

Día España cierra 2025 con 94 nuevas aperturas, un nuevo centro logístico y creciendo en cuota de mercado

/ La compañía refuerza su posición en el sector de la distribución alcanzando el 5,2% de cuota de mercado en noviembre, +0,2 puntos porcentuales (pp) con respecto al mismo periodo de 2024, y sumando 94 nuevos supermercados a su red.

/ En su apuesta por fortalecer su infraestructura logística, Día ha inaugurado este año un nuevo centro logístico en Sevilla.

/ En el marco de su compromiso con las personas, Día firmó el 2025 un nuevo Convenio Colectivo que mejora las condiciones de sus equipos.

/ La compañía ha sido reconocida entre las 100 empresas con mejor reputación del país en el ranking MERCO Empresas 2025.

2 de enero de 2026, Las Rozas de Madrid. Con el objetivo de ser la tienda favorita de sus clientes, Día continúa avanzando en la ejecución de su [Plan Estratégico 2025-29 'Creciendo cada día'](#). Esta hoja de ruta nació con la ambición de conquistar al cliente mediante una propuesta de valor omnicanal diferenciada y basada en la proximidad, apoyada en cuatro pilares clave: *cautivar al cliente, liderar el mercado en crecimiento rentable, fortalecer una base ganadora y visibilizar el valor de la compañía*.

Una expansión pensada para acercar una compra fácil, completa y asequible

La compañía continúa trabajando en su compromiso por ofrecer una compra completa, rápida y asequible, allí donde sus clientes la necesiten. Durante este 2025, bajo el pilar del plan de *liderar al mercado en crecimiento rentable*, Día ha consolidado su expansión con la apertura de **94 establecimientos en toda España**, fortaleciendo su liderazgo en el formato de proximidad y **superando en un 57% los objetivos de expansión establecidos**.

Gracias a esta expansión, la mejora continua del surtido, con especial foco en los productos frescos, y la apuesta por una experiencia de compra más conveniente y accesible para sus clientes, **Día ha consolidado su cuarta posición en el mercado de la distribución, creciendo en cuota de mercado mes a mes, y alcanzando el 5'2% en el mes de noviembre, +0,2 pp con respecto al mismo periodo de 2024,**

reforzando su tendencia positiva y sostenida según los últimos datos de NielsenIQ¹.

“Los resultados confirman que avanzamos en la dirección correcta. Estamos cumpliendo los hitos de nuestro Plan Estratégico y reforzando nuestra aspiración de ser la opción de compra más fácil y rápida para nuestros clientes. Las nuevas aperturas, el fortalecimiento de nuestra red logística, la apuesta decidida por el e-commerce y por nuestras personas son la base sobre la que estamos construyendo nuestro crecimiento” señala **Ricardo Álvarez, CEO de Día España**.

En línea con su misión de dinamizar la economía local y llegar donde otros no llegan, algunas de las aperturas se hicieron en **pequeños municipios** como Belorado (Burgos), Alcañices (Zamora) o Babilafuente (Salamanca), este último, con apenas 925 habitantes.

Cautivar al cliente: El e-commerce más rápido de mercado

En el pilar de *cautivar al cliente*, el e-commerce se ha convertido en una de las palancas clave para Día. La compañía ha impulsado su servicio online a todas las capitales de provincia peninsulares y Ceuta. Actualmente, el e-commerce de Día alcanza al **84% de la población peninsular** —más de 35 millones de personas— frente al 50% de cobertura en 2020, ofreciendo el servicio más rápido del mercado, con la mayor cobertura en la costa.

Asimismo, la app de Día se consolida como un pilar fundamental de su propuesta omnicanal. Con **más de cinco millones de descargas de su app y cerca de 6 millones de clientes del Club Día**, constituye un canal clave de ahorro, comodidad y personalización. La plataforma permite realizar una compra rápida, en tres clics, y reúne todas las ventajas del programa de fidelización Club Día.

Entre las iniciativas de más éxito del Club Día se encuentra la Ruleta de la Suerte, un juego semanal que combina entretenimiento y beneficios directos para el usuario. Solo en 2025, esta iniciativa ha distribuido **cerca de 30 millones de premios** en forma de descuentos, productos gratuitos y bonificaciones utilizables en tienda y en día.es.

Igualmente, Día ha anunciado que invertirá más de **15 millones de euros en la transformación digital de los terminales de venta (TPVs) en sus más de 2.300 tiendas, con el objetivo de impulsar la experiencia del cliente**. La inversión, que se realizará principalmente en 2026 y 2027, se destinará a la instalación de nuevo

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.

hardware de última generación y pantallas de información más intuitivas centradas en la agilización de procesos, la reducción de tiempos de espera y una mejora tangible en el punto de venta, reforzando al mismo tiempo el modelo de negocio cercano y accesible que caracteriza a Día.

135 innovaciones, máxima calidad y proveedores locales

La compañía continúa fortaleciendo su compromiso con la calidad de su surtido, con especial foco en frescos. Para ello, la compañía trabaja de la mano de más de **1.100 proveedores en España, a los que realiza el 96% de sus compras**, una red que le permite garantizar productos de proximidad y la mejor calidad a precios asequibles.

Este compromiso se ha intensificado en 2025, año en el que se ha invertido **275 millones de euros en carne de origen español**, un 40% más que en 2024, y **150 millones de euros en pescado adquirido a proveedores locales**, lo que supone un crecimiento del 13% respecto al ejercicio anterior, entre otros.

Día cuenta con un surtido equilibrado, donde los clientes pueden elegir entre productos de marca propia de la máxima calidad y las principales marcas de fabricante. Un surtido en el que también se apuesta por la innovación. En 2025 han lanzado **135 innovaciones de producto** entre las que destaca la ampliación de las referencias de productos sin gluten hasta alcanzar los **más de 300 productos**, con 30 referencias exclusivas de la nueva gama “Día sin gluten”, y las **cerca de 100 referencias de la gama específica para cocinar en AirFryer**. Con estas novedades, Día avanza en su compromiso por ofrecer un surtido variado, completo y alineado con las preferencias y necesidades actuales del consumidor.

Fortalecer una base ganadora: La red logística, clave en el crecimiento de la compañía

Fortalecer una base ganadora es otro de sus pilares estratégicos. Por un lado, Día tiene como objetivo contar con una cadena de suministro a la medida del negocio y con capacidad para asumir la expansión de tiendas y así garantizar un servicio de calidad y la experiencia de compra rápida, ágil y cómoda. Así, la compañía continúa reforzando su red logística con una **inversión prevista de más de 70 millones de euros hasta 2029 a los que hay que sumar la inversión a cargo de sus socios inmobiliarios para la promoción y desarrollo de los nuevos centros logísticos**. Esto supondrá la ampliación de su superficie en más de **145.000 m2, un 40% más respecto a la superficie actual, hasta los 493.300 m2**.

Durante este 2025, Día ha inaugurado el **centro de distribución de Sevilla, ha comenzado las obras del de León que inaugurará en 2026 y ha anunciado la construcción de uno nuevo en Málaga** para 2027.

La apuesta por las personas

Por otro lado, la compañía sigue apostando por sus personas. En mayo de este año, **Día y los sindicatos Fetico, CCOO y UGT sellaron un importante acuerdo que refuerza el compromiso de la compañía con su plantilla.** Este pacto, que beneficia a cerca de 14.000 empleados en España, mejora significativamente sus condiciones salariales con un aumento de entre un 10% y un 20% hasta 2028 para los empleados de tiendas y almacenes, así como mejores medidas sociales y de conciliación, proyectando un futuro de mayor bienestar para todos.

Comprometidos con la sostenibilidad

En este 2025 Día ha acelerado la transformación de su red de tiendas en España con una inversión de **125 millones de euros hasta 2029 que permitirá reducir la huella de carbono y mejorar la eficiencia de su operación.** La descarbonización de los equipos de frío en tiendas y almacenes es una de las iniciativas del Plan de Transición impulsado en el marco del Plan Estratégico de Sostenibilidad 2024-25, 'Cada día cuenta'.

Por otro lado, **en el área de sostenibilidad social,** el programa [Comer mejor cada día](#) ha dado un paso decisivo en su compromiso por promover una alimentación más saludable y accesible para todos los hogares. Se han firmado alianzas estratégicas con la [Sociedad Española de Nutrición Comunitaria \(SENC\)](#) y con la [Fundación Española de Nutrición](#). Igualmente, la compañía ha reforzado su determinación con la firma de la alianza con [Pacto Mundial de Naciones Unidas](#), con el fin de alinear su estrategia con los Diez Principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Visibilizando el valor de Día

En línea con el Plan Estratégico 2025-29, y su pilar de *visibilizar el valor de Día*, la compañía avanza en un conjunto de acciones diseñadas para fortalecer su reconocimiento en el mercado.

La reputación de Día España ha logrado un crecimiento continuado desde 2020 y este año se ha situado entre las 100 empresas con mejor reputación del país en el ranking **MERCO Empresas 2025, alcanzando el puesto 74º, lo que supone un avance de 31 posiciones respecto a la edición anterior.** Un reconocimiento que refrenda el gran esfuerzo y compromiso de la compañía tanto con sus clientes

como con el resto de sus públicos de interés y la transformación completa de su negocio y cultura corporativa.

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 la máxima 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 la máxima 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. Somos una de las 100 empresas con mejor reputación en España y Argentina según el monitor empresarial MERCO. Además, nos hemos posicionado como la primera franquiciadora en España y la única en el sector de los supermercados con Certificación FRANQ en Argentina.

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/>

#CadaDíaMásCerca

Linkedin: [Grupo Día](#)

Para más información:

Día España Pilar Hermida 667 421 025 pilar.hermida@diagroup.com