



Grupo Dia asume el reto de reducir el desperdicio alimentario en su operación en un 40% en 2023



/ Grupo Dia refuerza las medidas para prevenir el desperdicio alimentario en toda su cadena: desde el proveedor, hasta el almacén y las tiendas.

/ La compañía desarrolla acciones en todos los países en los que está presente: desde el aprovisionamiento adecuado de cada producto y la rotación del stock de cada tienda, hasta el incremento de la liquidación de productos con fecha próxima de caducidad o las donaciones.

/ En el caso de España, las medidas implementadas han conseguido mejorar la reducción del desperdicio un 8% respecto a 2020.

29 de septiembre de 2022, Las Rozas de Madrid. La visión de la proximidad y el compromiso social y medioambiental de Grupo Dia se refleja también en su compromiso para prevenir el desperdicio alimentario a lo largo de toda su cadena de valor, desde el almacén a la tienda. El objetivo de cara a 2023 es **reducir el 40% del desperdicio alimentario en su operación en España y Portugal.**

Un gran reto para Dia, pero en el que todo el sector de la gran distribución está involucrado, en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y apoyándose en la sostenibilidad y el acceso a la alimentación como vértices para seguir impulsando el cambio social.

La gestión eficiente de productos está en línea con los objetivos del [Plan de Sostenibilidad 2021-23 del Grupo Dia](#) en materia de desperdicio alimentario. Para apoyar este proceso de seguimiento y medir este parámetro, Dia ha creado por



primera vez un indicador común y ha puesto en marcha una serie de acciones proactivas que contribuyen a reducir el desperdicio alimentario en todos los mercados que está presente: España, Argentina, Brasil y Portugal.

Dia afronta este gran desafío social y medioambiental, enfocándose en la prevención del desperdicio, activando medidas que además aporten valor y contribuyan a un consumo más sostenible en las ciudades y barrios en los que está presente. Este enfoque se aplica desde el aprovisionamiento adecuado de los productos hasta la rotación del *stock*, en todas las instalaciones con flujo de mercancías: almacenes, *dark stores* y tiendas.

Con esta apuesta por la prevención, se ha mejorado la gestión del surtido y el *stock* utilizando formatos de servicio y de preparación de pedidos que se adaptan a cada producto y a cada tienda. También se ha logrado optimizar informáticamente los pedidos para responder a las necesidades de venta de cada establecimiento, reforzando el surtido de frescos y con un control diario de la calidad y fecha de caducidad de cada producto en función de la rotación y el *stock* disponible.

Además, Dia facilita a sus clientes el aprovechamiento de productos con fecha próxima de caducidad a través de descuentos especiales y acciones de colaboración con otros partners; y fomenta las donaciones de producto apto para el consumo humano, pero no para la venta.

Un objetivo global que se potencia de cara al Día Internacional de Concienciación sobre el Desperdicio Alimentario

A pesar de que en España el desperdicio alimentario por persona se ha reducido hasta los 28,21 kilos/litros en 2021, la cantidad más baja de los últimos cinco años, un 0,99% de los productos no llega nunca a comercializarse por deterioro de los envases y embalajes, errores de etiquetado, o cercanía de la fecha de consumo, entre otras razones, aunque el 31,31% de estos es totalmente apto, según la Asociación de Fabricantes y Distribuidores ([AECOC](#)).

El nuevo modelo logístico y la operativa implantados en los almacenes y tiendas en **España** permiten a Dia ganar en agilidad y mejorar en calidad y frescura de los productos a la venta. La compañía ha implementado además soluciones informáticas para ajustar mejor los pedidos de reposición y para priorizar el envío a tienda de los productos de caducidad próxima para facilitar así su venta. Ya en las tiendas, se aplican mecanismos como la liquidación de productos próximos a vencer. Además, Dia colabora de forma habitual con organizaciones sin ánimo de lucro que redistribuyen productos invendidos entre quienes más lo necesitan.

Asimismo, se realizó el procesado de casi 5.000 toneladas de residuo orgánico, un 40% más que en el ejercicio anterior, en destinos alternativos al vertedero (principalmente alimentación animal, compostaje o valorización). Esta y otras medidas han permitido



una reducción progresiva del desperdicio alimentario, que en 2021 se concretó en una disminución de 5.250 toneladas (un 8% de mejora con respecto a 2020).

Como complemento a estas medidas, Dia España se suma al Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos con una serie de acciones destinadas a sensibilizar sobre este grave problema. El portal dia.es ofrecerá información y un decálogo de alimentación sostenible que pretende ayudar al consumidor a afrontar este gran desafío. Asimismo, en redes sociales se podrán encontrar trucos, consejos de aprovechamiento y una receta especial de Daniel del Toro para sacar el máximo rendimiento a los productos y evitar el desperdicio.

Por su parte, en **Argentina**, Dia lleva más de diez años contribuyendo a la lucha contra el desperdicio de alimentos mediante la donación de productos de corta caducidad a Banco de Alimentos. Esta aportación solidaria, que solo en 2022 ha alcanzado un total de 55 toneladas de producto, se complementará a partir del día 29 de septiembre con una iniciativa de concienciación que se desarrollará el último jueves de cada mes: en colaboración con la chef Jimena Monteverde, compartirá consejos para elaborar recetas con sobras o alimentos reutilizados.

En **Brasil**, las medidas implementadas para mejorar la gestión del surtido y el stock han logrado reducir solo en almacenes la pérdida de un 86% en 2021, evitando la generación de más de 1,2 millones de kg de residuos en los dos últimos años. Además, Dia también organiza campañas de donación de alimentos a las comunidades afectadas por desastres naturales en Minas Gerais y Franco de Rocha, Dia Brasil combate el desperdicio mediante los programas B4 Waste, Composagem y Mesa Brasil.

B4 Waste, una experiencia piloto en la que participan cinco tiendas (tres en Sao Paulo y dos en Belo Horizonte), es una aplicación que conecta empresas y personas para ofrecer productos de próxima caducidad a precios reducidos. Gracias a Composagem, un proyecto de compostaje de residuos orgánicos desarrollado en colaboración con la Universidad de Sao Paulo y una empresa de gestión de residuos local, desde el pasado mes de julio Dia ha aportado ocho toneladas de este material a la Associação de Apoio a Comunidade e Adjacências Nara Chaves. Asimismo, ha donado más de 200 toneladas de productos de caducidad próxima, beneficiando a más de 200.000 personas de familias vulnerables en los últimos tres años a través del programa Mesa Brasil.

En el caso de **Portugal**, los supermercados aplican descuentos en 3.800 productos cuando se acerca su fecha de caducidad y desde noviembre de 2021 ha repartido más de 63.000 cajas de productos a precio reducido en 200 establecimientos Minipreço gracias a la alianza con la plataforma TooGoodtoGo. Asimismo, ha donado 170 toneladas de alimentos al Banco Alimentar y otras instituciones sociales locales a través de los centros de distribución de Valongo, Torres Novas y Alverca,



implementando además diversas medidas de optimización de control de calidad y gestión de caducidad con el objetivo de reducir el desperdicio alimentario.

Cada día más cerca

Grupo Día (Distribuidora Internacional de Alimentación) es la red líder en tiendas de proximidad, con cerca de 6.000 establecimientos propios y franquicias en España, Portugal, Brasil y Argentina. Fundada en 1979, Grupo Día es una empresa española con sede en Madrid que cotiza en las bolsas de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. De sus casi 6.000 tiendas de proximidad, 2.700 están operadas bajo el modelo de franquicia. La compañía cuenta con alrededor de 2.700 tiendas Día y 1.000 tiendas Clarel en España; 500 tiendas Minipreço en Portugal; 700 tiendas Día en Brasil y 900 en Argentina.

Sus más de 38.500 empleados directos y 18.000 colaboradores en franquicias se mueven por un mismo propósito: estar "Cada día más cerca" de las personas y ser parte de sus hogares, ofreciendo un servicio esencial a la comunidad que facilite su bienestar. Con la ambición de liderar la tienda de barrio en cada país y enseñar con las que opera (Día o Clarel, entre otras), Grupo Día ofrece a sus más de 20 millones de clientes en el mundo una experiencia más rápida, sencilla, cercana, de alta calidad y al alcance de todos.

Grupo Día destina 4.800 millones de euros a sus más de 2.800 proveedores en los países en los que opera, realizando el 86% de sus compras de manera local con el fin de proponer una alimentación al alcance de todos y tratando de generar un impacto positivo en las comunidades donde está presente.

<https://diacorporate.com/>

[#cadadiamascerca](#)

LinkedIn: [Día Group](#)

Twitter: [Día Group](#)

Para más información:

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

Marian Ortiz

marian.ortiz@ogilvy.com

654512716