

Dia lanza *Comer mejor cada día*, su programa para facilitar que una alimentación de calidad esté al alcance de todos



Pie de foto: Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia, Pilar Hermida, Chief Communications & Sustainability Officer, y la divulgadora científica Boticaria García

[Enlace de imágenes](#)

/ Comer mejor cada día es el programa de Grupo Dia a nivel global para contribuir a mitigar las barreras alimentarias y facilitar que una alimentación de calidad esté al alcance de todos.

/ El programa está dirigido a todas las personas que deseen seguir una alimentación saludable y pivota sobre tres ejes clave: accesibilidad, conocimiento y frecuencia.

/ “Dia es más que un servicio esencial, es un vecino más, y gracias a nuestra propuesta de valor única y la fuerza de nuestra capilaridad, tenemos la oportunidad y la responsabilidad de dirigir nuestro trabajo hacia un objetivo con un impacto real en la sociedad: facilitar que todas las personas puedan comer mejor cada día”, ha afirmado Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia.

11 de mayo de 2023, Madrid. La alimentación y el bienestar de una persona están íntimamente ligados; sin embargo, no siempre es sencillo o una prioridad seguir una alimentación equilibrada. Las razones por las que alguien elige un tipo u otro de dieta son muy variadas y, con frecuencia, se ven condicionadas por barreras de acceso geográficas o socio-económicas, por desconocimiento o dificultad en realizar un cambio de hábitos.

Comer mejor cada día es el programa de Grupo Dia para contribuir a **mitigar las barreras alimentarias y facilitar que una alimentación de calidad esté al alcance de todos.** Esta iniciativa está presente en los cuatro países en los que opera Dia (España, Argentina, Brasil y Portugal) y su objetivo es que todas las personas, sin importar donde vivan o su presupuesto, puedan acceder a alimentos variados y de calidad y facilitar un cambio de hábitos de alimentación a todo el que esté interesado.

“En Dia creemos que una alimentación saludable debe estar al alcance de todos. Sin importar dónde vivas o tu presupuesto. Queremos facilitar que todas las personas puedan comer mejor cada día”, ha afirmado **Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo Dia**, durante la presentación del programa en Madrid en presencia de medios nacionales e internacionales y representantes de asociaciones y fundaciones de referencia.

Una alimentación saludable es aquella que permite obtener los nutrientes y energía necesarios, de manera equilibrada y variada, dando prioridad a los alimentos frescos y moderando el consumo de procesados, azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio.

“Sin embargo, comer equilibrado no siempre es sencillo o una prioridad. Una barrera alimentaria es un factor de carácter geográfico, económico o sociocultural que dificulta seguir una dieta equilibrada. Son factores que de forma aislada o combinada afectan a cómo comemos: desde la falta de tiendas de alimentación, como ocurre en las zonas más despobladas, hasta la vulnerabilidad económica. Pero también el desconocimiento o ver difícil cambiar sus hábitos”, ha explicado **Pilar Hermida, Chief Communication & Sustainability Officer**, durante el evento.

Una causa con impacto real



La distribución de proximidad es el corazón del negocio de Dia. Por eso, entre las 15 áreas de trabajo del [Plan de Sostenibilidad 2021-23](#) la accesibilidad a la alimentación ha sido elegido su eje prioritario. “Pero para nosotros es más que una prioridad, es nuestra causa social”, ha agregado Tolcachir. “Dia es más que un servicio esencial, es un vecino más, y gracias a nuestra propuesta de valor única y la fuerza de nuestra capilaridad, tenemos la oportunidad y la responsabilidad de dirigir nuestro trabajo hacia un objetivo con un impacto real en la sociedad: facilitar que todas las personas puedan comer mejor cada día”.

En los dos últimos años, el trabajo de la compañía en cada uno de los países en los que opera ha permitido poner los cimientos de un programa que nace con vocación de evolucionar y crecer. Según ha explicado el principal ejecutivo de Grupo Dia, las decisiones estratégicas que tomó la compañía para redefinir su propuesta de valor colocan a Dia “en una posición única para impulsar esta causa y cumplir nuestro compromiso”. “Somos la tienda de barrio que te facilita una compra completa, de forma fácil y rápida. Cerca de casa y online. Con un surtido amplio, variado, con gran protagonismo de los productos frescos y de proveedores locales, y productos de marca Dia que ofrecen alternativas de gran calidad a precios asequibles en todas las categorías”, ha subrayado Tolcachir.

Accesibilidad, Conocimiento y Frecuencia, las claves para Comer mejor cada día

Las barreras alimentarias y el desconocimiento sobre la relevancia o la manera de seguir una alimentación equilibrada tienen un impacto directo en la forma en que una persona se alimenta y en su salud. Al observar el contexto de las cuatro geografías donde opera Dia se detectan dos tensiones sociales comunes que afectan al bienestar de las personas: elevadas tasas de obesidad y, al tiempo, también de vulnerabilidad para acceder a alimentos.

Para comprender mejor estas problemáticas, Dia ha impulsado en alianza con la Universidad de Zaragoza y otros ‘partners’ académicos una serie de estudios que han permitido encontrar un punto de conexión clave: una vez garantizado el acceso a la alimentación (geográfico y socioeconómico), el conocimiento es el punto diferencial para que una persona pueda seguir una alimentación saludable.

Por eso, teniendo en cuenta el impacto que tienen las barreras alimentarias y el conocimiento sobre la alimentación de una persona, el programa *Comer mejor cada día* pivota sobre tres ejes de trabajo:

- Accesibilidad: para garantizar que los alimentos sean accesibles, geográfica y económicamente
- Conocimiento: para divulgar la relevancia de seguir una alimentación equilibrada
- Frecuencia: para ayudar las personas a consolidar los buenos hábitos alimenticios

“Esos son los tres pilares sobre los que creemos que debe apoyarse una persona que quiera seguir una alimentación saludable. Los ejes de accesibilidad y frecuencia están conectados con la estrategia de Dia en los cuatro países donde operamos y hemos activado iniciativas concretas para extender la accesibilidad geográfica, como es el caso de la alianza con La Exclusiva en España”, ha explicado Hermida. “Pero también queremos poner a disposición de todos nuestros clientes el conocimiento, para que sea cual sea el motivo que te lleven a elegir una alimentación saludable, sepas que en Dia queremos ponértelo fácil”.

Para impulsar este eje de Conocimiento, la compañía ha desarrollado una estrategia de contenidos de divulgación con el apoyo del grupo de investigación Growth, Exercise, Nutrition and Development (GENUD) de la Universidad de Zaragoza.

Estos contenidos, disponibles ya en todos los canales y redes sociales de [Dia España](#), incluyen un decálogo para seguir una dieta equilibrada, recetas fáciles y rápidas en formato de vídeo y texto, y otras guías y consejos para apoyar a aquellas personas que opten por cambiar poco a poco sus hábitos de alimentación hacia una dieta saludable. Además, para visibilizar estos contenidos, el programa cuenta con dos embajadoras de gran impacto: la nutricionista y divulgadora científica Boticaria García en España, y la chef Jimena Monteverde, en Argentina.

Para el desarrollo de estas recetas, consejos y trucos, la compañía y los investigadores de la Universidad de Zaragoza han identificado un listado de alimentos de alta densidad nutricional que, presentes en el surtido de Dia en distintas presentaciones (frescos, congelados o conservados), permiten a una persona componer un menú saludable muy Dia: fácil y rápido, y a un precio asequible.

Sobre Grupo Dia



Cada día
más cerca



Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.700 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. 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 a través de nuestras tiendas físicas como de 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 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 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 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 14 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y productos de marca Día renovados. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

diacorporate.com

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia Group](#)

Para más información:

Grupo Día

Ogilvy

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com

María Ruiz
maria.ruizmartin@ogilvy.com



@Dia_Esp



Día España

www.dia.es

