

Las emprendedoras apuestan por la franquicia de Dia: casi la mitad de la red la gestionan mujeres

/ Dia, con más de 30 años de experiencia como empresa franquiciadora en España, destaca la fuerza laboral de mujeres empresarias que gestionan su red de franquicias.

/ El 44% de la red de franquicias en España está gestionada por mujeres, más de 650 tiendas.

8 de marzo de 2023, Las Rozas de Madrid. Cerca de la mitad de la fuerza franquiciada de Dia en España está compuesta por mujeres. Así lo confirman los datos de la compañía al cierre de 2022: con una red de franquicias formada por 1.513 tiendas, el 44% son gestionadas por empresarias, dato que avala la apuesta de la compañía por el talento y el emprendimiento femenino también en esta área del negocio.

Dia abrió su primera franquicia en el municipio de Tarancón (Cuenca) en 1989. En estas tres décadas, la compañía se ha consolidado como la mayor franquiciadora del país y la séptima de Europa. Con más de la mitad de su red de tiendas en España gestionadas por franquiciados, Dia es un potente motor económico y generador de empleo, sumando a su ecosistema más de 9.200 puestos de trabajo en España y 19.900 a nivel global.

La franquicia es una pieza clave en la apuesta de Dia por la distribución alimentaria de proximidad. La alianza con emprendedores locales que comparten el propósito y la pasión por el cliente de Dia permite a la compañía estar cada día más cerca de las personas para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Y en esta ambición, las emprendedoras y empresarias tienen un papel fundamental.

De los más de 1.000 franquiciados que forman parte de la red en España, 526 son mujeres y gestionan un total de 651 tiendas repartidas por todo el territorio nacional. Además, de este grupo de empresarias, más de un centenar son multifranquiciadas, es decir, gestionan dos o más tiendas Dia.

Una de ellas es Susana Martín Reviejo que, tras varios años como empleada de Dia, decidió dar un salto en su carrera laboral y apostó por la franquicia como vía para impulsar su propio negocio. Después de siete años al frente de una franquicia Dia, Martín Reviejo gestiona dos tiendas: una tienda en Méntrida (Toledo) y otra en Villa del Prado (Madrid). Estos establecimientos le permiten generar oportunidades de empleo en ambos municipios y lograr un impacto positivo en la economía local.

Como Martín Reviejo, una gran parte de colaboradoras y colaboradores de Dia confían en la franquicia cuando deciden iniciar su propio negocio. Es el caso de Norma Susana Cargua, que tras años como trabajadora de Dia apostó por su propio negocio y abrió su primera franquicia Dia en Madrid en 2016. A día de hoy, gestiona dos tiendas en la capital española con las que genera más de una treintena de puestos de empleo.

Como ellas, otras franquiciadas que han confiado en el modelo de franquicia de Dia son Sara Yosselin Cruzado, una joven exempleada de Dia que gestiona tres tiendas en Saint Feliu de Llobregat, y Ana María Vasut, que dirige dos tiendas en Tarragona, una en El Vendrell y otra en Llorens del Penedes.

“Día lleva más de 30 años apoyando a emprendedores locales que deseen gestionar una tienda de barrio. Nuestro modelo de franquicia ofrece la oportunidad de impulsar un negocio estable, con el respaldo y experiencia del equipo de Dia”, afirma Manoli Peña, directora de Franquicias de Dia España. “Es un orgullo que nuestra red de tiendas crezca de la mano del talento y liderazgo de tantas mujeres”.

A nivel nacional, la Comunidad de Madrid destaca en volumen de mujeres franquiciadas, con un total de 116 de las que 20 son multifranquiciadas. Y solo en Madrid capital, la red cuenta con 92 franquiciadas, de las cuales 17 gestionan dos o más tiendas. Otro ejemplo es el de Cataluña, comunidad en la que Dia cuenta con más de 300 tiendas y 50 de ellas son gestionadas por franquiciadas, con 18 multifranquiciadas. Respecto a capitales, destaca Barcelona, con 20 franquiciadas, o Sevilla, que suma otras 16 empresarias de las que tres ya gestionan dos o más tiendas.

El cambio cultural impulsado en los últimos tres años en la compañía se refleja también en la relación con los franquiciados que, atraídos por el nuevo modelo de franquicia ya operativo en toda la red, confían en Dia para abrir su propio negocio. “El nuevo modelo de ‘partnership’, impulsado en 2020, ha demostrado ser una decisión clave para el negocio: con la simplificación de costes y la mejora de rentabilidad, hemos generado una relación ganadora para ambas partes”, agrega Peña.

El talento femenino en la franquicia Dia a nivel global

La franquicia es una de las palancas del negocio que sustentan este Nuevo Dia, una compañía impulsada por su propósito y valores que, poniendo a las personas en el centro, ha desplegado una propuesta de valor diferencial para el cliente con la ambición de ser la tienda de barrio y online favorita de los vecinos.

En esta apuesta por impulsar el negocio de la mano de emprendedores locales, el talento femenino también es clave en Argentina, Brasil y Portugal. En Argentina, donde Dia es la única empresa del retail que opera bajo este modelo, el 70% de las tiendas está gestionada por franquiciados y, de ellas, casi la mitad son lideradas por mujeres. En el caso de Brasil, la proporción de franquiciadas también se sitúa en un 40% de la red; y en Portugal, una de cada tres franquicias está liderada por una mujer.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.700 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. 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 Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 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 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 86% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 14 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 Dia 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.

<https://diacorporate.com/>

#cadadiamascerca

LinkedIn: [Dia Group](#)

Twitter: [@Dia Group](#)

Para más información:

Grupo Dia

Ainhoa Murga

ainhoa.murga@diagroup.com

Ogilvy

Isabel Uría

isabel.uria@ogilvy.com

+34 699 244 750



@Dia_Esp



Dia España

www.dia.es

