

Más de la mitad de las franquicias Día en municipios de baja densidad poblacional están lideradas por mujeres

/ Con motivo del Día Internacional de la Mujer Rural, Día pone en valor el papel de sus franquiciadas como emprendedoras locales que mantienen vivo el comercio de proximidad en pequeños municipios.

/ Día cuenta con el 30% de su tiendas franquiciadas situadas en municipios de de baja densidad poblacional, de las cuales más de 200 están gestionadas por mujeres.

/ A través de sus tiendas, las franquiciadas Día contribuyen a generar empleo, facilitar el acceso a una compra completa y mantener espacios de encuentro en entornos rurales.

/ Actualmente Día está presente en más de 600 pueblos en toda España y se posiciona como un agente clave para el bienestar social, dado que uno de cada cinco clientes de la cadena reside actualmente en una zona rural.

15 de octubre de 2026, Las Rozas de Madrid. En muchos pequeños municipios, hacer la compra es mucho más que una rutina: es una forma de mantener servicios cerca, evitar desplazamientos y reforzar el vínculo entre vecinos. En ese contexto, el supermercado de proximidad cumple un papel esencial en la vida diaria de las comunidades rurales.

Con motivo del **Día Internacional de la Mujer Rural**, Día pone en valor el papel de sus franquiciadas en municipios de baja densidad poblacional. Mujeres emprendedoras que, al frente de sus tiendas, contribuyen a generar empleo local, facilitar el acceso a una compra completa, cercana y asequible, y mantener vivo el comercio de proximidad.

Un 30% de las franquicias de Día se ubica en municipios de baja densidad poblacional

Día cuenta con más de 1.600 tiendas franquiciadas en España que generan más de 11.000 puestos de trabajo, **un 30% de estos supermercados se encuentran en municipios de baja densidad poblacional**. De estas, **más de 200 tiendas están gestionadas por mujeres**, es decir, el 51% de las franquicias Día en este tipo de localidades.

Este dato pone de manifiesto el peso que el emprendimiento femenino tiene dentro del modelo de franquicia de Día, donde **más de la mitad de las franquicias a nivel nacional están lideradas por mujeres**. En el caso de los municipios más pequeños, esta realidad adquiere una dimensión especialmente relevante por el papel que estas tiendas desempeñan en la vida diaria de los vecinos. *"En Día, la franquicia es una parte esencial de nuestro modelo de proximidad. Nos permite estar allí donde nuestros clientes nos necesitan y hacerlo de la mano de personas que conocen su entorno, a sus vecinos y las necesidades reales de cada comunidad. En los municipios más pequeños, nuestras franquiciadas son un ejemplo de emprendimiento, cercanía y compromiso con el territorio"*, señala **Manoli Peña, directora de Franquicias de Día España**.

Historias que conectan emprendimiento y territorio

Detrás de estos datos hay historias como la de **María Granados Labrador**, franquiciada Día en **Quesada, Jaén**, que lleva 26 años al frente de su tienda. Cuando emprendió, el municipio contaba principalmente con pequeños comercios de alimentación; hoy, su supermercado forma parte de la vida cotidiana del pueblo. *“Después de tantos años, conozco a los hijos y nietos de mis primeros clientes. Poder desarrollar mi actividad profesional en este pequeño pueblo y, al mismo tiempo, prestar un servicio a mis vecinos es una de las partes más gratificantes de ser mujer y emprendedora en un entorno rural”*, explica.

En **Riópar, Albacete**, **Inmaculada García Niño** destaca el papel de su tienda como motor económico y social del municipio. En un entorno marcado por la estacionalidad del turismo, su prioridad ha sido adaptar el servicio a quienes viven allí todo el año, con una atención cercana y soluciones ajustadas a las necesidades del pueblo. *“El negocio de la alimentación es el corazón de cualquier comunidad; si el pueblo compra y come aquí, el dinero se queda en el territorio”*, afirma. *“Como mujer rural, emprender con el respaldo de una franquicia me ha permitido gestionar un negocio moderno, estable y seguro”*.

También **Yoselis Luces Suárez**, franquiciada Día en **Calera y Chozas, Toledo**, representa cómo el modelo de franquicia puede abrir nuevas oportunidades profesionales. Originaria de Venezuela, comenzó trabajando en distintas tiendas Día en Madrid, donde llegó a ser responsable de tienda, antes de dar el salto al autoempleo en un entorno rural. Hoy, su supermercado genera empleo local y funciona como un punto de encuentro para los vecinos, especialmente para personas mayores que encuentran en la tienda un espacio cercano, familiar y accesible.

Emprender con respaldo y arraigo

Actualmente **Día está presente en más de 600 pueblos en toda España**, entre los que destacan localidades como Hospital de Órbigo en León, Babilafuente en Salamanca o Biescas en Huesca. En el marco de su Plan de Sostenibilidad 2026-2029 ‘El valor de cada Día’, la corporación fija como objetivo estratégico acercar su propuesta comercial a 3 millones de personas adicionales en España, expandiendo la red comercial en zonas rurales, estimulando el emprendimiento a través del régimen de franquicias y apoyando de forma prioritaria a los proveedores locales.

El arraigo de los supermercados Día en los municipios pequeños posiciona a la empresa como **un agente clave para el bienestar social, dado que uno de cada cinco clientes de la cadena reside actualmente en una zona rural**. Este despliegue tiene un impacto directo en el tejido productivo nacional a través de la red de más de 1.000 franquiciados de la compañía. El modelo de franquicia de Día permite impulsar proyectos de emprendimiento local con el respaldo de una marca consolidada, formación, acompañamiento y un sistema de trabajo que facilita la gestión diaria del negocio.



A tu lado

En **municipios rurales y de menor densidad poblacional**, este modelo adquiere una dimensión especialmente relevante: permite mantener servicios esenciales, acercar una oferta de alimentación completa y reforzar el vínculo entre la tienda y la comunidad.

Para Día, sus franquiciadas son una pieza clave en su modelo de proximidad. Su conocimiento del territorio, la relación directa con los clientes y su capacidad para adaptar el servicio a cada entorno contribuyen a que la compañía siga estando cerca de las personas, también allí donde el comercio local desempeña un papel fundamental.

Sobre Grupo Día

A tu lado

Grupo Día es la red líder de supermercados de proximidad en España y Argentina, consolidada como el cuarto operador del mercado español y tiene el propósito de dar vida al día a día en cada comunidad donde opera.

Con la ambición de ser el supermercado preferido de los clientes para sus compras diarias en cada barrio y online, Grupo Día cuenta en España con más de 2.400 tiendas y una cobertura online que alcanza a 8 de cada 10 hogares, dando el servicio más rápido del país. Su modelo de negocio se centra en un surtido completo de productos frescos servidos a diario, libertad de elección a los clientes entre la máxima calidad de productos de marca Día y las principales marcas de fabricante y soluciones reales que ahorran tiempo y esfuerzo para hacer la vida más fácil a sus clientes. Este ecosistema aporta un 0,43% al PIB del país y sostiene más de 100.000 empleos directos e indirectos. En Argentina, la compañía cuenta con más de mil tiendas y un sólido canal online, siendo líder en proximidad en el Área Metropolitana de Buenos Aires y la marca más elegida por los clientes.

La compañía integra a un equipo de más de 34.000 profesionales en tiendas, almacenes y oficinas, además de su extensa red de franquicias que ya supone más de un 70% de toda su red destacando como la primera franquiciadora en el mercado español y la única cadena de supermercados con Certificación FRANQ en Argentina. Su compromiso con el entorno local se refleja en que el 96% de sus compras anuales se realizan a proveedores nacionales, garantizando una alimentación de calidad para sus cerca de 10 millones de clientes fidelizados en ambos países.

Cotizada en la bolsa española desde 2011, Grupo Día alcanzó una facturación de 7.076 millones de euros en 2025. Actualmente, se sitúa entre las 100 empresas con mejor reputación en España y Argentina según el monitor MERCO y es reconocida por promover el bienestar accesible a través de su programa 'Comer mejor cada día' y situar a las personas en el centro de todas sus decisiones.

<https://diacorporate.com/>

#ATuLado

Linkedin: [Día España](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

SAMY (agencia de comunicación)

grupodia@samy.com Lucía Martínez (+34 634 541 099)