

III Radar SaluDiable

Día y la FEN ponen el foco en la merienda: 4 de cada 10 españoles no meriendan

/ El 'III Radar SaluDiable', [el estudio de Día sobre hábitos saludables](#), revela que el 40,9% de los hogares no merienda casi nunca o nunca, y que las razones principales están relacionadas con el coste o la falta de tiempo.

/ En este contexto, Día y la Fundación Española de Nutrición se unen para reivindicar la merienda como una de las cinco comidas importantes del día y se comprometen a poner en marcha el 4 de febrero como el Día de la Merienda.

/ La FEN (Federación Española de Nutrición) destaca el papel de la merienda dentro de una alimentación equilibrada: puede aportar entre un 10% y un 15% de la energía diaria y contribuir a una mejor distribución de las comidas a lo largo del día.

/ El Radar SaluDiable de Día ha analizado también cómo han evolucionado los hábitos de alimentación de los españoles y qué barreras encuentran a la hora de comer mejor, y aunque cerca del 70% señala que intenta llevar una alimentación saludable, el precio y la falta de tiempo siguen marcando las decisiones.

16 de octubre de 2026, Las Rozas de Madrid. La merienda parece estar perdiendo presencia en la rutina de los hogares. Así lo recoge la **tercera edición del 'Radar SaluDiable', un estudio elaborado por Día y presentado junto con la Fundación Española de la Nutrición (FEN)**, que analiza la evolución de los hábitos de alimentación de los españoles y las principales barreras a las que se enfrentan a la hora de mantener una alimentación equilibrada. En el marco del Día Mundial de la Alimentación, esta nueva edición pone el foco en la merienda y revela que **4 de cada 10 españoles no merienda nunca o casi nunca**.

Como señala **José Manuel Ávila, director general de la Fundación Española de Nutrición**, *"es importante defender una merienda sencilla, variada y apetecible, adaptada a las necesidades de cada persona y que sea fácil de integrar a la rutina"*.

En este contexto, **Pilar Hermida, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Grupo Día**: *"desde Día y la Fundación Española de la Nutrición (FEN) unimos fuerzas para poner en valor la merienda y reivindicar su papel dentro de unos hábitos de alimentación equilibrados. Queremos institucionalizar el Día de la Merienda el 4 de febrero, como una fecha clave que ponga el foco sobre este hábito y fomente la conversación en torno a su importancia dentro de la alimentación cotidiana"*.

Las meriendas pierden presencia: la falta de tiempo y el coste entre las principales razones

Los datos del 'III Radar SaluDiable' muestran que la merienda continúa formando parte de la rutina de una parte importante de los hogares, aunque con distinta frecuencia: un **34% merienda o prepara meriendas casi todos los días**, un **25,1% algunos días a la semana**, mientras que **el 40,9% afirma no hacerlo casi nunca o nunca**.

Entre quienes sí meriendan, las elecciones se apoyan principalmente en alimentos sencillos y cotidianos. La **fruta fresca es la opción más habitual (31,7%)**, seguida de los **lácteos (30,6%)**, **bocadillos y sándwiches tradicionales (18,8%)** y **frutos secos (12,8%)**. En el caso de la **bollería, los snacks envasados o platos preparados** representan únicamente el **6,1%**.

El informe también analiza también las prioridades a la hora de merendar dentro de los diferentes rangos de edad. En el caso de **menores de 14 años o mayores de 70, el aporte nutricional es el principal criterio para el 48,7%**, muy por delante de factores como la comodidad o facilidad de consumo (9,2%) o el precio (7,6%).

Sin embargo, durante la jornada se identificaron algunos retos a la hora de mantener una merienda 100% saludable. Como señaló **Pilar Hermida, chief Communications & Sustainability Officer de Grupo Día**, *“el 35% de los encuestados señala el precio de las opciones saludables como una de las principales dificultades para merendar, motivo por el que desde Día y nuestro programa Comer mejor cada día apostamos por eliminar esas barreras acercando productos frescos, locales y asequibles para que sus clientes puedan comer mejor cada día”*. Otra de las **barreras que impiden establecer la merienda** en la sociedad española son la **falta de tiempo o necesidad de preparaciones rápidas (33,3%)** y el **deseo de darse un capricho (31,7%)**.

Un hábito que aporta entre el 10% y el 15% de la energía diaria total

Para la **Fundación Española de la Nutrición (FEN)**, la merienda forma parte del reparto de las cinco comidas del día; desayuno, media mañana, almuerzo, merienda y cena. Así, la merienda contribuye a distribuir la ingesta de energía a lo largo de la jornada. En este caso, la **merienda debería aportar aproximadamente entre el 10% y el 15% de la energía diaria total**.

Como menciona **Jose Manuel Ávila, director general de la Fundación Española de Nutrición**, *“los datos del ‘III Radar SaluDiable’ muestran que, en la práctica, los hogares ya recurren principalmente a alternativas como la fruta, los lácteos, los bocadillos tradicionales y los frutos secos, lo que refleja que una merienda equilibrada puede construirse a partir de alimentos habituales y accesibles”*.

Comer saludable, un reto condicionado por el día a día

El ‘III Radar SaluDiable’ muestra que la intención de mantener una alimentación equilibrada está presente, aunque llevarla a la práctica no siempre resulta sencillo. **El 66,9% de los españoles asegura que intenta mantener una alimentación saludable, aunque no siempre lo consigue**, frente a un 31% que afirma conseguirlo siempre. Entre **las principales barreras aparecen el precio (43,5%) y la falta de tiempo (33,9%)**, en un contexto en el que el 74,9% considera que una dieta basada en productos frescos poco procesados es más cara que una basada en ultraprocesados o comidas preparadas. De hecho, **solo el 17,9% cree posible realizar una comida o cena saludable por menos de 2,5 euros por persona, mientras que un 51,8% lo pone en duda**.

Frente a estas dificultades, factores como la proximidad también pueden facilitar el acceso a una alimentación saludable: la cercanía de un supermercado obtiene una valoración media de 4,44 sobre 5 como elemento que facilita el acceso diario a alimentos frescos y saludables. Asimismo, las marcas de distribución representan una alternativa valorada por los consumidores cuando buscan una buena relación calidad-precio, ya que el 75,7% confía en su calidad.

Comer mejor cada día

El 'III Radar SaluDiable' da continuidad a una línea de investigación con la que Día analiza la evolución de los hábitos de alimentación y consumo de los españoles para identificar las principales barreras a la hora de mantener una alimentación equilibrada. Esta iniciativa se enmarca en [Comer mejor cada día](#), el programa con el que Día contribuye a mitigar las barreras alimentarias, facilitar la adopción de hábitos saludables y que se articula en torno a dos ejes: facilitar y promover el acceso a alimentos saludables y de calidad, e incentivar la adopción de hábitos saludables.

Ya en su [primera edición](#), el Radar identificó que seis de cada diez consumidores intentaban llevar una dieta equilibrada y saludable, aunque no siempre lo conseguían, y que la percepción de que comer saludable requería más presupuesto y tiempo suponía uno de los principales frenos. En su [segunda edición](#), el estudio puso de manifiesto la brecha entre la preocupación por comer mejor y la capacidad de llevar estos hábitos a la práctica: sólo el 28% de los consumidores afirmaba mantener hábitos saludables de forma constante.

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



A tu lado

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](#)

Para más información:

Día España

Raquel González

raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com

+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

SAMY (agencia de comunicación)

grupodia@samy.com

Lucía Martínez (+34 634 541 099)

Sofía Rascón (+34 692042597)