

Día continúa su tendencia positiva y alcanza el 5,2% de cuota de mercado

/ La compañía continúa ganando cuota de mercado alcanzando el 5,2% en el primer trimestre del año, lo que supone un incremento de 20 puntos básicos respecto al mismo periodo de 2025 y logrando un 5,3% en el mes de marzo, según datos de NielsenIQ.

/ Día España prácticamente duplicó el crecimiento del resto del mercado en el primer trimestre, consolidando su liderazgo en el segmento de proximidad y su posición como cuarto operador nacional.

/ Este crecimiento se apoya en la expansión de su red, con la apertura de 22 nuevos supermercados, así como en la solidez de su modelo de negocio, la mejora continua del surtido y el protagonismo de los productos frescos como eje central de su propuesta de valor.

11 de abril de 2026, Madrid. Día sigue avanzando en la consolidación de su modelo de proximidad en España y refuerza su posicionamiento en el sector de la distribución. Según los últimos datos de NielsenIQ, la compañía **mantiene su cuarta posición en el mercado**, alcanzando una cuota del 5,3% en marzo **y logrando un 5,2% en el acumulado del primer trimestre**, lo que supone **un incremento de 20 puntos básicos con respecto al mismo periodo de 2025** (+0,2 puntos porcentuales).

Según los datos de Nielsen IQ, Día España prácticamente duplicó el crecimiento del resto del mercado en el primer trimestre, consolidando su liderazgo en el segmento de proximidad y su posición como cuarto operador nacional.

Este avance confirma la **tendencia positiva iniciada el pasado año y el sólido desempeño de la compañía en los primeros meses de 2026**, con ganancias de cuota tanto a corto como a largo plazo. Una evolución que respalda la hoja de ruta marcada en su [Plan Estratégico 2025-2029, 'Creciendo cada día'](#), que lleva un año en ejecución.

En este contexto, Día continúa reforzando su propuesta de valor, centrada en la **proximidad, un surtido de máxima calidad**, con especial protagonismo de los productos frescos, y **una experiencia de compra cada vez más ágil, accesible y adaptada a las necesidades del cliente**. De este modo, el crecimiento en cuota avala la solidez del modelo de la compañía y consolida su posicionamiento como referente de una compra cercana, completa y de calidad.

Nuevas aperturas para estar al lado de sus clientes

En su objetivo de ofrecer la mejor experiencia de compra y adaptarse a las nuevas tendencias de consumo, Día continúa avanzando en su compromiso de estar al lado de sus clientes y consolida la expansión de su red de tiendas con **la apertura de 22 nuevas supermercados en España durante el primer trimestre del año** que compensa ampliamente el cierre de 7 establecimientos. Este impulso responde a la hoja de ruta marcada en su Plan Estratégico 2025-2029, con el que la compañía prevé 300 nuevas aperturas netas hasta 2029, 100 durante este año, para fortalecer su presencia en todo el territorio nacional.





A tu lado

Con una red de 2.373 supermercados a cierre de marzo, Día está presente allí donde sus clientes la necesitan, acercando una compra fácil, rápida y de calidad a más hogares, tanto a través de sus tiendas como de su canal online.

Crecimiento online y un surtido completo de máxima calidad

Este crecimiento sostenido en cuota de mercado 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 por ofrecer un surtido equilibrado donde el cliente puede elegir** entre las mejores marcas de fabricante y una marca propia de la máxima calidad. Además, en su apuesta por el producto fresco y de proximidad, Día trabaja con más de 1.100 proveedores en España, a los que destina el 96% de sus compras.

El crecimiento del e-commerce también ha sido clave. En este sentido, Día continúa impulsando su canal online para llegar donde otros no llegan. Su servicio de e-commerce ya alcanza al **84% de la población española**, incluyendo a más de cuatro millones de personas en municipios de baja densidad poblacional, consolidando su papel como referente de una compra fácil y accesible.

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:





A tu lado

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)

Beatriz Bando (+34 661 692 969)

