

Día apuesta por el emprendimiento joven con un 50% de sus franquiciados menores de 45 años

- Las franquicias Día representan ya el 68% de su red a nivel nacional, con más de 1.500 establecimientos en toda España, que generan más de 11.000 empleos



Empresas

https://www.larazon.es/actualidad/dia-apuesta-emprendimiento-joven-50-sus-franquiciados-menores-45-anos_...

La Razón

Martes, 14 abril 2026

Cada vez son más las personas que optan por emprender y, ante los retos que implica iniciar un negocio propio, el modelo de franquicia se consolida como una alternativa sólida y con menor incertidumbre, especialmente cuando se desarrolla bajo **el respaldo de una compañía de referencia como Día**. Este crecimiento no responde a un fenómeno puntual, sino a una tendencia estructural. En España, la intención emprendedora ha mostrado una evolución positiva desde 2024, según el **Informe GEM España 2024-2025**, que destaca especialmente el impulso entre las personas de entre 35 y 44 años.

En línea con esta tendencia, cada vez más profesionales optan por iniciar su propio negocio apoyándose en modelos consolidados y en marcas con experiencia, capaces de ofrecer acompañamiento, conocimiento del mercado y una propuesta de valor diferencial, como es en el caso de Día. Con más de 35 años de experiencia como franquiciadora, la compañía se ha consolidado como una de las empresas líderes en número de franquiciados en el sector de la distribución alimentaria en España. El modelo de franquicia es un pilar estratégico dentro de su negocio y actualmente representa el 68% de su red de tiendas, con más de 1.500 establecimientos en todo el país, que generan más de 11.000 empleos.

En cuanto al perfil de sus franquiciados, **cerca de la mitad pertenecen a la generación Millennial (menores de 45 años)**, lo que refleja la capacidad de la compañía para atraer a una nueva generación de **emprendedores** alineados con sus valores y objetivos. Les sigue la Generación X (entre 45 y 65

años), que concentra más del 40% del total, mientras que la Generación Z y los Baby Boomers tienen una representación menor.

El 50% de las franquicias Dia están lideradas por mujeres y el 30% se ubica en municipios de baja densidad poblacional Dia

Proximidad y dinamización de la economía local

Las franquicias desempeñan un papel fundamental en el modelo de negocio de Dia, como palanca clave para impulsar su modelo de proximidad y seguir ampliando su capilaridad, acercando a más clientes una compra fácil, sencilla y completa. En línea con su Plan Estratégico 2025-2029, la compañía ha continuado reforzando este modelo con la apertura de más de 70 nuevas franquicias en el último año, consolidando su presencia en todo el territorio.

Este despliegue es posible gracias al papel de los franquiciados, que actúan como socios estratégicos para llevar el modelo de Dia allí donde otros no llegan. De hecho, **el 30% de las tiendas de la compañía se ubican en municipios de baja densidad poblacional**, contribuyendo a dinamizar las comunidades locales y a impulsar el emprendimiento en estos entornos.

Emprendimiento femenino y un sólido modelo de colaboración

El modelo de franquicia de Dia se apoya en una organización ágil y eficiente, que favorece una comunicación fluida entre equipos y un acompañamiento cercano en la gestión diaria de la tienda. La solidez de este enfoque se refleja en la evolución de su red: actualmente, **uno de cada tres franquiciados gestiona más de un establecimiento, que representan cerca del 30% de la red**.

De hecho, **el 54% de los franquiciados de Dia son mujeres**, en total cerca de 550 emprendedoras que **gestionan cerca del 50% de las franquicias de Dia en España**. De ellas, **más de un centenar son multifranquiciadas, gestionando dos o más establecimientos**, lo que pone de manifiesto la confianza en un modelo que impulsa el crecimiento, la escalabilidad y la consolidación de proyectos empresariales a largo plazo.

Este desarrollo es reflejo del éxito del modelo de partnership de Dia, orientado a fortalecer la relación con sus franquiciados e impulsar su rentabilidad. En esta línea, la compañía refuerza este acompañamiento a través de iniciativas como **Campus Dia**, su entidad organizadora que da servicio formativo a los franquiciados y sus equipos, **donde ya se han impartido más de 290.000 horas de formación** en ámbitos como liderazgo, gestión de equipos, operativa de tienda, atención al cliente y planificación.