

I Radar SaluDiable:

El 60% de los consumidores quiere seguir hábitos saludables, pero la creencia de que requiere mayor presupuesto o tiempo les frena

/ El primer 'Radar SaluDiable' de Dia, que analiza los hábitos de alimentación y consumo de los hogares españoles, concluye que los consumidores muestran una alta conciencia y preocupación por seguir una dieta saludable, aunque no siempre lo consiguen.

/ La percepción de mayor precio de los alimentos saludables, la falta de promociones o los tiempos de preparación son señalados como obstáculos que dificultan llevar una alimentación saludable. De hecho, el 70% de los encuestados no ven posible o dudan que se pueda lograr un menú saludable por 2,5€ por persona.

/ Casi el 70% de los encuestados afirma conocer qué alimentos son saludables y cuáles no. Gran parte de ese elevado porcentaje se explicaría porque alrededor de un 40% cree que todos los alimentos son saludables dentro de un consumo adecuado.

/ Ante el contexto económico actual, las familias han adaptado sus hábitos de consumo para seguir manteniendo una dieta equilibrada, optando por marcas con mejor relación calidad-precio, cestas más pequeñas y menor consumo fuera del hogar.

/ Más del 90% de los encuestados considera que comer alimentos de proximidad y temporada favorece una nutrición más saludable

18 de junio de 2024, Las Rozas de Madrid. Seis de cada diez consumidores reconocen que intentan llevar una dieta equilibrada y saludable, pero no siempre lo consiguen. La percepción de que comer saludable requiere mayor presupuesto y que, además, supone más tiempo y esfuerzo, se convierten en dos barreras clave a la hora de seguir hábitos de alimentación saludable.

Estas son las principales conclusiones que se desprenden de la **primera edición de 'Radar SaluDiable: una mirada a los hábitos de alimentación y consumo'**^{*}, una encuesta anual elaborada por Dia, con el soporte de la consultora de sostenibilidad Quiero, que analiza la evolución de los hábitos de compra y de alimentación de los clientes para conocer sus necesidades y facilitar la adopción de una dieta equilibrada y nutritiva sin que su presupuesto se vea comprometido.

Los resultados de este estudio concluyen que los consumidores muestran una **alta conciencia y preocupación por mantener una dieta saludable**, y tratan de mantener buenos hábitos, adaptando su comportamiento de compra y buscando alternativas que ofrezcan la mejor relación calidad-precio, una tendencia más extendida entre las mujeres (85%). Así, el 55% de los hogares manifiesta que busca marcas alternativas que ofrezcan la

mejor relación calidad-precio, mientras que el 20% ha optado por **reducir el volumen de sus compras**, pero adquiere los mismos productos.

Presupuesto y tiempo: barreras para seguir una alimentación saludable

Este compromiso con mantener una dieta equilibrada se ve afectado por la percepción de que comer saludable es más caro o es más difícil encontrar promociones y ofertas en este tipo de alimentos, combinado con la creencia de que mantener buenos hábitos requiere más tiempo y esfuerzo.

Respecto a la percepción de que hay que emplear un mayor presupuesto para comer saludable, casi **el 80% de los encuestados que llevan o intentan llevar una dieta equilibrada asumen que estos alimentos son más caros**. El 62% apunta directamente a que una dieta variada de frescos es más cara que otras dietas apoyadas en comidas preparadas o alimentos envasados, mientras que un 26% la considera igual de cara que otros tipos de alimentación. Esta percepción, sin embargo, “no siempre es real”, como señala **Jaume Giménez, CEO de Nutritional Coaching y asesor nutricional de Dia**. “Planificar nuestros menús y lista de la compra, optando por frutas y verduras de temporada, combinado con alimentos ricos en proteína como las legumbres o pescados como las sardinas, vemos que el presupuesto necesario se reduce de forma significativa. La clave está en planificar y escoger bien”.

A este obstáculo se suma que un 24% de los encuestados percibe que no hay tantas promociones y ofertas en alimentos saludables, como sí las hay en otros productos de menor densidad nutricional. Ante esta percepción, **siete de cada diez encuestados consideran imposible o dudan que sea posible elaborar una comida saludable a un coste de 2,5 euros** por persona.

Sin embargo, pese al incremento del coste de vida, los hogares siguen teniendo presente la relevancia de mantener hábitos de alimentación saludable. Mientras que el 49% confirman que han reducido el consumo de alimentos en bares y restaurantes, sobre todo en el caso de los hogares con hijos, y un 40% ha disminuido el consumo de productos capricho o referencias gourmet y bebidas, solo 2 de cada 10 consumidores ha reducido su consumo de alimentos frescos.

Otra de las barreras que se asumen a la hora de seguir una alimentación saludable es que planificar y preparar este tipo de menús requiere más tiempo y esfuerzo que otras alternativas. Así lo consideran 4 de cada 10 encuestados. De hecho, más del 20% de los encuestados que intentan llevar una dieta saludable afirman disponer de poco tiempo para comer y prefiere optar por comidas más rápidas, mientras que otros achacan la dificultad para llevar hábitos de alimentación saludables a que es difícil saber qué productos son saludables (14%) o que no conocen recetas atractivas (5%).

Otra conclusión de este **I Radar SaluDiable** es la importancia que tiene el conocimiento sobre qué es una alimentación saludable, un factor que se convierte en una asignatura pendiente. **Cerca del 70% de los entrevistados cree conocer a la perfección qué alimentos son más sanos y cuáles no**. Sin embargo, ante la duda, casi el 40% diría que todos los alimentos son saludables dentro de un consumo adecuado, mientras que el 36% atribuye esta falta de conocimiento a la diversidad de opiniones procedentes de su entorno social, medios de comunicación y redes sociales.

No obstante, más del **90% de los consumidores reconocen que comer alimentos de proximidad y de temporada es fundamental** para tener una nutrición más saludable, un aspecto que subraya la percepción de la población sobre el valor de estos productos como clave para llevar una dieta equilibrada.

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

Este **I Radar SaluDiabie** se enmarca en el compromiso que Dia impulsa a través de su programa [Comer mejor cada día](#): contribuir a mitigar las barreras alimentarias y facilitar la adopción de hábitos saludables. A través de este programa, uno de los ejes clave del [Plan de Sostenibilidad 'Cada día cuenta'](#) de Grupo Dia, la compañía impulsa acciones para facilitar el acceso geográfico y económico a una alimentación de calidad y saludable, y promueve el conocimiento y la adopción de hábitos saludables.

“Las conclusiones de este primer estudio evidencian la relevancia de una iniciativa como Comer mejor cada día. El compromiso de Dia con las personas va más allá de garantizar el acceso a alimentos saludables de la máxima calidad, queremos ayudar a derribar barreras que impiden mantener una alimentación saludable, como la percepción del precio o la falta de tiempo”, afirma Pilar Hermida, Directora de Comunicación y Sostenibilidad de Grupo Dia.

Para facilitar el conocimiento y adopción de hábitos saludables, Dia publica [en su web](#) y en sus canales sociales como [Instagram](#) o [Youtube](#) contenido didáctico y ameno que muestra que comer mejor cada día es fácil y puede lograrse dentro de un presupuesto. Además, [bajo el nombre de SaluDiables](#), la compañía identifica dentro de su surtido aquellos alimentos cuyo consumo habitual contribuyen a seguir una dieta equilibrada sin comprometer el presupuesto del hogar gracias a tres factores: son **productos de alta densidad nutricional, fáciles de incorporar a nuestros menús diarios y a precios asequibles**.

Por su parte, **Javier López Calvet, Director de Sostenibilidad de Dia España**, señala que: *“Con el propósito de ser su aliado, y con la ambición de que nuestros clientes puedan comer mejor cada día, vivan donde vivan o tengan el presupuesto que tengan, en Dia trabajamos para que nuestra propuesta de valor facilite a los hogares adoptar hábitos de vida saludables”*. En un contexto como el actual, en el que los clientes han adaptado sus hábitos de compra para afrontar el incremento de coste de vida, Dia ha reforzado su compromiso histórico con el ahorro de los hogares con una inversión de 150 millones en promociones en 2024. *“Ofrecemos un surtido completo y variado, que apuesta por los productos frescos y locales, y productos Dia de la máxima calidad. Además, apoyamos a nuestros clientes con ofertas y promociones semanales y todas las ventajas adicionales de Club Dia”,* subraya Calvet.

Dia ofrece un amplio surtido de más de 7.500 referencias que combina productos Dia de la máxima calidad y precios asequibles, con referencias de marca de fabricante. Un equilibrio que ofrece al cliente libertad de elección para que haga su compra según sus gustos y necesidades gracias a una red de **1.100 proveedores locales a los que la compañía realiza el 96% de sus compras anuales**. Este surtido incluye más de 1.000 referencias de productos frescos nacionales y amplia variedad de frutas, verduras, carnes y pescados,

lácteos y frutos secos en distintos formatos y presentaciones en sus 2.300 tiendas de barrio y en su canal online.

Por último, conscientes del impacto de los precios en el consumo de las familias, Día centra sus esfuerzos en apoyar a los cerca de 6 millones de socios que forman parte del **Club Día** con **promociones exclusivas para ahorrar en la cesta de la compra**. Así, los clientes pueden disfrutar de ofertas, cupones personalizados, promociones semanales en más de 100 productos, con especial foco en los frescos, y descuentos del 40% en sus productos favoritos. A través del **programa de alianzas con empresas líderes**, Día se reafirma como aliado indiscutible del ahorro de sus clientes más allá de los lineales, permitiéndoles ahorrar hasta 500 euros en sus compras anuales.

*El estudio se ha realizado junto a la consultora Quiero, mediante un procedimiento de investigación cualitativa y encuesta cuantitativa online lanzada a 20.000 clientes de Club Día entre 18 y 70 años, durante el mes de febrero de 2024, con un volumen obtenido de más de 800 respuestas, un nivel de confianza del 95,5% y un error de muestreo absoluto del 3,5%.

Sobre Grupo Día

Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con casi 4.000 establecimientos en España, Argentina y Brasil. 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 23.000 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 17.000 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 más de 13 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 una marca Día renovada. 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.dia.es

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Día España](#)

Para más información:

Comunicación Día España

Grupo Día

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com
+34 608 710 511

comunicacion@diagroup.com

Día España

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