

## Día refuerza su apoyo al campo español con una inversión de más de 42 millones de euros en fruta de verano de origen local

/ Durante la campaña de verano, Día reforzará su oferta de fruta de hueso, como albaricoques, ciruelas o paraguayos, y de sandía y melón con productos 100% de origen español, a través de alianzas con agricultores locales de regiones de tradición hortofrutícola como Andalucía, Murcia o Aragón, entre otras.

/ La iniciativa, que supone una inversión de alrededor de un 20% más que en 2025, se enmarca en el [Plan Estratégico 2025-2029 de Día](#) y busca facilitar el acceso a alimentos frescos y de máxima calidad.

/ Con esta inversión, Día refuerza su contribución al tejido económico local. Sólo en 2024, las compras totales de Día a proveedores en España, generaron un impacto en la economía española estimado de 3.828 millones de euros y más de 67.500 empleos asociados.

**1 de junio de 2026, Las Rozas de Madrid.** Con la llegada del verano, la fruta vuelve a ocupar un lugar protagonista en la cesta de los hogares. Piezas frescas, de temporada, fáciles de incorporar al día a día y vinculadas a una forma de alimentación más saludable y natural. Según los últimos datos del Boletín Mensual de Estadística de abril 2026, publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación<sup>1</sup>, la **fruta fresca creció un 1,8% en volumen en los últimos doce meses analizados**, con especial impulso de categorías vinculadas a la temporada como los **melones (+12,3%) o las cerezas (28,6%)**. En este contexto, Día refuerza este verano su apuesta por el producto nacional de temporada, acercando a sus clientes **fruta de hueso, sandía y melón de origen España**, fresca y de calidad.

En este contexto de mayor presencia de la fruta fresca en la compra diaria, Día refuerza este verano su **apuesta por el producto nacional de temporada**, acercando a sus clientes opciones de **fruta de hueso, sandía y melón también de origen España**, que llegan cada día a sus más de 2.350 tiendas con la máxima calidad.

### Más inversión para una campaña clave en la cesta de verano

Durante la campaña nacional, Día prevé destinar más de **42 millones de euros a la compra de fruta de hueso, sandía y melón**, una cifra que supone alrededor de un **20% más que en 2025**. Esta inversión se canalizará a través de cerca de **25 proveedores nacionales**, con los que la compañía trabaja para seleccionar el mejor producto en cada momento y adaptar la oferta al calendario natural de cada variedad.

<sup>1</sup> [Boletín Mensual de Estadística \(Abril 2026\)](#)

Esta campaña se apoya en una **cadena de valor conectada con el territorio y con el tejido proveedor nacional**. En España, Día trabaja con **1.100 proveedores locales**, a los que realiza el **96% de sus compras**. Sólo en 2024, las compras totales de Día a proveedores en España, **generaron un impacto en la economía española estimado de 3.828 millones de euros y más de 67.500 empleos asociados**. Esta base permite a la compañía reforzar su surtido de frescos, acercarlo a los hogares a través de su red de proximidad y contribuir a dinamizar la actividad económica en las comunidades productoras.

*“En Día queremos que nuestros clientes encuentren en su supermercado de siempre fruta de temporada de máxima calidad, con opciones de origen local y a precios asequibles. Esta campaña refleja nuestra forma de entender la proximidad: estar cerca de los hogares, pero también de los agricultores y proveedores que hacen posible que el mejor producto llegue cada día a nuestras tiendas”,* señala **José Manuel Blanco, director de Frescos de Día España**.

Con esta inversión, Día consolida el papel de la fruta de verano dentro de su propuesta de frescos y refuerza una forma de trabajar basada en la colaboración estable y transparente con sus proveedores, la selección del producto en su mejor momento y el compromiso con una oferta de calidad, cercana y accesible para sus clientes.

### **Fruta de hueso, sandía y melón: una selección de temporada**

La oferta de Día estará centrada en **siete categorías de fruta de hueso**: albaricoques, melocotones, ciruelas, paraguayos, nectarinas, cerezas y nísperos. A ellas se suman sandías y melones, dos productos especialmente vinculados a los meses estivales y al consumo compartido en los hogares.

Todas estas categorías serán de origen España durante la campaña nacional. En **fruta de hueso**, Día trabajará con productos procedentes de zonas como **Andalucía, Murcia, Extremadura, Aragón o Cataluña**, en función del momento de maduración y disponibilidad de cada variedad. En el caso de **sandía y melón**, la compañía contará con producto de **Andalucía, Murcia, Madrid o Castilla-La Mancha**, regiones clave para estas categorías durante los meses de verano.

Esta planificación por origen y momento de campaña permite ajustar el surtido a la evolución de la temporada y seleccionar la fruta en su mejor momento, cuidando tanto la calidad como la frescura que llega a tienda. Además, **contribuye a fomentar hábitos de alimentación saludable en línea con su programa ‘[Comer mejor cada día](#)’**.

### **Generar valor en las comunidades en las que opera**

Esta acción se enmarca dentro del **[Plan Estratégico 2025-2029 de Grupo Día](#)**, ‘**Creciendo cada día**’. Una hoja de ruta centrada en ofrecer a los consumidores un surtido de máxima calidad, con especial atención a los productos frescos, y en generar valor en las comunidades en las que opera.



A tu lado

En este sentido, la campaña de fruta de verano de origen nacional refleja el compromiso de Dia con una cadena de valor cercana, eficiente y conectada con el territorio. A través de la **colaboración con cerca de 25 proveedores nacionales**, la compañía refuerza su apuesta por el producto de temporada, contribuye a dinamizar la actividad de las regiones productoras y acerca a sus clientes fruta fresca, de máxima calidad y a precios asequibles.

## Sobre Grupo Dia

### A tu lado

Grupo Dia 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 Dia cuenta en España con más de 2.350 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 Dia 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 Dia 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: [Dia España](#)

### **Para más información:**

#### **Dia España**

Raquel González

[raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com](mailto:raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com)

+34 655712890

#### **Comunicación Dia España**

[comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)

#### **SAMY (agencia de comunicación)**

[grupodia@samy.com](mailto:grupodia@samy.com)

Lucía Martínez (+34 634 541 099)

Beatriz Bando (+34 661 692 969)