

# NOTAS ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS.

**Nombre de la entidad:** DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACION, S.A.

**Estados financieros:** ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS

**Fecha del Informe de Revisión limitada:** 31/03/2020

**Área:** Resultados financieros y actualización estratégica

## Descripción:

### 1T 2020 - PRINCIPALES RESULTADOS FINANCIEROS (cifras en millones de euros)

- **Ventas Netas:** 1.696 millones (1T19: 1.733 millones) prácticamente estables a pesar de un descenso del 12% en el número de tiendas y el efecto adverso de la divisa de Brasil<sup>1</sup>.
- **Ventas Comparables (Like-for-Like):** +3% con un crecimiento subyacente pre-COVID-19 en España y Portugal impulsado por el efecto de la transformación del negocio.
- **Margen Bruto:** 358 millones (1T19: 370 millones), que desciende por un aumento de los costes logísticos que sirven de base para la mejora estratégica de la oferta de frescos, y como consecuencia de los costes extraordinarios generados por COVID-19.
- **Costes de Personal:** reducción del 1% a pesar del aumento de costes generados por COVID-19.
- **Gastos de Explotación:** aumento del 6% por costes relacionados con COVID-19, donde se incluye el material de protección para toda la compañía.
- **Costes de Reestructuración:** 6 millones (1T19: 67 millones), con la primera fase de transformación ya completada.
- **EBITDA:** 61 millones (1T19: 17 millones), impulsado por la reducción de los Costes de Reestructuración; **EBITDA Ajustado:** -0,5 millones (1T19: 12 millones) por el impacto de los costes COVID-19.
- **Deuda Financiera Neta:** mejora en 36 millones a pesar de la estacionalidad negativa, con la mejora del perfil de vencimiento de deuda tras el acuerdo de refinanciación a largo plazo y la amortización de bonos, ambas realizadas en julio de 2019.
- **Capital Circulante:** flujo de entrada de 49 millones, mejor de lo previsto, gracias al aumento de las ventas netas y una pequeña mejora en los días del Capital Circulante.
- **Liquidez Disponible:** estable en 425 millones (diciembre de 2019: 421 millones).

### **Priorizar la cultura y la confianza - reforzar la confianza y potenciar las relaciones a largo plazo**

- **Clientes:** Nueva propuesta de valor basada en la relación calidad/precio y respuesta efectiva a la COVID-19, reposicionando positivamente a DIA en sus comunidades.

### **Reconstruir DIA - restablecer las prácticas básicas del sector de distribución:**

- **Operativa:** Implantación de un programa de excelencia, que incluye mejoras en la distribución de las tiendas, planogramas para la exhibición de productos y medidas de

optimización logística; incremento de los ratios de productividad con un crecimiento en España del 5,9% del ratio *Ventas Netas/Empleado a tiempo completo* durante enero y febrero, previo a la crisis de la COVID-19.

La segunda fase de la transformación del negocio de DIA está ya en marcha y los equipos de dirección de cada país implantarán de forma activa una hoja de ruta<sup>2</sup> definida, con supervisión de resultados, la orientación estratégica y asignación de capital de la estructura corporativa central. Las prioridades inmediatas para 2020 incluyen el desarrollo de la propuesta de valor comercial de DIA y el nuevo concepto de tienda basado en las lecciones extraídas de la primera fase, los comportamientos de consumo post-COVID-19, así como un mayor alcance de los proyectos online y de entrega rápida.

El Grupo también anuncia sus objetivos ligados a la hoja de ruta estratégica, con crecimiento de las ventas netas apoyadas consistentemente en las ventas comparables (*Like-for-Like*), junto con el despliegue gradual de otras iniciativas entre las que se incluyen remodelaciones y relocalizaciones así como nuevas aperturas a partir del año 2022.

## ACTUALIZACIÓN COVID-19

**DIA ha proporcionado una respuesta operativa eficaz ante COVID-19**, protegiendo a empleados y clientes, al tiempo que se aseguraba que las tiendas permanecieran abiertas y bien abastecidas, y manteniendo un ágil funcionamiento de la cadena de suministro. La respuesta del Grupo se ha centrado en los ámbitos siguientes:

### Proteger a nuestros profesionales

- Medidas de protección integrales para los empleados en todas las tiendas e instalaciones de DIA, incluyendo más de 4 millones de mascarillas, 260.000 litros de desinfectante de manos, 10 millones de guantes, 48.000 viseras y 10.000 pantallas protectoras en caja.
- Pago de sueldo íntegro a todos los trabajadores que se han tenido que confinar y pago de un bonus extraordinario para todos los empleados del Grupo y de nuestros franquiciados, como reconocimiento a su compromiso y dedicación.
- Aumento del apoyo a los franquiciados en materia de servicios técnicos avanzados de limpieza, equipos de protección y apoyo al personal sin cargo alguno.
- Se ha lanzado un servicio telemático de asistencia sanitaria gratuita, inicialmente en España, para todos los empleados y sus familias.

### Vocación de servicio a nuestros clientes

- El 95% de las tiendas DIA abrieron sus puertas durante el confinamiento motivado por COVID-19, y solo se produjeron cierres limitados en el tiempo relacionados con procesos exhaustivos de limpieza.
- **España:** aumentó proactivamente su capacidad para gestionar pedidos online con el objetivo de satisfacer la demanda de los clientes, dando servicio ahora a 500 ciudades a través de 2.200 empleados adicionales. Se han abierto 13 tiendas de operaciones (*dark stores*) y se ha alcanzado un acuerdo con Glovo para aumentar el servicio de entrega a domicilio, mejorando nuestra capacidad de respuesta en el mercado.

### Apoyo a nuestras comunidades

- Se han realizado donaciones de alimentos, de equipos de protección personal y de espacio de almacenamiento a instituciones nacionales y locales en todos los mercados en los que opera DIA.
- Se ha lanzado el programa social DIAContribuye2020 para mitigar las consecuencias negativas de la crisis en las comunidades en las que opera DIA.
- **Entre las actividades iniciales de DIAContribuye2020 se incluyen:** la donación de 250.000 mascarillas y 2.500 litros de desinfectante de manos; la venta de mascarillas protectoras a precio de coste; el compromiso de igualar la donación realizada por los franquiciados dentro de unos límites; la distribución de más de 16.000 kilos de alimentos en toda España; reparto de 50.000 productos de Semana Santa para grupos de riesgo en Galicia, Zaragoza y Madrid; y la provisión de 1.500 m<sup>2</sup> de espacio en centros de distribución para el almacenaje por parte de las autoridades públicas de material sanitario.

## RESULTADOS FINANCIEROS DEL GRUPO:

- Las **Ventas Netas del Grupo** solo descendieron un 2,1% a pesar de la reducción del 11,7% en el número de tiendas y la depreciación del 18,6% del real brasileño durante el período, lo cual pone de manifiesto los avances conseguidos por el Plan de Transformación de DIA, así como por el efecto de la actividad comercial extraordinaria durante la crisis de COVID-19 en marzo. La **Densidad de las Ventas** aumentó un 7,3%
- El **Margen Bruto (como porcentaje de Ventas Netas)** disminuyó hasta el 21,1% (1T 2019: 21,4%), reflejando los costes de COVID-19 (incluidas las horas extras de mano de obra adicional y el pago de bonus a empleados de logística y a personal de franquiciados) y, en menor medida, el reconocimiento prudente de las condiciones de los proveedores a principios de año.
- El **EBITDA Ajustado**, que excluye la NIC 29 (hiperinflación), la NIIF 16 (efecto de arrendamientos), los costes de reestructuración y el devengo de costes relacionados con el LTIP<sup>3</sup> del Grupo para 2020-22, se situó en -0,5 millones (1T 2019: 11,8 millones)<sup>4</sup> y se ha visto afectado negativamente por los 22,0 millones en costes relacionados con la crisis de la COVID-19.

## RESULTADOS POR PAÍSES:

### España:

- Las **Ventas Netas** mejoraron gracias a los avances conseguidos con la transformación del negocio, incluida la mejora del surtido comercial, la actualización del modelo de franquicias y la aplicación de mejoras operativas. En marzo se ha registrado un repunte excepcional de la actividad comercial con motivo de COVID-19.
- El **EBITDA ajustado** disminuyó un 87,3%, debido al aumento de los gastos de explotación relacionados con COVID19. Este descenso ha provocado una caída del margen de 110 pb hasta el 0,2%.
- El **número de tiendas** se ha reducido en 97 desde el 31 de diciembre de 2019 (de 4.236 a 4.139), incluidas 21 tiendas propias y 76 franquicias. El número neto de tiendas transferidas de franquiciadas a propias fue de 57 durante el período, en línea con la estrategia del Grupo de conseguir franquiciados de mayor calidad.

### Portugal:

- Las **Ventas Netas** aumentaron, impulsadas por el aumento de la frecuencia en el abastecimiento y las mejoras de equipamiento en las tiendas para respaldar una mayor oferta de productos frescos. Las ventas netas aumentaron en marzo debido al repunte extraordinario de la actividad comercial por la crisis de COVID-19.
- El **EBITDA ajustado** disminuyó un 66,4% por el aumento de otros gastos de explotación relacionados con la crisis de COVID19, lo que llevó a una caída del margen de 110 pb hasta el 0,6%.
- El **número de tiendas** se ha reducido en siete desde el 31 de diciembre de 2019 (de 576 a 569). El número neto de tiendas transferidas de franquiciadas a propias fue de 14.

### Argentina:

- Las **Ventas Netas** aumentaron un 5,6%, incluida la NIC 29, motivadas por el complicado entorno macroeconómico y la COVID-19.
- El **EBITDA ajustado** se redujo debido a la caída de los volúmenes, lo que provocó una disminución del margen de 40 pb.
- El **número de tiendas** se redujo en 15 desde el 31 de diciembre de 2019 (de 934 a 919), con el cierre de 5 tiendas propias y 10 tiendas franquiciadas. El número neto de tiendas transferidas de franquiciadas a propias fue de 11.

**Enlace a las cuentas de la entidad:**

<https://www.cnmv.es/Portal/verDoc.axd?t={c9fc0c94-5920-4c03-811d-f6995f414645}>

**Nota:**

*La información que se recoge en este documento ha sido obtenida de páginas web de carácter público donde se incluyen las cuentas anuales e informe de auditoría sobre las mismas que deben ser leídos conjuntamente. La redacción de estos párrafos se incluye a efectos ilustrativos y no debe entenderse, en ningún caso, que sea la sugerida por el REA Auditores.*