

### III Radar SaluDiable

## La merienda pierde terreno: 4 de cada 10 españoles no merienda

/ El 'III Radar SaluDiable', [el estudio anual de Día sobre hábitos saludables](#), desvela que la merienda está desapareciendo de nuestras agendas, atrapada entre las prisas del día a día y el bolsillo.

/ Para rescatar esta pausa tan nuestra, Día y la Fundación Española de Nutrición se alían para reivindicar la merienda como un momento clave del día e impulsan el 4 de febrero como el Día de la Merienda.

/ Desde la FEN recuerdan que regalarse ese tentempié a media tarde supone entre el 10% y el 15% de la energía diaria, la clave perfecta para equilibrar el día y no devorar en la cena.

/ El informe también muestra cómo han evolucionado los hábitos de alimentación de los españoles y revela que, aunque casi el 70% busca comer mejor, el ritmo acelerado y el presupuesto terminan ganando la partida.

**16 de octubre de 2026, Las Rozas de Madrid.** Los hábitos de alimentación de los españoles no dejan de evolucionar pero ¿comen mejor que hace unos años?, ¿han cambiado sus hábitos? Día aborda este debate a través de su **III Radar SaluDiable**, un estudio que analiza los hábitos de alimentación y las principales barreras que se encuentran a la hora de mantener una alimentación equilibrada. Durante la presentación de esta tercera edición, moderada por el **divulgador y creador de contenido sobre alimentación real, Alberto Ugarte**, el Radar SaluDiable pone el foco en la merienda para recuperar la conversación, con el apoyo de la **Fundación Española de la Nutrición (FEN)**, en torno a este momento cotidiano y su papel dentro de la alimentación diaria.

### ¿Por qué hemos dejado de merendar?

Los resultados del III Radar Saludiable de Día revelan que **4 de cada 10 españoles no merienda casi nunca o nunca**, una tendencia que refleja cómo este hábito ha ido perdiendo presencia en la rutina.

La merienda parece haber dejado de ser una parada fija para convertirse para muchos en un momento ocasional. Una de las **principales dificultades para incorporar la merienda a la rutina es principalmente el precio**, como señalan el **35% de los encuestados**.

Además, con la implementación de rutinas cada vez más productivas, **la falta de tiempo** ha sido otro de los motivos señalados por el **33,3%** de los encuestados, al que se suma las **ganancias de darse un capricho dulce**, como afirmaban el **31,7%**. Factores que hacen que cada vez más personas eviten la merienda y lo asocien a una comida menos saludable.

### La fruta y los lácteos, los favoritos de los que sí meriendan

Los hábitos de quienes sí mantienen la merienda muestran que este momento no tiene por qué estar ligado a la bollería o a los productos envasados. De hecho, **la fruta fresca ocupa el primer lugar en el ranking** de los alimentos que consumen más frecuentemente **(31,7%)**. Otra de opciones más habituales son los **lácteos como yogures o quesos (30,6%)**, seguidas de los **bocadillos o sandwiches tradicionales (18,8%)** y los **frutos secos (12,8%)**. De hecho, **otros productos como la bollería o snacks envasados ocupan el último lugar (6,1%)**.

Así, la Fundación Española de la Nutrición (FEN), confirma que la merienda puede formar parte de una alimentación equilibrada como una de las cinco ingestas del día. Más allá de qué se elija, se trata de **distribuir la alimentación a lo largo de la jornada y adaptar las cantidades y los alimentos a las necesidades de cada persona**.

### La merienda no es solo cosa de niños

Suele asumirse que la merienda es cosa de la infancia. Desde siempre se ha insistido tanto en su importancia en los más pequeños que se olvida de incluir en la rutina conforme se crece. Sin embargo, **Jose Manuel Ávila, director general de la Fundación Española de Nutrición**, recuerda que *“este hábito no depende tanto de la edad, sino de una alimentación organizada. La prioridad es organizarse en varias ingestas a lo largo del día y que la merienda pueda aportar entre un 10% y un 15% de la energía diaria, evitando llegar a la cena con un hambre excesiva”*.

Además, no existe una única merienda válida para todos: debe adaptarse a las necesidades de cada persona, a su edad, su actividad y al resto de alimentos consumidos durante el día. En este sentido, el ‘Radar SaluDiable’ señala que cuando se prepara una **merienda para menores de 14 años y mayores de 70, lo que más se valora es su aportación nutricional**: el **48,7%** prioriza nutrientes como **calcio, proteínas o vitaminas**. La facilidad de preparación (9,2%) y el precio (7,6%) quedan en segundo plano. Aun así, un 34,5% afirma que no prepara meriendas para estos grupos de edad.

Es justamente en las personas mayores donde la merienda adquiere un valor especial, ya que, puede cubrir necesidades nutricionales específicas que favorece la ingesta fraccionada de alimentos y ser un momento social y placentero que fomente el bienestar emocional.

### Volver a merendar: una cita que no se cancela

Recuperar la merienda no significa volver atrás, sino dar de nuevo un espacio a un momento cotidiano que puede adaptarse a los ritmos y necesidades actuales. En este contexto, la iniciativa, llevada a cabo junto con la Fundación Española de la Nutrición, contempla derribar falsos mitos y, además, la **institucionalización del Día de la Merienda**, para convertir el día 4 de febrero en una oportunidad para recordar que, entre el desayuno y la comida, o entre la comida y la cena, también hay espacio para parar, comer y disfrutar.

Como afirma Pilar Hermida, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Grupo Día: “el objetivo de la colaboración entre Día y la FEN es poner en valor la merienda y reivindicarse como parte de una alimentación equilibrada, sencilla y disfrutable. Esta misión se materializa a través de nuestro programa [Comer mejor cada día](#), una iniciativa que se asienta en dos ejes: facilitar y promover el acceso a alimentos saludables y de calidad e incentivar la adopción de hábitos saludables”.

### III Radar SaluDiable: así influye el tiempo, el precio y la accesibilidad en una alimentación saludable

Desde su primera edición, el Radar SaluDiable de Día ha analizado cómo son los hábitos de alimentación de los españoles y qué barreras encuentran a la hora de comer mejor, una línea de investigación que se ha mantenido en sus sucesivas ediciones y que ahora pone el foco en la merienda. Según los datos recogidos en el ‘III Radar SaluDiable’, el ritmo del día, el presupuesto o la facilidad para encontrar opciones saludables también influyen en nuestras decisiones: **el 66,9% de los españoles asegura que intenta mantener una alimentación saludable, aunque no siempre lo consigue**. El precio (43,5%) y la falta de tiempo (33,9%) vuelven a ser los principales obstáculos en un contexto en el que casi 3 de cada 4 (74,9%) perciben los alimentos frescos poco procesados como más caros que los ultraprocesados o las comidas preparadas. De hecho, **solo el 17,9% cree que es posible preparar una comida o cena saludable por menos de 2,5 euros por persona**.

Frente a estas barreras, pequeños factores del día a día pueden marcar la diferencia: tener un supermercado cerca de casa facilita el acceso a alimentos frescos y saludables, mientras que las marcas de distribución se consolidan como una opción para cuidar la alimentación sin renunciar a la relación calidad-precio, ya que el 75,7% confía en su calidad.

### 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.



A tu lado

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](#)

**Para más información:**

**Día España**

Raquel González

[raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com](mailto:raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com)

+34 655712890

**Comunicación Día España**

[comunicacion@diagroup.com](mailto:comunicacion@diagroup.com)

**SAMY (agencia de comunicación)**

[grupodia@sammy.com](mailto:grupodia@sammy.com)

Lucía Martínez (+34 634 541 099)

Sofía Rascón (+34 692042597)