

“Del campo a la mesa”: la nueva campaña de Dia junto a Boticaria García para comer mejor cada día

- / Dia y la divulgadora Boticaria García se unen en una nueva campaña con el objetivo de fomentar unos hábitos de alimentación saludable y destacar el papel de los frescos en una dieta equilibrada.
- / A través de una serie de vídeos, descubriremos el viaje que hace un alimento como el puerro desde que es cultivado por un agricultor local hasta que llega a la mesa de los consumidores.
- / La campaña se enmarca dentro de [Comer mejor cada día](#), el programa de Grupo Dia que contribuye a mitigar las barreras alimentarias y a impulsar una alimentación saludable al alcance de todos.

7 de noviembre de 2023. Las Rozas de Madrid. A pesar de que en España contamos con una cultura gastronómica estrechamente ligada a la dieta mediterránea, con una gran variedad de alimentos frescos y de calidad, no siempre es sencillo seguir una alimentación equilibrada. ¿Por qué? Las razones son múltiples: la ausencia de tiendas cercanas donde poder comprar alimentos frescos, la falta de presupuesto, la falta de hábito, el desconocimiento o el desinterés son algunas de las causas que influyen en el tipo de dieta que llevamos.

Para mitigar estas barreras y facilitar el acceso a alimentos de calidad para que cualquier persona sienta que es sencillo adoptar hábitos de alimentación saludable, Dia ha puesto en marcha el programa [Comer mejor cada día](#), que actúa en tres ejes principales: el acceso a alimentos de gran calidad, variados, que se adapten a las diversas necesidades y estilos de vida; la promoción del conocimiento sobre la relevancia de una alimentación equilibrada y estar cerca de los clientes para facilitar unos buenos hábitos.

La importancia de consumir alimentos frescos y de proximidad

En el marco de este programa, la compañía, junto a la farmacéutica, nutricionista y divulgadora Marian García -conocida como Boticaria García-, lanza la campaña “Del Campo a la Mesa”, una iniciativa que busca concienciar sobre la importancia de comer de forma equilibrada y de incluir alimentos frescos en la dieta.

“La ciencia nos dice que para alimentarnos de forma saludable, la mitad de lo que comemos deben ser frutas, verduras y hortalizas -cuanto más variadas, mejor-. Además, sabemos que lo más saludable tanto para nosotros como para el planeta es que estos vegetales sean de proximidad”, señala Boticaria García.



A través de una serie de [vídeos](#), se narra el recorrido que hace, en este caso una hortaliza de gran riqueza nutricional y muy presente en la dieta mediterránea: el puerro, desde su cultivo hasta que llegan al plato listos para comer. Un interesante viaje que demuestra el impacto que tiene el consumo de proximidad en la dinamización de las comunidades y pone de manifiesto cómo Dia trabaja para apoyar a los proveedores locales y facilitar así el acceso a alimentos frescos y de calidad.

“En Grupo Dia creemos que una alimentación saludable debe estar al alcance de todos. Por eso, no paramos de sumar acciones que contribuyan positivamente a la concienciación y a impulsar a nuestros clientes a llevar unos buenos hábitos”, destaca Pilar Hermida, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Grupo Dia. “Esta nueva campaña con Boticaria García es reflejo del compromiso de Dia con un modelo de proximidad que apuesta claramente por los productos locales, frescos y por facilitar el acceso a productos saludables y de calidad”.

Hoy plantados en el campo, mañana en la mesa

A lo largo de los diferentes capítulos, Boticaria García muestra las etapas por las que pasa el puerro de la mano de los protagonistas locales que intervienen en cada fase del proceso. Entre ellos, Nemesio Fuentes, agricultor en Castilla y León, que da algunas claves para conocer su cultivo y desvela las características que debe tener un buen puerro a la hora de comprarlo en la tienda. A continuación, Raúl Fernández, especialista en producto de la empresa Reypama, cuenta el proceso de prelavado, el preparado final y el traslado a las plataformas logísticas, un proceso que se realiza en tan solo una jornada y que da trabajo a muchas familias de la región.

Y, por fin, estos puerros llegan a las tiendas, a pocos kilómetros de donde han sido cultivados y preparados gracias a la gran capilaridad de Dia en España, donde cuenta con cerca de 2.400 establecimientos. Como señala el director de Sostenibilidad y CFO de Dia España, Javier López Calvet *“la gran mayoría de los españoles tienen una tienda Dia a menos de 15 minutos de casa”*. Y si no hay una tienda cerca, se puede comprar a través de [Dia.es](#) que da cobertura al 84% de la población española, incluidos el 93% de los municipios de menos de 10.000 habitantes. Sin duda, una nueva muestra del compromiso de Dia con estar cerca de sus clientes y por apoyar la economía local confiando en más de 1.200 proveedores nacionales a los que hace el 97% de sus compras.

Cómo cierre final, se podrá disfrutar de algún que otro consejo culinario para llevar esos puerros de la tienda a la mesa con una deliciosa receta fácil y accesible para todas las familias.

La campaña, que estará disponible en la web y los canales sociales de Dia España (Youtube, Instagram y LinkedIn) y de Boticaria García, cuenta con un vídeo completo con todo el recorrido desde el campo a la mesa y cinco [vídeos cortos](#), uno por cada fase de este interesante proceso, que acerca a los consumidores al origen de los productos y les anima a comer mejor cada día.



Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con más de 5.400 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 Dia 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 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 11 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 Dia 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.

www.diacorporate.com

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Grupo Dia](#)

Para más información:

Dia España

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

Comunicación Dia España

comunicacion@diagroup.com

