% de las ventas brutas expresadas en euros (348 millones), a pesar de la mejora operativa.

Martín Tolcachir (CEO de Grupo Día): “Los excelentes resultados de Día España en este primer año de ejecución del Plan Estratégico ‘Creciendo cada día’, ratifican el éxito de nuestro modelo de proximidad y la solidez de nuestra estrategia centrada en el cliente. Estamos acelerando el plan de expansión por delante de la hoja de ruta prevista, lo que nos sitúa en una posición privilegiada para seguir superando el crecimiento del sector en 2026.

Al mismo tiempo, hemos logrado estabilizar la operativa del negocio en Argentina y estamos preparados para aprovechar la progresiva recuperación del consumo, manteniendo siempre la disciplina financiera y la cercanía con nuestros clientes.

Mi agradecimiento a todos nuestros equipos y a la red de franquiciados por su profesionalidad y compromiso. Su labor es clave para seguir conquistando a nuestros clientes y reforzando su confianza”

Notas:

1. Las ventas brutas bajo la enseña de Día 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 Día Argentina refleja exclusivamente la variación del volumen de ventas (unidades).
3. La variación interanual a tipo de cambio corriente refleja una depreciación media del 57% del peso argentino frente al euro en 4T 2025 y del 40% en el conjunto del año.
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:

	Dic. 2025	Dic. 2024	Var.	Var. (%)
Día España	2.358	2.302	56	2,4%
Día Argentina	1.007	1.041	(34)	(3,3%)
Grupo Día	3.365	3.343	22	0,7%

Calendario previsto de publicaciones de ventas y resultados de 2026:

Ventas 1T 2026	Resultados 1S 2026	Ventas 3T 2026	Resultados A 2026
23 / abr. / 2026	30 / jul. / 2026	26 / oct. / 2026	25 / feb. / 2027

Aviso: A partir de ahora, las ventas del cuarto trimestre se publicarán junto con los resultados anuales, en línea con la práctica de otras cotizadas del sector en Europa.

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. (“Día”) o cualquiera de sus partes vinculadas.

Ni Día, 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.

Día 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 Día.

DIA Investor Relations:
investor.relations@diagroup.com
 T: +34 913985400
www.diacorporate.com