

Dia rompe la tendencia y gana cuota de mercado en los últimos 12 meses

/ La compañía consolida la cuarta posición en el mercado de la distribución alcanzando un 5% de cuota en el mes de marzo, lo que supone un incremento del 0,1pp con respecto al mismo periodo del año anterior, según datos de NielsenIQ¹, que mide la evolución de las ventas de los diferentes players del sector.

/ Gracias a esta buena evolución, Dia registra un incremento +0,1pp en el acumulado del primer trimestre de 2025 vs 2024, ganando cuota de mercado en los últimos 12 meses (TAM)².

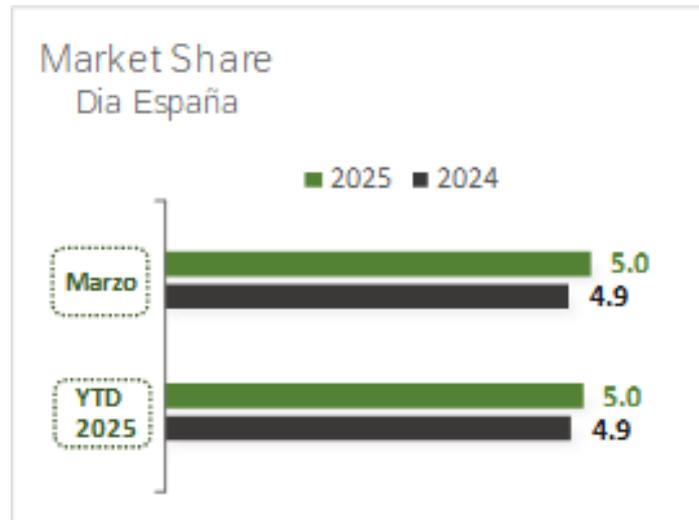
/ Esta recuperación se debe, en gran parte, a la apuesta de la compañía por el proyecto “Nueva Calidad Dia”, combinando una marca propia de máxima calidad junto con las mejores marcas internacionales.

21 de abril de 2025, Las Rozas de Madrid. Dia continúa avanzando en la consolidación de su modelo de proximidad a nivel nacional, reforzando su **cuarta posición** en el sector de la distribución. La compañía **ha alcanzado un 5% de cuota de mercado en el mes de marzo de 2025**, un +0,1pp frente al mismo periodo del año anterior y ha registrado una evolución positiva de +0,1pp en el acumulado del primer trimestre de 2025 vs 2024.

Su crecimiento no ha sido solo en el primer trimestre de este año, sino que lleva **ganando cuota de mercado en los últimos 12 meses (TAM)** según los últimos datos ofrecido por NielsenIQ, que se basan en el análisis de las ventas de producto declaradas.

¹ Nielsen IQ es el principal proveedor de inteligencia de consumo del mundo que permite medir el crecimiento de un negocio en categorías, canales y mercados globales. Con presencia en 90 países, mide 7,2 millones de dólares del gasto global de los consumidores en 21,3 millones de tiendas, 82.000 comercios en línea y 162 millones de productos.

² Total Año Móvil



El éxito de una marca propia de la máxima calidad

Este crecimiento sostenido refleja la capacidad para **adaptarse a las demandas del consumidor y a las tendencias del sector.**

Uno de los factores determinantes que ha impulsado las ventas de la compañía, y por extensión la recuperación de cuota de mercado, ha sido la **apuesta de la compañía por ofrecer un surtido equilibrado con las mejores marcas de fabricante nacionales e internacionales y una marca propia de la máxima calidad** a precios asequibles. El éxito de los productos de la “Nueva Calidad Dia” se refleja en sus ventas, que ya representan el 58% de la cesta, frente al 46,7% de media del sector alcanzado en febrero según datos de NielsenIQ.

A esto se une la libertad de elección asegurada, ya que sus clientes pueden optar entre diferentes marcas de fabricante y los productos de “Nueva Calidad Dia”. El crecimiento del e-commerce también ha sido clave. En este sentido, la **cuota de mercado de Dia en el canal online se situaba en febrero de 2025 en un 8,5%**, un 0,4% más que en el mismo periodo del año anterior. Estos datos positivos se deben al refuerzo de la compañía de su presencia digital, con el que ya da servicio a más del 84% de la población española, incluyendo cuatro millones de vecinos de municipios de menos de 10.000 habitantes.

Apuesta por los frescos y más de 2.400 referencias de “Nueva Calidad Dia”

En su compromiso con la calidad de su surtido, Dia finalizó el pasado año su proyecto de “Nueva calidad Dia” que ha supuesto la renovación total de los productos de marca Dia, con un claro objetivo: lograr la mayor calidad del mercado.



Cada día
más cerca



Tras cuatro años de duro trabajo, Dia consolidó en 2024 la renovación de su marca propia, con **2.400 referencias que combinan tres valores clave: máxima calidad, innovación y creatividad**. Un proceso que ha implicado la revisión de las recetas, con el fin de ofrecer la mejor calidad del mercado apoyándose en una amplia red de proveedores locales.

Esto, combinado con el **equilibrio 50/50 del surtido** con las principales marcas de fabricante, ha potenciado la libertad del cliente a la hora de elegir los productos que mejor se adapten a sus necesidades y presupuesto, consolidando a la compañía en el mercado de la distribución y conquistando a nuevos clientes.

Además, la renovada propuesta de Dia se distingue por el gran **protagonismo de los productos frescos**, una firme apuesta que ha ganado presencia en el nuevo concepto de tienda, que sitúa a estos alimentos en el centro de los establecimientos, como las frutas y verduras de temporada, los pescados o las carnes frescas de pollo, pavo, conejo, vacuno o porcino de origen España.

De acuerdo con los datos de NielsenIQ, entre los productos destacados que han impulsado esta recuperación se encuentran categorías como la **carne fresca y los yogures, que han experimentado crecimientos significativos tanto en la tienda física como en la tienda online**. Así, por ejemplo, la cuota de mercado de la carne fresca envasada ha alcanzado una cuota de +0,2 frente al mismo periodo en el año anterior.

Asimismo, los **productos frescos también son protagonistas del incremento de la cuota de mercado de Dia**, alcanzando un 4,9% en febrero de este año, un 0,2% más de cuota frente al mismo mes de 2024.





*Cada día
más cerca*



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/>

[#CadaDiaMasCerca](#)

LinkedIn: [Día Group](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

