

RESULTADOS PRIMER SEMESTRE 2025

Grupo Día presenta sólidos resultados, con un beneficio neto de 38 millones de euros hasta junio, impulsados por el fuerte crecimiento de Día España y la resiliencia de Día Argentina

/ Día España es el motor de crecimiento y rentabilidad de Grupo Día. Hasta junio, logra un fuerte impulso en ventas comparables (like-for-like) del 7,5% impulsado por un mayor volumen y con una mejora de 70pp en el margen sobre ventas, hasta el 6,2%. Este fuerte crecimiento ha permitido aumentar la cuota de mercado y consolidar la cuarta posición en el mercado español.

/ Día Argentina ha mostrado nuevamente su resiliencia ante el contexto económico, apoyado en un control prudente de los costes y preservación de la liquidez. La compañía ha logrado mantener una sólida posición de caja neta, con 54 millones de euros a cierre de semestre, protegiendo la capacidad de autofinanciación de la operación en Argentina.

/ En el primer semestre de ejecución del [Plan Estratégico 2025-29, 'Creciendo cada día'](#), Grupo Día ha registrado una venta bruta bajo enseña (GSUB) de 3.471 millones de euros, un 5% más comparado con el mismo semestre de 2024. Asimismo, el EBITDA Ajustado a nivel consolidado incrementó un 4%, hasta los 133 millones de euros, manteniendo el margen sobre ventas netas en 4,7%.

31 de julio de 2025, Las Rozas de Madrid. Grupo Día cierra el primer semestre de 2025 con un **beneficio neto de 38 millones de euros**¹. El resultado se apoya en el extraordinario impulso del negocio en España, un sólido motor de crecimiento y rentabilidad para la compañía, y subraya el éxito de una estrategia enfocada en crear valor sostenible y a largo plazo para sus accionistas y todos sus públicos de interés.

En el primer semestre de ejecución del [Plan Estratégico 2025-29, 'Creciendo cada día'](#), Grupo Día ha registrado una **venta bruta bajo enseña (GSUB) de 3.471 millones de euros**, un 5% más comparado con el mismo semestre de 2024. Asimismo, el **EBITDA Ajustado a nivel consolidado** incrementó un 4%, hasta los 133 millones de euros, **manteniendo el margen sobre ventas netas en 4,7%**. En cuanto al **flujo de caja libre**, a nivel consolidado alcanzó los **98 millones de euros**, lo que ha permitido reducir en 43 millones de euros, hasta 199 millones, la deuda neta de la compañía.

¹ El resultado neto del primer semestre de 2025 incluye 12 millones de euros procedentes de operaciones discontinuadas.

“Nuestro Plan Estratégico a cinco años avanza según lo previsto. En el primer semestre del año, el negocio en España mantiene un crecimiento robusto, rentable y sostenido por el volumen, superior al mercado y consolidando un alto margen operativo y fuerte generación de caja. En Argentina, el negocio muestra resiliencia y se está preparando para capitalizar la esperada recuperación gradual del consumo alimentario, con una gestión prudente de costes y disciplina financiera para preservar la posición neta de caja. Cerramos el semestre con una posición financiera sólida, apalancamiento reducido y elevada liquidez, lo que nos permite afrontar esta etapa de aceleración del crecimiento con confianza”, afirma **Martín Tolcachir, CEO de Grupo Día**. “Además, con un modelo de gobernanza sólido y renovado y un equipo plenamente comprometido con la ejecución de nuestro Plan, estamos consolidando el crecimiento de una compañía líder en proximidad, rentable y capaz de generar valor sostenible a largo plazo para nuestros accionistas. Gracias a todo nuestro equipo, franquiciados y proveedores. Los logros de este semestre son fruto de nuestra pasión por el cliente y nuestro compromiso con ofrecer una experiencia de compra única en proximidad”, añade

El Plan Estratégico 2025-29, presentado el pasado mes de marzo, tiene la ambición de convertir a Día en la tienda preferida de los consumidores en cada barrio y online a través de la evolución de la propuesta de valor omnicanal única en proximidad. Los resultados del primer semestre de 2025 muestran el buen rumbo en el cumplimiento de los objetivos en los **pilares estratégicos: Cautivar al cliente, Liderar el mercado en crecimiento rentable, Fortalecer una base ganadora y Visibilizar el valor de Día**.

Día España, sólido crecimiento en ingresos y significativa expansión de márgenes

Durante el primer semestre del año, el negocio de Día España ha registrado un sólido crecimiento de **+7,5% en ventas comparables like-for-like (LfL) impulsado por el volumen** y superando el desempeño del mercado. Este avance subraya la fortaleza del negocio, impulsado por una **base de clientes** en expansión (+3% interanual, elevando hasta 5,7 millones de miembros de ClubDía) y mayores índices de la frecuencia de compra. Este robusto desempeño ha permitido a la compañía **avanzar en cuota de mercado**, que en el acumulado hasta junio se sitúa en 5% (datos de NielsenIQ), y consolidar su posición como cuarto mayor operador en el mercado de distribución alimentaria española.

La propuesta de valor de Día, centrada en una experiencia omnicanal ágil y rápida, la calidad y la libertad de elección de los clientes, ha logrado que las **ventas brutas bajo enseña (GSUB)** avancen un 8% comparado con el mismo período de 2024, hasta los 2.646 millones de euros. Por su parte, las **ventas netas**

alcanzaron los 2.202 millones de euros, un 7% más vs. el primer semestre de 2024.

El **canal online**, gracias a las mayores tasas de penetración y fidelización y al incremento de ventas, ha sido un robusto contribuidor al crecimiento del periodo. La cifra de negocio en el canal online se situó en **130 millones de euros, un 19% más que el año anterior**.

Con respecto a la venta en España, destaca también el **aumento del producto fresco: su venta crece un 14% comparado con el primer semestre de 2024**, hasta representar el 28,7% de la venta bruta del semestre (+1,6 pp vs. 1S2024).

Asimismo, el peso de los productos Día sobre el total de ventas brutas alcanza el 59,2%, un incremento de +1,6 pp respecto al mismo periodo del año anterior. Estos datos subrayan el éxito de las medidas desplegadas bajo el pilar *Cautivar al cliente*, enfocado en la **alta calidad de los alimentos y productos frescos de procedencia local** y un surtido que equilibra la presencia de productos Día y de los principales fabricantes nacionales e internacionales.

En el primer semestre de 2025, Día ha sumado a su red 45 tiendas, fortaleciendo su presencia en comunidades clave como Andalucía, Castilla y León, Aragón o Cataluña. La expansión de la red de tiendas, parte del segundo pilar del Plan, *Liderar el mercado en crecimiento rentable*, ha contribuido en **0,5pp adicionales al crecimiento de las ventas LfL, hasta un total de 8%**.

Al mismo tiempo, durante el semestre Día ha mejorado la rentabilidad de su red de tiendas tras **eleva la densidad de ventas un 9%**, hasta superar los 5.700 euros por metro cuadrado, lo que también refleja una mayor eficiencia del espacio comercial.

En el marco del **plan de optimización logística** para dotar a la compañía de una red preparada para una expansión sostenible, Día inauguró en mayo un nuevo [centro logístico en Dos Hermanas \(Sevilla\)](#) y comenzó la construcción de otro en [León](#). Ambas instalaciones están diseñadas bajo los elevados estándares medioambientales que ya se aplican al centro logístico de Illescas (Toledo), inaugurado en 2022.

El tercer pilar del Plan, *Fortalecer una base ganadora*, aborda las medidas estratégicas para **fortalecer los cimientos de la compañía** en tres aspectos: desarrollo tecnológico como impulsor del negocio, fortalecimiento de la cultura y desarrollo del equipo, y avance en el impacto sostenible para generar valor en los barrios y comunidades.

Durante la primera mitad del año, Día ha logrado avances en su plan de sostenibilidad '*Cada día cuenta*', avanzado en su **descarbonización de sistemas**

de refrigeración en la red de tiendas. Al cierre de junio, el 17% de las tiendas y el 55% de las plataformas logísticas ya cuentan con sistemas de frío descarbonizados, lo que ha contribuido positivamente a la eficiencia de la operación.

Además, en el primer semestre del año la compañía ha firmado con los representantes sindicales el nuevo [Convenio Colectivo \(vigente hasta finales de 2028\)](#) que garantiza un marco estable y positivo para impulsar la satisfacción y una productividad alineada con los objetivos del Plan Estratégico de la compañía.

Dia Argentina, preparada para capitalizar la recuperación económica

Dia es líder en proximidad en Argentina y una marca consolidada gracias a una propuesta de valor basada en precios asequibles, calidad y apoyo al ahorro de los hogares a través de Club Dia. Esta propuesta sostiene una valoración sobresaliente entre los clientes, con una satisfacción que se eleva trimestre a trimestre.

En un contexto desafiante marcado por el impacto sobre el gasto privado de las medidas de estabilización económica, se ha priorizado una estrategia centrada en el control de costes y la protección de la liquidez. Con el objetivo de **capitalizar la esperada recuperación gradual de la economía**, la compañía cuenta con un **plan de acción proactivo** basado en el impulso de la dinámica comercial, la reducción de costes y la constancia en una disciplina de inversión para preservar la caja.

En el primer semestre del año, la **venta bruta bajo enseña** (GSUB) de Dia Argentina alcanzó los 825 millones de euros, un 4% menos que en el mismo semestre de 2024. La **venta neta**, en tanto, se redujo un 4% y las **ventas en volumen** cayeron un 15,6%. En este contexto, las **ventas de clientes fidelizados incrementan un 9% interanual**, con mayor frecuencia y volumen por ticket, y las ventas de productos frescos incrementan 7% interanual, avances que reflejan la fortaleza de la propuesta de valor. El peso de los productos Dia en la cesta de la compra de los hogares argentinos cierra el semestre en un 31%.

Desempeño financiero por mercados

El sólido desempeño de **Dia España** en el primer semestre del año subraya la fortaleza de su estrategia en proximidad. Además del robusto incremento en venta bruta y neta, el **EBITDA Ajustado del primer semestre incrementa un 20%, hasta los 137 millones de euros**, apoyado en la disciplinada optimización de costes, lo que ha permitido impulsar en +0,7pp el **margen (EBITDA Aj. /venta neta) hasta el 6,2%**.

El **resultado neto de Día España en el primer semestre se sitúa en 48 millones de euros**, cifra que casi duplica la lograda en el primer semestre de 2024. La mejora operativa ha permitido lograr también una **sólida generación de flujo de caja** y una reducción de deuda en el periodo. El **flujo de caja de la operación alcanzó los 164 millones de euros** y la inversión CAPEX realizada durante el semestre para impulsar la expansión supuso 57 millones de euros. Como resultado, el flujo de caja libre del semestre se sitúa en 106 millones de euros (+33% vs. mismo periodo de 2024), que ha contribuido a **reducir la deuda neta en 78 millones de euros**, situando la ratio de endeudamiento en 0,9 veces.

Por su parte, **Día Argentina** ha mostrado nuevamente su resiliencia ante un contexto económico desafiante, apoyado en un control prudente de los costes y preservación de la liquidez. El **EBITDA Ajustado** se contrajo en el primer semestre (-3 millones de euros), lastrado principalmente por la inversión en margen comercial, parcialmente compensado por la reducción de costes. La compañía cierra el periodo con una **sólida posición de liquidez**, con 54 millones de euros de caja neta a cierre de semestre, **protegiendo la capacidad de autofinanciación de la operación en Argentina**.

“Grupo Día ha logrado en el primer semestre del año un desempeño financiero sólido, con una mejora sustancial de los márgenes operativos, una robusta generación de caja y una disciplinada gestión que nos permite sostener la aceleración de la expansión al tiempo que seguimos mejorando la ratio de endeudamiento. Este escenario de bajo apalancamiento, fuerte liquidez y vencimientos a largo plazo pavimentan un sólido camino para lograr los objetivos de nuestro Plan Estratégico 2025-29”, subraya Guillaume Gras, Director Financiero de Grupo Día.

Por último, en el marco del cuarto pilar estratégico, *Visibilizar el valor de Día*, se han impulsado acciones dirigidas a reforzar la percepción de la marca Día y de su capacidad para generar valor a largo plazo. En este sentido, durante la primera mitad del año, la compañía ha avanzado en el desarrollo de **medidas que refuerzan su posicionamiento y grado de conocimiento en el mercado**. Un ejemplo es la celebración del Capital Market Day el pasado mes de marzo, así como una mayor participación en foros especializados y la celebración de *road shows* en Londres y Madrid.

Fruto de esto, la acción de Grupo Día ha registrado una recuperación extraordinaria: **ha más que duplicado su valor en los últimos doce meses, con un incremento de más del 90% en lo que va de 2025** y una **liquidez que se ha multiplicado por diez, con cerca de dos millones de euros negociados de media durante el último trimestre**.



Cada día
más cerca

Este desempeño bursátil es reflejo de la **confianza renovada por parte de los inversores institucionales**, cuya participación en el accionariado sigue creciendo. Los avances del negocio —en cuota de mercado, red logística, e-commerce o sostenibilidad—, combinados con decisiones corporativas estratégicas, están **consolidando la capacidad de Día para generar valor sostenible a medio y largo plazo para sus accionistas y demás públicos de interés**.

Sobre Grupo Día

Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con más de 3.300 establecimientos en España y Argentina. 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 en nuestras tiendas físicas como en nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Día abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las cerca de 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, 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 6.901 millones en 2024.

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 cerca de 10 millones de clientes fidelizados una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y locales y una marca Día de la máxima calidad.

<https://diacorporate.com/>

#CadaDiaMásCerca

LinkedIn: [Grupo Día](#)

Para más información:

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