

El ahorro empieza antes de entrar al súper: cómo la compra planificada cuida tu bolsillo y evita el desperdicio alimentario

/ Su estrategia en materia de prevención de pérdidas y desperdicio alimentario permitió a Día evitar que se desperdiciaran 2.561 toneladas de alimentos en 2025, lo que supuso reducir el desperdicio en un 14% más que año anterior.

/ Día promueve hábitos de compra y alimentación a través de su [Guía de compra inteligente y saludable](#) con recomendaciones para planificar los menús, optimizar el presupuesto y aprovechar mejor los alimentos en el hogar.

/ Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en 2025 el volumen total desperdiciado dentro y fuera del hogar se situó en 1.129 millones de kilos o litros, cerca de un 20% menos respecto a 2020.

Madrid, 24 de septiembre de 2026. Planificar la compra antes de llegar al supermercado puede ser un gesto sencillo con un doble beneficio: ayuda a las familias a gestionar mejor su presupuesto y permite evitar que alimentos que podrían consumirse terminen desperdiciándose. En España, el desperdicio alimentario continúa siendo un reto: según los datos del **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación**, en 2025 el volumen total desperdiciado dentro y fuera del hogar se situó en **1.129 millones de kilos o litros, cerca de un 20% menos respecto a 2020.**

En el marco del **Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos**, promovido por Naciones Unidas, Día quiere acompañar a los hogares con consejos sencillos para ahorrar tiempo, dinero y recursos, empezando por planificar el menú y la lista de la compra según las necesidades reales de cada hogar.

Comer mejor y más planificado: de la cesta de la compra al plato

Como recoge la [Guía de compra inteligente y saludable](#), elaborada junto a la **Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)**, es primordial tomar decisiones conscientes en cada paso, desde la lista de la compra hasta el plato. Así, una lista de la compra estratégica basada en un menú semanal planificado puede marcar la diferencia para evitar compras innecesarias y desperdicio de alimentos.

**Según el estudio Retail con propósito: conectar con el consumidor en tiempos de cambio, elaborado por Kantar.*

Entre las claves para empezar a implementar un hábito de consumo más consciente, Dia destaca la importancia de planificar la cesta de la compra, priorizar alimentos saludables y de temporada y leer la información nutricional de las etiquetas. Además, organizar y conservar correctamente los alimentos en el hogar y aprovechar las sobras permite reducir el desperdicio alimentario y optimizar el presupuesto familiar.

A esto se suma el **cambio que se está viviendo en la forma de vivir y consumir en España**. Cada vez son más habituales los **hogares unipersonales, que crecerán casi un 42% para 2039, y casi un 30% en el caso de los hogares de dos personas***. Esto se traduce en la necesidad de ofrecer cada vez más opciones pensadas para hogares más pequeños donde la flexibilidad es clave.

Ante esta realidad, Dia impulsa una propuesta de surtido con formatos más pequeños, manejables y versátiles, adaptados a las necesidades de cada persona o parejas. En este contexto, el tamaño y el diseño de los envases adquieren un papel clave para facilitar el consumo real en hogares pequeños y evitar que los alimentos se queden a medias o sin consumir.

Prevención, la clave para minimizar el desperdicio

La prevención también ocupa un lugar central en la actividad de Dia. Por eso, la compañía trabaja para **reducir el desperdicio alimentario a lo largo de toda su cadena de valor**, desde la gestión de los productos en los almacenes hasta su llegada a las tiendas, en el marco de su estrategia de sostenibilidad.

Así, Dia avanza hacia un modelo en el que los alimentos y los recursos mantengan su valor durante el mayor tiempo posible. Todo ello, apoyado con medidas de redistribución de excedentes y valorización de productos que ya no pueden destinarse al consumo, y que son clave para reducir el **desperdicio alimentario, buscando disminuir esta cifra hasta un 1,20% en 2030**.

Su estrategia en materia de prevención de pérdidas y desperdicio alimentario permitió a Dia evitar que 2.561 toneladas de alimentos se desperdiciaran en 2025, un 14% más respecto al año pasado. Esto se logró gracias a la redistribución de excedentes, con **más de 628.500 kilos de alimentos donados a entidades sociales** y la valorización de subproductos con más de **1.900 kilos destinados como materia prima para alimentación animal**.

Por último, cuando los alimentos ya no pueden destinarse al consumo, Dia apuesta por su valorización para dar una segunda vida a los residuos. En este

**Según el estudio Retail con propósito: conectar con el consumidor en tiempos de cambio, elaborado por Kantar.*



A tu lado

sentido, la compañía logró valorizar más de **11.470.087 kilos de residuos de origen alimentario que se destinaron a compostaje y valorización energética.**

Sobre Grupo Día

A tu lado

Grupo Día es la red líder de supermercados de proximidad en España y Argentina, consolidada como el cuarto operador del mercado español y tiene el propósito de dar vida al día a día en cada comunidad donde opera.

Con la ambición de ser el supermercado preferido de los clientes para sus compras diarias en cada barrio y online, Grupo Día cuenta en España con más de 2.400 tiendas y una cobertura online que alcanza a 8 de cada 10 hogares, dando el servicio más rápido del país. Su modelo de negocio se centra en un surtido completo de productos frescos servidos a diario, libertad de elección a los clientes entre la máxima calidad de productos de marca Día y las principales marcas de fabricante y soluciones reales que ahorran tiempo y esfuerzo para hacer la vida más fácil a sus clientes. Este ecosistema aporta un 0,43% al PIB del país y sostiene más de 100.000 empleos directos e indirectos. En Argentina, la compañía cuenta con más de mil tiendas y un sólido canal online, siendo líder en proximidad en el Área Metropolitana de Buenos Aires y la marca más elegida por los clientes.

La compañía integra a un equipo de más de 34.000 profesionales en tiendas, almacenes y oficinas, además de su extensa red de franquicias que ya supone más de un 70% de toda su red destacando como la primera franquiciadora en el mercado español y la única cadena de supermercados con Certificación FRANQ en Argentina. Su compromiso con el entorno local se refleja en que el 96% de sus compras anuales se realizan a proveedores nacionales, garantizando una alimentación de calidad para sus cerca de 10 millones de clientes fidelizados en ambos países.

Cotizada en la bolsa española desde 2011, Grupo Día alcanzó una facturación de 7.076 millones de euros en 2025. Actualmente, se sitúa entre las 100 empresas con mejor reputación en España y Argentina según el monitor MERCO y es reconocida por promover el bienestar accesible a través de su programa 'Comer mejor cada día' y situar a las personas en el centro de todas sus decisiones.

<https://diacorporate.com/>

#ATuLado

Linkedin: [Día España](#) / Linkedin: [Grupo Día](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

Grupo Día

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

+34 608 710 511

SAMY (agencia de comunicación)

grupodia@samy.com

Lucía Martínez (+34 634 541 099)

Sofía Rascón (+34 692 042 507)

**Según el estudio Retail con propósito: conectar con el consumidor en tiempos de cambio, elaborado por Kantar.*



A tu lado

**Según el estudio Retail con propósito: conectar con el consumidor en tiempos de cambio, elaborado por Kantar.*