ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO **2020**

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. y sus empresas filiales han preparado el Estado de Información no Financiera consolidado siguiendo los requisitos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Este informe forma parte del Informe de Gestión Consolidado 2020 de **Grupo DIA**.

DiA

Franquicias

Franquicias

Con más de 30 años de experiencia en el desarrollo del modelo de franquicia, **Grupo DIA** se ha convertido en el primer franquiciador en España y en el sexto de Europa, según el ranking internacional realizado por la consultora Franchise Direct, que está basado en parámetros que tienen en cuenta cuestiones económicas, la capacidad de innovación, el impacto ambiental y el apoyo a franquiciados, entre otros aspectos.

Grupo DIA cerró el año 2020 con 2.682 tiendas franquiciadas, lo que supone el 43% de todos sus establecimientos, mientras que en 2019 suponía el 44%.

La Sociedad aporta a sus franquiciados su conocimiento histórico del sector, la fuerza de su marca y sus servicios logísticos, mientras que el franquiciado aporta su vocación comercial y su conocimiento del mercado local, lo que es clave para **desarrollar el modelo de proximidad y cercanía.**

Esta relación de confianza entre **Grupo DIA** y los franquiciados también genera valor y riqueza en las comunidades en las que se establecen las franquicias. Durante 2020, el negocio de franquicias de DIA generó aproximadamente 17.700 empleos directos.

	TIENDAS FRANQUICIADAS		NÚMERO DE EMPLEOS BAJO FRANQUICIA	
	2020	2019	2020	2019
ARGENTINA	621	611	4.123	4.147
BRASIL	317	347	4.907	5.611
ESPAÑA	1.477	1.665	6.768	6.793
PORTUGAL	267	278	1.920	1.969
TOTAL	**2.682**	**2.901**	**17.718**	**18.520**

Tabla 18: *franquicias y el número estimado de empleados de la red de franquicias. Los datos de 2019 se han reexpresado para incluir las tiendas franquiciadas de Clarel y sus empleados.*

Principales canales de comunicación con los franquiciados

- **Grupo DIA** revisa la relación con sus franquiciados a través de **encuestas anuales elaboradas por el consultor independiente Nielsen.** Con esta encuesta, anónima y confidencial, obtiene información de los franquiciados respecto a qué aspectos consideran susceptibles de mejora y cuáles son sus niveles de satisfacción.
- **El Portal de Franquicias**, una plataforma *online* donde los franquiciados pueden acceder a bases de datos de información propia y comparativa y pueden contactar con el Grupo directamente.
- **El Primer Encuentro Nacional de Franquiciados** en España, en Portugal y en Argentina en el que han participado alrededor de 1.000 socios estratégicos, con la presencia de la alta dirección de la empresa, incluido el Presidente Ejecutivo del Grupo, Don Stephan DuCharme.
- Foros de discusión regulares dentro de la "Semana de la Franquicia" y programas de ayuda local, como el servicio de **"Atención al Socio Estratégico"** en España, "**El Defensor del Franquiciado"** en Argentina y **"DIA te escucha"** en Brasil.
- **Newsletter de franquicias** en todos los países en los que opera el Grupo, con información importante sobre la empresa.

Principales riesgos asociados a este grupo de interés

Los conflictos y la posible pérdida de franquiciados podrían afectar a la reputación de la marca **DIA** y al éxito del modelo comercial del Grupo, ya que depende, en gran medida, de su capacidad para mantener relaciones contractuales con franquicias rentables.

Principales políticas que rigen las relaciones con los franquiciados y el desempeño

- **Política Corporativa de Franquicias:** establece pautas relacionadas que aseguren que se respeta la legislación de cada país, que la información proporcionada sea precisa y que los acuerdos con los franquiciados que deciden administrar una tienda **DIA** a través del modelo de franquicia se cumplan.
- **Norma de Obligado Cumplimiento para la Selección y Relación con franquiciados:** tiene como objetivo garantizar la correcta selección, relación y gestión con los franquiciados del **Grupo DIA**.

Uno de los objetivos estratégicos de la nueva dirección es crear un modelo de franquicia sostenible a largo plazo. Con este propósito, en 2020 se han analizado y probado varias medidas que proporcionan a la red de franquicias más liquidez y rentabilidad y simplifican las operaciones. Los objetivos de este nuevo modelo son incentivar las ventas y atraer franquiciados de alta profesionalidad, elevando así el valor estratégico de la red de franquicias para el modelo de negocio de **DIA** hasta convertirlo en el modelo más competitivo en el sector de la distribución de alimentación. Para ello, se han llevado a cabo los siguientes cambios:

- **Nuevo método de pago de la mercancía por parte del franquiciado** que garantice el correcto abastecimiento de la tienda. Hasta el momento, **Grupo DIA** entregaba el pedido a sus franquiciados una vez que la mercancía había sido abonada. Con la Franquicia **DIA** 2020, el franquiciado pagará la mercancía cuando ya la haya vendido y no antes, favoreciendo así la tesorería de la tienda.
- **Simplificación de los costes para el franquiciado:** con la Franquicia **DIA** 2020, el franquiciado paga un porcentaje sobre su facturación mensual que cubre la mayor parte de los costes de funcionamiento de la tienda. Esta tarifa le facilita al franquiciado conocer con antelación sus gastos mensuales mejorando el control de su tesorería.
- **Sistema de incentivos por venta:** la Sociedad recompensa económicamente a los franquiciados por el incremento de la facturación como método de motivación y reconocimiento.
- **Facilidades de pago: DIA** entrega la totalidad del stock del establecimiento y el franquiciado constituye una garantía de al menos el 50% del valor de este.
- **Acompañamiento:** la Sociedad ha formado un equipo sólido de franquicias, compuesto por una dirección regional de nueva creación y por managers regionales de franquicias que se incorporan a la Sociedad con la misión de acompañar a los franquiciados en todo momento dándoles el soporte necesario.
- **Formación Escuela de Franquiciados:** la Sociedad hace extensible su programa de formación a los empleados de sus franquiciados, con el objetivo de contar con los mejores profesionales en su red de tiendas y brindar la mejor atención a sus clientes.

En España se ha creado la Escuela de Franquicias **DIA**, inspirándose en la Academia que ya existía en Argentina. Esta escuela ofrece un plan de desarrollo y formación desde el inicio de la franquicia para los franquiciados internos, los multifranquiciados y los nuevos socios que se incorporen a la Sociedad, con una oferta formativa presencial y *online* que responde a las necesidades del comercio actual. Ofrece un plan de acogida para los socios de **DIA**, un completo plan de formación inicial que se adapta al perfil de sus franquiciados (externos, multifranquiciados, personal interno que quiera abrir una franquicia en **DIA**) y un plan de formación continua para mantenerse completamente actualizados.

El plan de formación inicial se caracteriza por ser mucho más práctico y completo. Tiene una duración de 12 semanas de las cuales seis son prácticas antes de la apertura de su tienda **DIA**. Para el resto de semanas se combina metodología presencial con un servicio de seguimiento y auditorias formativas que permitirán al franquiciado reforzar todos los procedimientos operativos. Y para conseguirlo, son claves los formadores de franquicias.

Desde el punto de vista operativo, los centros regionales de España han incorporado un analista de franquicias en su equipo, encargado de proporcionar a los franquiciados asesoramiento financiero y económico para ayudarle a obtener la mayor rentabilidad de su negocio. Asimismo, una persona del equipo logístico se responsabiliza de las solicitudes de pedidos de los franquiciados y de cualquier otro problema logístico que les afecte. Aunque el Grupo no tiene un compromiso formal de ayudar financieramente a los franquiciados, existe un comité de financiación que analiza los casos en que los franquiciados están experimentando dificultades financieras para determinar cómo ayudarles.

Para seguir fortaleciendo el vínculo con los franquiciados e incorporar su visión en las decisiones diarias de la Sociedad, **DIA** Portugal ha creado un comité comercial y uno de operaciones en los que, junto con los principales responsables, participan 12 franquiciados y masterfranquiciados. En 2020, se han celebrado cuatro de estas reuniones, con un resultado muy satisfactorio para todas las partes.

Cabe señalar que todos los cambios realizados a nivel operativo y comercial para mejorar el modelo comercial de la Sociedad benefician tanto a las tiendas propias como a las franquicias. Tratar a las tiendas franquiciadas con los mismos criterios de gestión que a las tiendas propias es un principio básico y un importante compromiso de Grupo DIA.

Todos estos planes de acción han permitido mejorar un 30% la satisfacción de los franquiciados con **Grupo DIA** como empresa franquiciadora en 2020, según los resultados del último barómetro realizado.