



Cada día
más cerca

Día culmina su proyecto “Nueva Calidad Día” logrando la máxima calidad en cada producto de su surtido

/ El proyecto “Nueva Calidad Día” tenía un claro objetivo: alcanzar la mayor calidad del mercado en cada producto. Por eso, de la mano de 600 proveedores locales, Día ha reformulado la receta y la imagen de cada uno de sus productos, lo que ha proyectado la marca Día a una nueva dimensión.

/ Tras cuatro años de intenso trabajo, la compañía ha finalizado la renovación de su marca propia, a un ritmo medio de 50 referencias al mes, alcanzando un surtido de más de 2.400 productos Día.

/ Los productos Día han cosechado reconocimientos como el sello “Sabor del año” a productos tradicionales como el Flan de Huevo o el Yogurt Natural Día. A su vez, su apuesta por la innovación le ha llevado a lanzar propuestas únicas como la gama de postres vegetales VegeDía, el “Postre Rock” junto a Mario Vaquerizo o el helado de Conguitos en colaboración con LaCasa y La Menorquina.

23 de julio de 2024, Las Rozas de Madrid. En los últimos años, la marca propia ha ganado peso en la cesta de la compra, impulsada por la coyuntura económica y las nuevas tendencias de consumo. Ante este escenario, en el que el consumidor anhela encontrar la mejor relación calidad-precio, Día, que fue pionero en el mercado español en lanzar el primer producto de marca propia en 1984, asumió hace cuatro años el desafío de transformar por completo su propuesta de valor con el objetivo de ofrecer a sus clientes la marca propia con la mejor calidad del mercado y una experiencia de compra más fácil y rápida apoyándose en su principal fortaleza, la proximidad. Una de las piedras angulares de esta transformación ha sido **su proyecto de “Nueva calidad Día” que ha supuesto la renovación total del surtido de marca Día, con un claro objetivo: lograr la máxima calidad en cada uno de sus productos.** Una apuesta de la compañía por fortalecer su propuesta de marca propia al tiempo que se esfuerza por mantener el equilibrio con productos de marca de fabricante para que el cliente tenga siempre libertad de elección.

Increíble pero cierto. Durante 1.500 días, la compañía ha transformado más de 2.400 referencias de su marca propia, pivotando sobre tres valores fundamentales: la **calidad, la innovación y la creatividad.** A un ritmo de **50 referencias renovadas al mes**, con el récord de 139 nuevos productos en marzo de 2021, nada menos, Día ha centrado sus esfuerzos en la “**dialización**” de su marca, un proceso que ha implicado la revisión de las recetas, con el fin de ofrecer la mejor calidad del mercado apoyándose en una amplia red de proveedores locales, así como en una nueva propuesta creativa que ha englobado el rediseño de sus packaging y la reformulación de los nombres de sus productos anclándose en el humor, la frescura y la autenticidad.



Cada día
más cerca

A lo largo de esta andadura, que comenzó en 2020 con las primeras renovaciones de productos como el gazpacho y los helados Temptation, la compañía ha culminado en 2024 la renovación del surtido completo de marca propia. Asimismo, a lo largo de estos años, Día ha renovado algunas de las gamas más demandadas por sus clientes, como los Lácteos de la marca **Día Láctea**; el surtido de panadería de **El Molino de Día**; el papel higiénico y las servilletas de **“La Llama, cada Día sin drama”**; los productos de limpieza del **“héroe del Día”**, **SuperPaco**, o la gama de cuidado corporal **Image Naturals**, en línea con su compromiso con la cosmética natural y de calidad.



“En Día hemos transformado nuestra marca propia, por dentro y por fuera, para ofrecer la mejor calidad del mercado, revisando y reformulando las recetas de más 2.400 referencias y rediseñando su packaging con propuestas modernas y creativas para conectar con nuestros clientes a través de la originalidad, la autenticidad y el buen humor”, ha señalado **Marek Bona, director comercial de Día España**. *“Han sido cuatro años de esfuerzo que nos ayudan a avanzar para estar más cerca de nuestros clientes, pero somos conscientes de que el trabajo no termina aquí. Con el objetivo de seguir acercando la calidad a un precio asequible, seguiremos escuchando las necesidades de los hogares e innovando en gamas y productos alineados con las nuevas tendencias de alimentación y consumo que se desarrollen en el futuro”.*

Apuesta por la máxima calidad de la mano de proveedores locales

En el nuevo surtido de Día, la calidad de los productos cumple un papel esencial. Con el objetivo de garantizar la máxima calidad en todas sus referencias de marca propia, la compañía trabaja mano a mano con más de **600 proveedores locales, a los que realiza el 94% de sus compras a nivel nacional**. Un buen ejemplo de ello es su leche Día Láctea, 100% de origen España.

Entre sus proveedores se encuentran marcas reconocidas como **Postres Reina**, encargados, entre otros, de la elaboración de referencias premiadas como el Yogur Natural Día Láctea o el Flan de Huevo Caprichoso, que han recibido el sello Sabor del Año 2024 otorgado por los consumidores. Por otro lado, la compañía también trabaja con otros proveedores reconocidos como **Frinisa**, encargado de la producción de algunas de las conservas de pescado Marimarinera.

Asimismo, en el amplio surtido de Dia la marca propia se combina también con otros productos de marca de fabricante, bajo el compromiso de que el cliente tenga **libertad de elección** sobre los productos que mejor se adapten a sus necesidades y a su presupuesto.

En paralelo, la renovada propuesta de la compañía se distingue por el gran **protagonismo de los productos frescos**, una firme apuesta que ha ganado presencia en el nuevo concepto de tienda, más amplio y luminoso, que sitúa a estos alimentos en el centro de los establecimientos, como las frutas y verduras de temporada, los pescados de la Selección de Dia con doradas, lubinas y corvinas de nuestros mares, entre otros, o las carnes frescas de pollo, pavo, conejo, vacuno o porcino de origen España.

Humor, fresca e innovación: la receta del éxito de la renovada marca Dia

En el marco de la transformación de su marca, y con el propósito de reconectar con sus clientes a través de un surtido renovado, Dia ha convertido la compra en una experiencia auténtica y única. Así, la compañía ha modernizado el **packaging** en sus productos de marca propia, apostando por la **frescura y el sentido del humor** como ingredientes de éxito para liderar en originalidad y cercanía dentro del mercado. A través de juegos de palabras y expresiones que sitúan la palabra “Dia”, muy presente en la vida cotidiana, como la gran protagonista, la compañía ha renovado sus referencias propias para convertir la compra en una experiencia de calidad, y además, divertida.



Entre las propuestas con las que más han conectado los consumidores se encuentra su famosa **Horchata de chufa, 'enchufa tu Dia', o la gama de lácteos Dia Láctea**, que causa furor en redes sociales motivada por la conversación entre los clientes, auténticos fans de la marca. También destacan divertidos eslóganes y frases hechas, como en el caso de los **frutos secos Naturmundo con el 'Momento relax del Dia'**, las referencias de hogar La Llama, con el divertido eslogan **'Con la llama, cada Dia sin drama'**, o las ilustraciones del empaquetado de la gama de pastas 'Al Diante', donde se integran con el producto para ofrecerlo

con mayor visibilidad y transparencia al cliente.

En paralelo a la renovación de sus productos, y con el objetivo de garantizar un surtido amplio y variado, la compañía ha apostado por la innovación para lanzar **referencias atractivas y diferenciales** que respondan a las nuevas tendencias de consumo, necesidades y gustos de sus clientes. Entre los últimos lanzamientos, destaca el **Postre Rock Caprichoso del Dia** elaborado en colaboración con Mario Vaquerizo, una receta exclusiva que combina una deliciosa e intensa crema de chocolate con galleta, recubierta de un irresistible caramelo salado.



Cada día
más cerca

Recientemente, la compañía también se ha sumado al helado más deseado del verano y lanzado el **Helado de chocolate con Conguitos**, una edición limitada que combina la experiencia de los maestros chocolateros de Grupo Lacasa (Conguitos) y los maestros heladeros de La Menorquina, y que se puede adquirir exclusivamente en tiendas Día.



Además, en línea con las tendencias de alimentación actuales, la compañía ha impulsado una nueva línea de productos dentro de su gama **VegeDía**, creando ocho variedades de postres vegetales elaborados con base de coco, avena o soja, la única marca propia del sector que cuenta con esta oferta, y están certificados con el sello V-Label, que garantiza su origen vegetal y su calidad. A esta se suman otras innovaciones, como los **yogures sabor Mojito y Daiquiri** de edición limitada para disfrutar de las comidas y cenas del verano, o la **Horchata Premium**, una referencia que sigue la estela de los horchateros tradicionales, elaborada por la empresa familiar Horchatas Mercader, que cuenta con un 15,5% de chufa Valencia Denominación de Origen.

Una propuesta premiada y que ha conquistado a los clientes

La renovada marca Día ha conquistado el corazón de los clientes tanto dentro como fuera de los lineales. Actualmente, los **productos Día representan un 58% de la cesta de la compra de los clientes**, y cosechan grandes éxitos y fans en redes sociales gracias a su propuesta creativa.

El **Top ventas de Día** lo lidera la **Cerveza classic lager Día Ramblers**, seguido de las referencias de panadería, en concreto la Barra de pan El Molino de Día y la Leche Día Láctea, impulsada por la renovación de la gama de lácteos y el crecimiento del mercado de leche fresca.



La calidad, la creatividad y la innovación de los productos de marca Día les han valido numerosos premios otorgados por asociaciones, instituciones y los propios consumidores. Es el caso, por ejemplo, del **Flan de Huevo Caprichoso**, ha recibido el sello **“Sabor del Año 2024”** por su innovadora composición, única en el mercado. En concreto, el flan de huevo con caramelo, elaborado con el mayor porcentaje de huevo y de proteína del mercado (28%), ha conquistado el paladar de los consumidores por mantener el sabor de toda la vida con ingredientes de origen español, pero con menos hidratos de carbono y azúcares.

elaborado con el mayor porcentaje de huevo y de proteína del mercado (28%), ha conquistado el paladar de los consumidores por mantener el sabor de toda la vida con ingredientes de origen español, pero con menos hidratos de carbono y azúcares.



Cada día
más cerca



En el caso del **Yogurt Natural Día Láctea**, ha recibido el sello por segundo año consecutivo, un reconocimiento a la mejora en su receta para que tenga mayor valor nutritivo. Elaborado con leche entera 100% origen nacional, destaca por su textura cremosa y por haber reducido la acidez propia de estos productos, para adaptarse al paladar del consumidor.

Entre las gamas de productos más premiadas se encuentra también la '**Bodega de Día**', que ya suman más de 50 medallas en certámenes nacionales e internacionales que premian su sabor y distinguido aroma, entre los que se encuentran el Premio Gilbert & Galliard (9), Berliner Wein Trophy (2), Mundus Vini (4), VINESPAÑA (6), Catavinum World Wine & Spirits Competition (2) y con el galardón International Wine & Spirits Awards (2).

Sobre Grupo Día

Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con más de 3.300 establecimientos en España y Argentina. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto en nuestras tiendas físicas como en nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Día abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, y las 15.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 6.759 millones en 2023.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros cerca de 10 millones de clientes fidelizados una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y locales y una marca Día de la máxima calidad.

<https://diacorporate.com/>

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Día Group](#)

Para más información:

Día España

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com
+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com