

Dia refuerza la cobertura de su canal online en la costa y ya llega a 40 millones de personas en España

/ Con el objetivo de facilitar la compra durante las vacaciones, Dia refuerza su cobertura online en la costa con presencia en más de 1.200 localidades de provincias costeras, donde da servicio a más de 23 millones de personas, cerca de un 10% más que en 2025.

/ La compañía ha reforzado su e-commerce en destinos vacacionales tanto de costa como de interior, con especial impulso en las Islas Baleares, donde ha ampliado su servicio a nuevas ciudades como Palma e Inca, en Mallorca, o Maó y Sant Lluís, en Menorca, así como en localidades de interior como Alcañiz, Arévalo o Andorra (Teruel).

/ Dia mantiene además su apuesta por la España rural, donde ya ofrece servicio online en más de 1.700 municipios de baja densidad de población, acercando su e-commerce a más de 4,5 millones de personas también durante el periodo estival.

/ A nivel general, Dia llega con su e-commerce a 40 millones de personas en España, lo que representa una cobertura de cerca del 85% de la población de la península y Baleares. Además, la compañía se mantiene como el e-commerce de alimentación más rápido del mercado, con la posibilidad de realizar pedidos para preparar y entregar en el mismo día.

7 de julio de 2026, Las Rozas de Madrid. España es uno de los principales destinos turísticos del mundo. Cada verano, **millones de personas se desplazan a zonas costeras y destinos de interior**, provocando un importante aumento de población en muchas localidades. En este escenario, la compra online se ha convertido en un servicio esencial para los veraneantes, ya que les permite realizar sus **compras de forma cómoda, rápida y sencilla** también durante sus vacaciones.

Con el objetivo de seguir acompañando a sus clientes allí donde estén, Dia ha ampliado la cobertura de su servicio online en algunos de los destinos que concentran una mayor afluencia de visitantes durante los meses estivales. Así, la compañía ya da servicio en **más de 1.200 localidades de provincias costeras, alcanzando a más de 23 millones de personas**, lo que supone un crecimiento de cerca del 10% respecto a 2025.

Una servicio online disponible en la costa y en el interior

De esta forma, Dia sigue apostando por su estrategia de estar allí donde estén sus clientes, independientemente de su ubicación. De hecho, la compañía está **presente en algunos de los principales destinos vacacionales de España, como Benidorm, Torrevieja, Marbella, Cullera o Dénia**, localidades que experimentan importantes incrementos de población durante los meses de verano. Ante esta realidad, contar con un servicio online rápido y flexible resulta clave para seguir ofreciendo una experiencia de compra adaptada a las necesidades de los clientes durante estos picos estacionales.

Además, durante el último año, Dia ha seguido **ampliando la cobertura de su e-commerce en nuevos destinos vacacionales**. Entre las principales aperturas destacan las realizadas en las **Islas Baleares**, donde el servicio ya está disponible en ciudades como Palma e Inca, en Mallorca, o Maó y Sant Lluís, en Menorca.

Asimismo, la compañía ha **reforzado su presencia en localidades de interior** como Alcañiz, Arévalo o Andorra (Teruel), ampliando su capilaridad y acercando su propuesta online a un mayor número de hogares. Esta apuesta por el interior se suma al refuerzo del servicio en pequeños municipios, donde el e-commerce de Dia ya está disponible en **más de 1.700 localidades de baja densidad poblacional, dando servicio a más de 4,5 millones de personas**. Gracias a esta cobertura, los vecinos de estas zonas pueden hacer la compra también durante el verano en tan solo unos clics y recibirla en casa mediante entregas programadas para el mismo día o el día siguiente, así como a través del servicio express en menos de una hora disponible en las principales capitales.

Pedro Devesa, director de Growth en Dia España, afirma que *“en Dia llevamos años trabajando para que nuestros clientes puedan disfrutar de una experiencia de compra online rápida, sencilla y adaptada a sus necesidades, también en el periodo estival. Durante el verano, muchas personas cambian temporalmente de residencia y numerosos destinos multiplican su población, por lo que es fundamental seguir estando cerca de ellos allí donde se encuentren. Con la ampliación de nuestra cobertura online reforzamos ese compromiso, acercando una propuesta de valor basada en la proximidad, la conveniencia y la rapidez”*.

El e-commerce de Dia presente en la mayor parte de la población española

Dia tiene como máxima prioridad estar cada día más cerca de sus clientes, atendiendo sus necesidades en cada momento. Para cumplir con este compromiso, la compañía ha impulsado durante los últimos años el desarrollo de su e-commerce y una estrategia omnicanal que le permite ofrecer actualmente la **experiencia de compra más rápida del mercado, con la posibilidad de realizar pedidos para preparar y entregar en el mismo día**. Además, tanto desde la web como desde la app, los clientes pueden elegir entre entregas programadas para el mismo día o el día siguiente, así como el servicio express en menos de una hora disponible en las principales ciudades.

En este sentido, Dia ha continuado reforzando su crecimiento en el canal online y ampliando progresivamente su cobertura para acercar su propuesta de valor a un mayor número de hogares. Actualmente, su **servicio online llega a casi 40 millones de personas, lo que representa una cobertura de cerca del 85% de la población de la península y Baleares**, consolidando su capilaridad local.

La evolución del canal online también se refleja en su contribución al negocio. En 2025, el **e-commerce representó más del 4% de las ventas totales de la compañía**, incluyendo todas las plataformas. Además, la aplicación superó los 5 millones de descargas consolidándose como uno de los principales puntos de contacto digital con los clientes.

De cara a los próximos años, y en línea con su [Plan Estratégico 2025-2029](#), la compañía seguirá avanzando en la personalización de la experiencia de compra, desde las



A tu lado

promociones hasta las recomendaciones de productos, al tiempo que continuará mejorando la eficiencia de los pedidos y las entregas a domicilio. El objetivo es seguir simplificando el proceso de compra para ofrecer una experiencia cada vez más fácil, rápida y asequible para todos los clientes.

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 2.350 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 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.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

SAMY (agencia de comunicación)

grupodia@samy.com

Lucía Martínez (+34 634 541 099)

Beatriz Bando (+34 661 692 969)