

## Grupo Día y CEOE abordan el papel de la franquicia como motor clave del emprendimiento en España

/ En el marco de la jornada “El valor de la franquicia para el emprendimiento en España”, representantes de compañías de los sectores de las telecomunicaciones, la restauración y la distribución alimentaria profundizaron acerca del valor que el modelo de negocio de la franquicia aporta a la creación de empleo y emprendimiento en España, así como su contribución al dinamismo empresarial.

/ Reducir riesgos a la hora de emprender, el sentimiento de pertenencia a un grupo consolidado o la posibilidad de acceder a formación cualificada, son algunas de las significativas ventajas que esta fórmula empresarial otorga a los emprendedores.

/ La flexibilidad, la innovación y la capacidad de adaptación al mercado y al cliente, se han convertido en garantes del éxito de una franquicia.

**Las Rozas de Madrid, 28 de noviembre de 2024.-** Las franquicias representan el 1,88% del PIB nacional, constituyendo un modelo de negocio maduro que actualmente cuenta con 1.384 franquiciadores. Su historia en España no es extensa, pero sí decisiva para la economía del país, que bebe de ellas desde hace cuatro décadas, cuando comenzó su andadura a paso firme. Desde entonces, se han convertido en un valor imprescindible que abre un abanico de posibilidades en torno al emprendimiento y el empleo, generando más de 318.000 puestos de trabajo en todos los sectores.

Para abordar las oportunidades y retos que plantea emprender bajo el modelo de franquicia, [Grupo Día](#), red líder de tiendas de proximidad con más de 2.300 establecimientos en nuestro país, en colaboración con [CEOE](#), ha organizado la jornada “**El valor de la franquicia para el emprendimiento en España**”. En el encuentro, celebrado el jueves 28 de noviembre en formato híbrido desde la sede de CEOE en Madrid, se profundizó acerca de la contribución de este modelo al tejido empresarial español de la mano de representantes de instituciones y compañías de gran relevancia para el mismo.

*“La franquicia se ha convertido en un potente motor para la economía española, constituyendo un modelo de negocio maduro para todos los sectores donde la alimentación asume el liderazgo absoluto”, señala **Manoli Peña, Directora de Franquicias de Día**, durante la apertura de la jornada. “Esto supone un gran orgullo y responsabilidad para todas las empresas que componemos el sector. En Día estamos comprometidos con estar siempre cerca de los hogares para ofrecer la máxima calidad a precios asequibles y, para lograrlo, nuestra fuerza franquiciada es una pieza clave, sumando más de 1.500 tiendas franquiciadas, el 20% del total de franquicias de alimentación a nivel nacional”.*

Por otro lado, **Jorge Honrubia**, jefe del área de Competitividad, Comercio y Consumo en CEOE, ha destacado durante la apertura del acto que “*emprender en franquicia*

ofrece beneficios como un modelo de negocio probado, apoyo continuo del franquiciador, innovación constante y reconocimiento de marca, lo que reduce riesgos y facilita el acceso a recursos y formación". "Además, permite entrar en mercados consolidados con una estructura operativa ya establecida y, sobre todo, ayuda a no sentirse solo en el camino del emprendimiento", ha añadido.

La jornada dio paso a una mesa redonda que contó con la participación de **Manoli Peña**, Directora de Franquicias de Día España; **Luisa Masuet**, presidenta de la Asociación Española de la Franquicia (AEF); **Jorge Bernal**, Director del canal presencial de MASORANGE; y **Luis Trancho**, Director de Franquicias de Asea. La conversación fue moderada por **Pilar Hermida**, Directora de Comunicación y Sostenibilidad de Grupo Día.

A lo largo de la jornada, los ponentes coincidieron en señalar que la franquicia es un modelo de negocio con un impacto directo en el empleo, la innovación y la competitividad de los sectores en los que opera, consolidándose como una de las opciones más atractivas para emprendedores por la reducción de riesgos y la posibilidad de iniciar un negocio bajo una marca consolidada, entre otros factores. Así se desprende del último [Informe de la Franquicia en España](#) publicado por la Asociación Española de la Franquicia (AEF) que destaca una evolución positiva con cifras que dejan atrás el impacto de la pandemia y muestran un crecimiento del 2,5% en volumen de facturación en 2023 respecto al año anterior. Para que el negocio tenga éxito, resulta clave generar una relación de confianza entre franquiciador y franquiciado, profundizando en dos aspectos estratégicos: información y formación. "La relación entre franquiciador y franquiciado debe ser honesta y de confianza. La marca tiene que ayudar al franquiciado a entender su rol al frente del negocio, para que comprenda su papel y pueda evitar incidencias en el futuro. Además, es necesario que la marca apoye con formación y asesoramiento al franquiciado a lo largo de toda la vida del contrato, para que este emprendedor sea capaz de afrontar los desafíos del negocio y sea una relación ganadora para ambas partes", ha afirmado **Luisa Masuet**, presidenta de la Asociación Española de la Franquicia (AEF).

La marca tiene que ayudar al franquiciado, apoyarle para que entienda cuál es su papel y para evitar, en la medida de lo posible, incidencias

Este desafío es especialmente prioritario para el sector de la distribución alimentaria, líder en facturación, empleo y número de establecimientos. Para Grupo Día, la franquicia es clave en su apuesta por la distribución alimentaria de proximidad y, desde el inicio de su trayectoria, ha reconocido el valor que puede aportar en el crecimiento de la economía local. Bajo esa premisa y consciente de que el emprendimiento es un camino retador, en 2020 impulsó un nuevo modelo de alianza orientado a favorecer la rentabilidad, garantizar el correcto abastecimiento y facilitar la gestión diaria. Su éxito ha permitido consolidar su red de franquiciados, potenciando el talento interno y elevando el número de emprendedores que gestionan dos o más tiendas Día (multifranquiciados), elevar su satisfacción y fortalecer las relaciones.

"El acompañamiento continuo, la formación y el uso de herramientas tecnológicas son fundamentales en todo este proceso, para lo que hemos creado 'Campus Día', la primera plataforma de desarrollo para franquiciados a través de la que ya hemos impartido más de 265.000 horas de formación a más de 6.400 personas", **Manoli Peña, Directora de Franquicias de Día.**

Desde el sector de las telecomunicaciones, han resaltado del mismo modo la importancia de aplicar una filosofía centrada en la dinamización de la relación con el franquiciado, basándose en la cercanía, la supervisión y la coordinación. *“La relación con el franquiciado es fundamental para el éxito de nuestra actividad. El retail es un negocio de personas para personas con lo que las claves son la comunicación abierta, la confianza mutua y el apoyo constante entre las partes. Desde MASORANGE, para poder dar un servicio excelente a las más de 30 millones de personas que entran cada año en nuestras tiendas exclusivas, tenemos un modelo de gestión centrado en la formación y asistencia operativa sustentado en herramientas tecnológicas de vanguardia. También es muy importante nuestra red de supervisión que asegura la calidad y consistencia de servicio que damos a nuestros clientes. Su satisfacción es el eje central de nuestro trabajo que nos permite lograr la rentabilidad que hace sostenible el negocio, tanto para el operador como para el franquiciado. Nuestros franquiciados más exitosos tienen en común la buena gestión que hacen de sus colaboradores y sus ganas de aprender, crecer y reinvertir en el negocio. Además, en MASORANGE, también ayudamos al resto de la comunidad de franquiciados de otros sectores al ser un proveedor clave tanto de infraestructuras de telecomunicaciones como de servicios y contenidos. Es por ello que un porcentaje elevado de la venta de nuestras tiendas también se da en el mundo de los autónomos y pequeñas empresas”*, comentó **Jorge Bernal**, Director del canal presencial de MASORANGE.

La industria de la Restauración, con gran relevancia también en el ecosistema de las franquicias, es, por otro lado, una de las que más ventajas genera al emprendedor en términos de desarrollo económico frente al impulso de un negocio independiente. Durante su intervención, **Luis Trancho**, Director de Franquicias de Alsea, una de las grandes franquiciadoras en restauración con más de 1.100 locales operativos bajo marcas muy reconocidas como Vips, Gino's, Foster's Hollywood o Starbucks, comentó que *“la franquicia de restauración organizada ofrece una plataforma sólida para el desarrollo económico al combinar la estabilidad y las oportunidades de unas marcas consolidadas con el espíritu emprendedor del franquiciado. Las ventajas frente a un negocio independiente en términos de reducción de riesgos, acceso a recursos, innovación y capacidad de escalabilidad, hacen de este modelo una opción más rentable y segura”*.

### Propósito, cercanía y adaptación a las tendencias: las claves del éxito

Los factores clave que están influyendo en la transformación de la franquicia, situando a la digitalización al frente de su evolución, han sido otro de los objetos de análisis durante toda la mesa redonda. Adaptarse a las nuevas tendencias apoyando a los franquiciados en este proceso a través de herramientas digitales, es una prioridad para todas compañías con el objetivo de potenciar el interés de emprender e impulsar la gestión del negocio.

*“En el caso de Grupo Día, tenemos un equipo dedicado a identificar las necesidades específicas de los franquiciados en este sentido, además de transmitirles nuestro know-how para que todos nuestros establecimientos operen de forma unificada”*, afirmó **Peña, Directora de Franquicias de Día**. Los representantes de Alsea y MASORANGE coincidieron con Día en la relevancia de aportar herramientas y formación, además de acompañar al franquiciado en su implementación y de ofrecerle soporte para adaptarse al comportamiento del consumidor.

Los ponentes cerraron el debate coincidiendo en que el perfil de los franquiciados ha evolucionado hacia un modelo más cercano, con ambición y propósito, señalando

que la capacidad de adaptación y la innovación son claves para el éxito a largo plazo, tanto para los franquiciadores como para los franquiciados.

## **Sobre Grupo Dia**

### **Cada día más cerca**

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con más de 3.300 establecimientos en España y Argentina. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de la mejor calidad a un precio asequible, tanto en nuestras tiendas físicas como en 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 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, y las 15.000 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 6.759 millones en 2023.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros cerca de 10 millones de clientes fidelizados una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y locales y una marca Dia de la máxima calidad.

<https://diacorporate.com/>

#CadaDiaMasCerca

Linkedin: [Dia Group](#)

## **Sobre CEOE**

CEOE es la principal representante de las empresas en España ante la Administración, los organismos del Estado, las organizaciones sindicales, los partidos políticos y las instituciones internacionales. En Europa, CEOE es miembro activo de BusinessEurope, que agrupa a las asociaciones empresariales de todo el continente. Desde su fundación en 1977, CEOE representa y defiende los intereses de los empresarios españoles. Agrupa, con carácter voluntario, a la mayoría de las empresas y empresarios individuales de cualquier tamaño o sector a través de asociaciones de base, que forman una red de 240 organizaciones empresariales.

### **Para más información:**

#### **Grupo Dia**

Ainhoa Murga  
[ainhoa.murga@diagroup.com](mailto:ainhoa.murga@diagroup.com)  
+34 608 710 511

#### **CEOE**

Comunicación  
[comunicacion@ceoe.es](mailto:comunicacion@ceoe.es)  
+34 915 663 465

#### **Comunicación Dia España**

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

