DIA busca socios para abrir 500 tiendas bajo franquicia en 3 años

La cadena de supermercados DIA ha decidido cambiar su modelo de franquicia para hacerlo “más competitivo” y busca socios para abrir 500 tiendas en España pese a la pandemia, para lo que espera atraer a personas sin empleo con voluntad de emprender.

Así lo han anunciado responsables de la compañía, que han considerado que **las mejoras introducidas resuelven las “complejidades” que entrañaba su anterior sistema -duramente criticado por una parte de sus franquiciados-** y han subrayado que este modelo de negocio es clave para el presente y el futuro del grupo.

La empresa cuenta actualmente con 1.300 establecimientos bajo régimen de franquicia, de las

más de 3.000 tiendas con la enseña DIA abiertas en España, y **su objetivo es cerrar 2020 con la incorporación de un centenar de tiendas con este mismo sistema, pese a la pandemia**.

"**Necesitamos encontrar franquiciados que quieran trabajar con nosotros, hemos empezado ya el proceso para incorporarlos (…) Hay mucha gente que ha perdido su trabajo, como ha ocurrido en el sector de la restauración, y les queremos trasladar que DIA es una opción de futuro**", ha defendido en declaraciones a los periodistas el director de Logística y Franquicias de DIA España, Iván Martín.

La cadena aspira a recibir candidatos tanto internos (empleados) como externos, y **su meta por el momento es que el mix de tiendas propias y franquiciadas ronde el 50 %**.

Nueva etapa tras los cierres

Con la llegada en mayo de 2019 de un nuevo equipo directivo -tras el éxito de la opa presentada por su mayor accionista, el magnate ruso Mijaíl Fridman-, **DIA ha afrontado un proceso de renovación que llevó a la firma a deshacerse o asumir la gestión de centenares de franquicias con baja rentabilidad**.

Solamente en 2019 la empresa cerró a escala global más de 800 tiendas, de las que más de la mitad pertenecían a su división española.

Precisamente **la búsqueda de "rentabilidad" es una de las claves del nuevo modelo**, según ha destacado Martín: el beneficio medio bajo el actual sistema pasará del 1,5 al 3 %, según sus cálculos.

Además, **cambia el método de pago de la mercancía** (que se aplaza a una vez realizada la venta de los productos, y no antes), **se simplifica el coste a abonar por el franquiciado por asociarse a DIA** (a través de un porcentaje sobre toda su facturación) y **se introducen incentivos económicos** por aumento de ventas.

Más facilidades de financiación y la extensión de su programa de formación a los empleados en franquicias son otras de las novedades.

Reforzar la proximidad de DIA

"**Somos la tienda del barrio, estamos presentes en más de 800 municipios y ahora con la pandemia se ha puesto de manifiesto el papel fundamental de la franquicia en este servicio**", ha subrayado Martín.

De acuerdo con sus datos, más de 200 franquiciados tienen más de una tienda bajo su gestión; por el momento, el nuevo modelo ya se ha implementado en cerca de 700 tiendas.

En su opinión, **el sistema de franquicias anterior “funcionó”, aunque ahora se ha optado por hacerlo “más competitivo” y por simplificarlo**, después de que este tipo de tiendas perdieran ventas y comenzaran a surgir los problemas tras las turbulencias vividas por la compañía durante el pasado ejercicio.

Las críticas de una parte de los franquiciados se remontan, no obstante, a años anteriores, e incluso motivaron el **inicio de procedimientos judiciales** en algunos casos.

El nuevo modelo ha sido presentado a 900 franquiciados en un encuentro telemático con el presidente de DIA, Stephan DuCharme, y el consejero delegado de la firma en España, Ricardo Álvarez.