

Informe de Desarrollo  
Sostenible 2013  
RESUMEN EJECUTIVO





Madrid, 23 de mayo de 2014

Conforme a lo acordado, adjuntamos la información requerida por Pacto Mundial en relación a nuestra Memoria de Sostenibilidad 2013, que está disponible al completo, en español e inglés, en nuestra página web corporativa. [www.diacorporate.com](http://www.diacorporate.com)

Para acceder de forma directa a nuestra memoria puede pinchar aquí:

Versión española:

<http://memoriaanual2013.diacorporate.com/?culture=es-ES>

Versión inglesa:

<http://memoriaanual2013.diacorporate.com/?culture=en-GB>

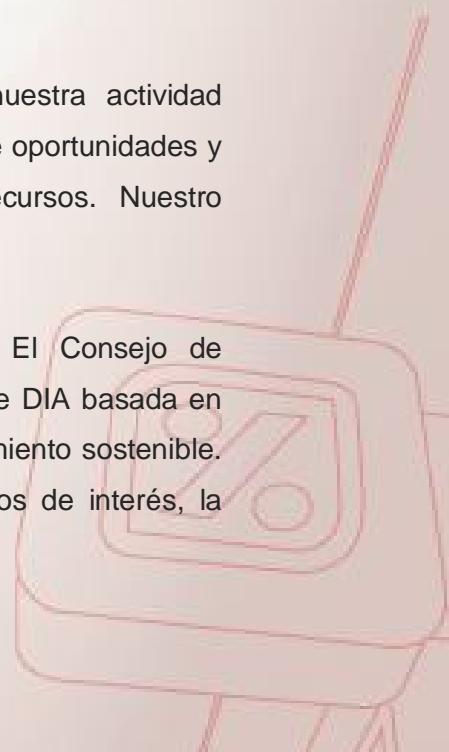
Aprovechamos la ocasión para reiterar el compromiso por parte de DIA con los 10 principios del Pacto Mundial.

## **CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2013**

Queridos amigos:

En DIA concebimos la responsabilidad social como parte de nuestra actividad basándonos en la creación de valor a través del aprovechamiento de oportunidades y sobre todo, en una gestión eficaz y eficiente de nuestros recursos. Nuestro compromiso con el entorno es indudable.

Este año hemos avanzado en aspectos de gran importancia. El Consejo de Administración ha aprobado la Política de Responsabilidad Social de DIA basada en ocho principios fundamentales sobre los que se sustentará un crecimiento sostenible. El buen gobierno corporativo, la comunicación fluida con los grupos de interés, la



seguridad y la salud en el trabajo y la innovación tienen presencia en nuestra política de RSC.

En lo que se refiere a los avances en materia de Buen Gobierno Corporativo, y en cumplimiento de uno de los tres objetivos fijados para el pasado ejercicio, la compañía ha puesto en marcha en este 2013 un Plan Antifraude que persigue mejorar de forma global la gestión de estos riesgos allí donde opera.

En España, la compañía se ha sumado como socio a la organización internacional Forética, centrada en el fomento de la gestión ética y socialmente responsable de las empresas y que servirá de apoyo a DIA en diferentes proyectos.

En el ámbito de la gestión de RRHH hemos realizado la primera Encuesta de Clima laboral en España, Portugal y Argentina, permitiéndonos conocer mejor a nuestros equipos y sus inquietudes, lo cual a su vez ha permitido la apertura de nuevas líneas de trabajo.

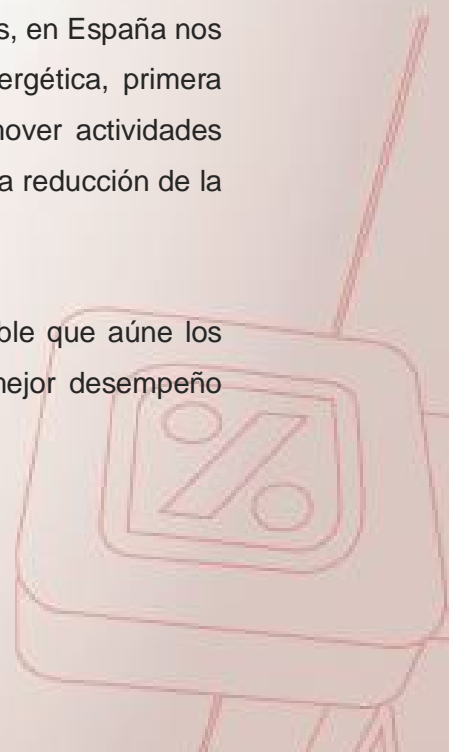
Nuestra actividad de apoyo a la sociedad ha girado una vez más en torno al compromiso con la alimentación, y especialmente con la infancia. En este sentido es destacable que en 2013 hemos vuelto a marcar un nuevo récord de entrega de alimentos, con casi 3 millones de kilos repartidos entre los seis países donde DIA opera, un 185% más que el año anterior.

En materia medioambiental, y en línea con el compromiso de ahorro energético, en DIA hemos continuado este año apostando por la implantación de tecnología LED en nuestras tiendas, así como por las mejoras de sistemas más eficientes, permitiendo una reducción importante de los gases de efecto invernadero. Además, en España nos hemos adherido a la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética, primera agrupación de grandes empresas de diferentes sectores para promover actividades conjuntas orientadas hacia el fomento de la eficiencia energética y a la reducción de la huella de carbono.

Nuestro objetivo es continuar trabajando por un crecimiento sostenible que aúne los valores de nuestra compañía y los resultados de negocio con el mejor desempeño social, medioambiental, y de gestión.

Ricardo Currás,

Consejero delegado de DIA



## **OBJETIVOS Y LOGROS DE 2013**

DIA cumplió en 2013 los tres objetivos que se marcó en 2012 para consolidar su modelo de crecimiento sostenible: aprobar una Política de Responsabilidad Social para la compañía, profundizar en la reducción energética con nuevas medidas de eficiencia y desarrollar un programa antifraude y corrupción.

### **Política de Responsabilidad Social Corporativa**

El 6 de mayo, el Consejo de Administración de DIA aprobó la política general de Responsabilidad Social Corporativa. Atendiendo al doble objetivo de contribuir al bienestar social y minimizar los impactos negativos de su actividad sobre el entorno, adoptó los siguientes siete principios.

Promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, dando prioridad a la transparencia, la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.

Crear y mantener una comunicación fluida y bidireccional con los grupos de interés (consumidores, empleados, franquiciados, proveedores, sociedad civil y accionistas) para conocer mejor sus expectativas y adaptar el funcionamiento del negocio de manera eficiente a la satisfacción de las mismas.

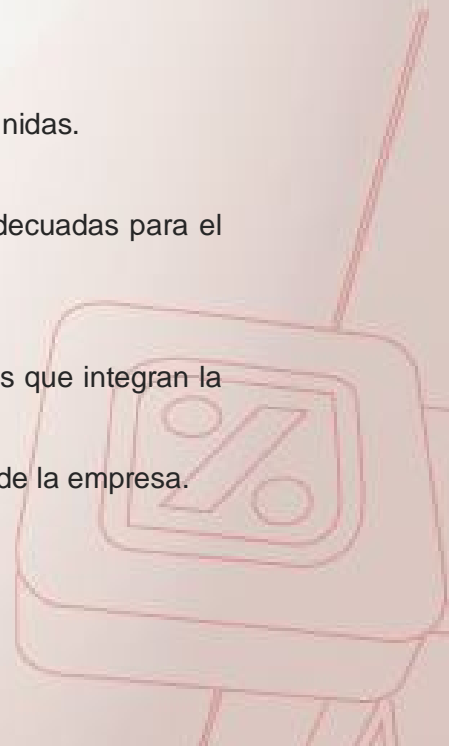
Trabajar en la mejora continua de todos los procesos para favorecer el acceso a una alimentación de calidad a los mejores precios para el consumidor, vinculando además la acción social de la empresa con el acceso a la alimentación de los grupos más desfavorecidos o vulnerables, con especial atención a la infancia.

Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.

Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.

Apoyar la formación y el desarrollo de las personas que forman parte de la empresa.



Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, con eficiencia, innovación y eficacia, minimizando los impactos negativos derivados de nuestra actividad.

Con esta formulación se completa el marco general que regula la Responsabilidad Social Corporativa de DIA. Su desarrollo se inició en 2012 con la identificación de los cinco valores (eficacia, iniciativa, respeto, equipo y cliente), que rigen todas sus actividades y garantizan su sostenibilidad. En estos valores se basó la redacción del Código Ético, una guía de conducta obligatoria para todos los trabajadores del Grupo DIA.

En 2013, la compañía lanzó una intensa campaña de comunicación interna en todos los países para dar a conocer este código en todas sus filiales.

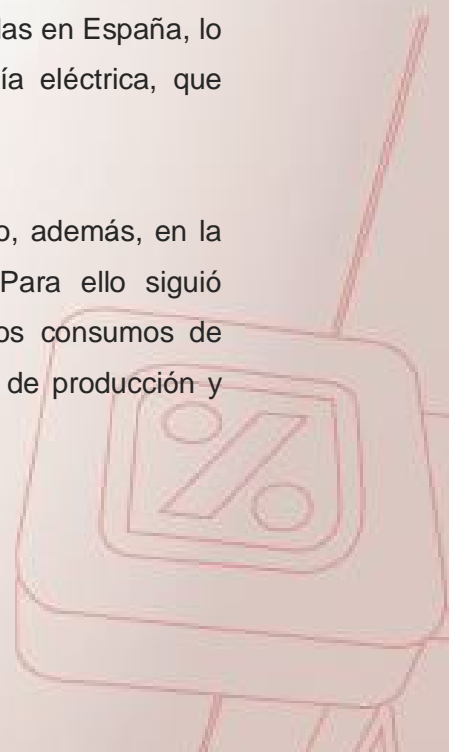
Además, continuó trabajando para mejorar su gestión de Responsabilidad Social Corporativa. Con este propósito se adhirió en mayo a la organización internacional Forética, centrada en el fomento de la gestión ética y socialmente responsable de las empresas.

### **Profundizar en la gestión energética**

En el pasado Informe de Sostenibilidad se estableció como objetivo la profundización en la reducción energética con nuevas acciones de ahorro y eficiencia.

En 2013, finalizó la instalación de 320.000 tubos LED en España y Portugal, un proyecto que permite reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en 20.800 toneladas y que se ampliará a Francia y Brasil. Además, en 2013 invirtió aproximadamente 5 millones de euros en la instalación de puertas a los murales de frío de 1.154 tiendas en España, lo que supondrá ahorros de más de 21 millones de KWh de energía eléctrica, que equivalen a 9.812,29 toneladas de CO<sub>2</sub>.

Como vía para proteger el entorno, la compañía continuó trabajando, además, en la reducción del impacto ambiental de sus envases y embalajes. Para ello siguió empleando en su diseño criterios medioambientales, reduciendo los consumos de materias primas y recursos energéticos y optimizando los procesos de producción y logísticos.



La gestión integrada de residuos, que durante 2012 estuvo en fase experimental en un almacén, se ha implantado en 2013 de forma general en los almacenes de España.

Como camino para mejorar la eficiencia en el terreno logístico, en el 2013 se realizó el diagnóstico ambiental de nueve almacenes. En ellos, se ha evaluado su situación respecto a la gestión que hacen de sus residuos, al control de emisiones y vertidos, al consumo de recursos (agua, energía), así como las medidas existentes para minimizar el impacto ambiental de las instalaciones y actividades. Esta acción se considera el primer paso en la evaluación global de todas las instalaciones y actividades del Grupo DIA.

Durante los últimos meses del ejercicio se realizó, además, un importante esfuerzo por iniciar la documentación del sistema de gestión medioambiental, trabajando en la redacción y difusión de procedimientos medioambientales, como medida para garantizar la aplicación homogénea, a todos los niveles, de los estándares definidos por la compañía.

### **Adhesión a la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética**

Un paso importante en la mejora continua de la eficiencia energética fue la adhesión del Grupo DIA a la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética.

Esta plataforma, constituida en marzo de 2011, es la primera agrupación de grandes empresas de diferentes sectores para promover actividades conjuntas orientadas hacia el fomento de la eficiencia energética a través de la promoción y el desarrollo de acciones dirigidas al ahorro energético y a la reducción de la huella de carbono.

Con esta adhesión, realizada a finales de 2013, DIA se comprometió a conseguir internamente ahorros energéticos y entre sus clientes a lo largo de los próximos años, así como a reducir y compensar las emisiones de CO<sub>2</sub> al medio ambiente.

### **Programa antifraude y anticorrupción**

El ámbito del buen gobierno corporativo, DIA continuó avanzando en la lucha contra el fraude y la corrupción, tal y como se había fijado en el Informe de Sostenibilidad de 2012.



En cumplimiento de uno de los tres objetivos en materia de sostenibilidad fijados para el ejercicio, la compañía desarrolló y puso en marcha un Plan Antifraude, que ya comenzó a funcionar en España. El plan empezó a implementarse en Portugal y está previsto que se extienda al resto de los países donde opera.

### **Nuevos controles internos**

En 2013 DIA siguió perfeccionando sus sistemas de control internos. En septiembre se aprobó formalmente la Política del Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF). Dicha política se encuentra disponible en la intranet y se ha comunicado vía email a las direcciones involucradas.

Contempla la descripción general del sistema y sus objetivos, los roles y responsabilidades del SCIIF, la metodología para el desarrollo de la función de control interno de la información financiera y la gestión de riesgos.

### **OBJETIVOS PARA 2014**

Para el año 2014, DIA se plantea diez objetivos de Responsabilidad Social Corporativa, referidos tanto a su dimensión ambiental como a su dimensión social.

#### **DIMENSIÓN AMBIENTAL**

##### **Medio ambiente**

Formalización, difusión e implantación a nivel grupo de la Política Ambiental de DIA.

Completar en 2014 el diagnóstico ambiental de los almacenes de España (no incluido Schlecker) y definir el procedimiento e iniciar el diagnóstico de tiendas.

Plan plurianual de desarrollo, implantación y mejora continua de los procedimientos que configuren el Sistema de Gestión Ambiental del Grupo DIA.

##### **Cadena de suministro:**

Puesta en marcha de un sistema de utilización de motores más eficientes (mixtos y de gas) en la flota de camiones para favorecer la reducción de las emisiones de CO2.



Eficiencia Energética

Reducción de al menos el 1,5% en consumo energético total grupo.

## DIMENSIÓN SOCIAL

RRHH

Inicio del sistema de gestión del talento de los puestos clave de la organización a nivel Global.

Revisión y diseño de un nuevo plan de comunicación interna en España.

Buen Gobierno Corporativo.

Finalización e implementación de la ejecución del Plan Antifraude en España.

Inicio de la implementación de la ejecución del Plan Antifraude en Portugal.

Acción social

Incrementar en al menos un 25% los kilos entregados a Bancos de Alimentos.

Ricardo Currás

Consejero delegado de DIA







|  |           |           |
|--|-----------|-----------|
| Acerca de DIA // | <b>01</b> | Página 05 |
| Carta del consejero delegado //////////////                      | <b>02</b> | Página 11 |
| DIA y la responsabilidad corporativa //////////////              | <b>03</b> | Página 15 |
| DIA y la gestión responsable //////////////                      | <b>04</b> | Página 19 |
| DIA y sus grupos de interés //////////////                       | <b>05</b> | Página 23 |
| Gestión del medio ambiente //////////////                        | <b>06</b> | Página 29 |



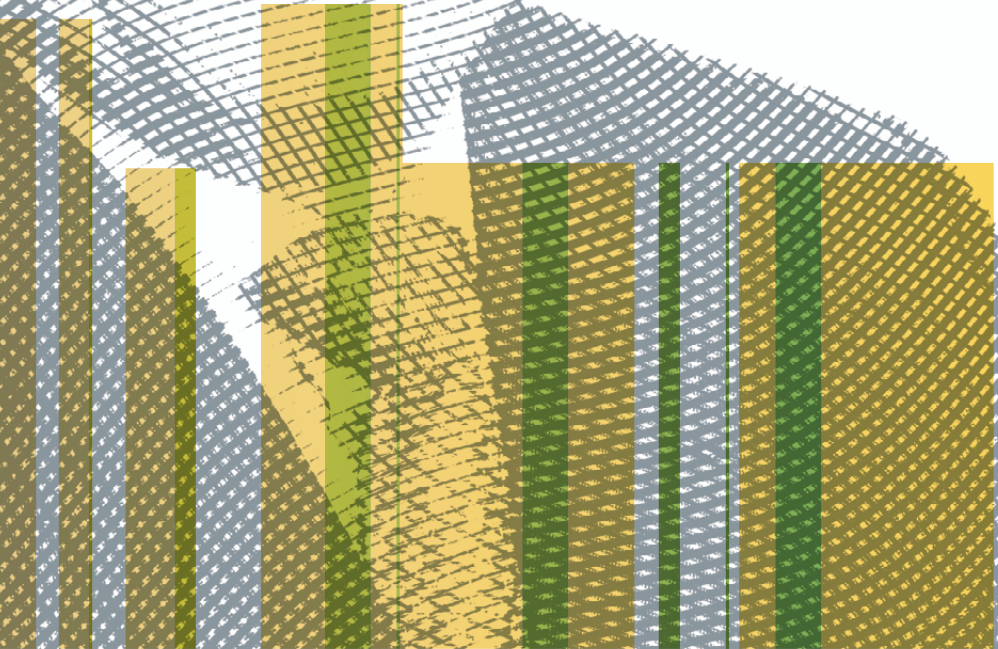
El presente documento es un resumen ejecutivo de la Memoria Anual 2013 que se puede consultar completa en la web

[www.diacorporate.com](http://www.diacorporate.com)



**Francisco Comino.**  
director de Desarrollo Sostenible y RSC Grupo DIA.





**ACERCA  
DE DIA**

**01**

## Valores

La identidad de DIA se construye sobre cinco valores, inherentes a la compañía desde su fundación, que rigen la actividad cotidiana del grupo en todos los países y le permiten ofrecer a los consumidores una óptima calidad al mejor precio.

**EFICACIA**  
**INICIATIVA**  
**RESPECTO**  
**EQUIPO**  
**CLIENTE**

Trabajamos con rigor y formamos a nuestros equipos en la toma de decisiones con criterios profesionales. Buscamos la rentabilidad de nuestras acciones. Ofrecemos a nuestros clientes productos y servicios de la más alta calidad al mejor precio.

Estamos atentos a los cambios que se producen en los mercados en los que desarrollamos nuestra actividad y nos anticipamos con soluciones creativas e innovadoras.

Respetamos nuestros compromisos. Generamos un ambiente de confianza y aceptamos la diversidad y las diferencias de opiniones, así conseguimos trabajar en un clima de seguridad, credibilidad y respeto a la persona.

Trabajamos en equipo, con un objetivo común y de forma coordinada. Fomentamos una relación positiva para aprovechar el talento de las personas, lo que nos permite lograr los mejores resultados.

Nuestro principal objetivo es conseguir la satisfacción del cliente.



## Indicadores financieros

|                                       | 2013            | 2012 *   |
|---------------------------------------|-----------------|----------|
| Ventas brutas bajo enseña             | <b>11.476,3</b> | 11.210,0 |
| Ventas netas                          | <b>9.844,3</b>  | 9.707,6  |
| EBITDA ajustado                       | <b>641,6</b>    | 615,4    |
| Inversión                             | <b>361,8</b>    | 331,7    |
| Deuda neta                            | <b>651,0</b>    | 629,3    |
| Resultado neto ajustado               | <b>227,7</b>    | 204,0    |
| Beneficio ajustado por acción (euros) | <b>0,350</b>    | 0,308    |
| Dividendo abonado (euros)             | <b>0,13</b>     | 0,11     |

(\*) Con actividades de Turquía y Pekín re-expresadas como interrumpidas.

## Indicadores de sostenibilidad

|  | 2013           | 2012 *  |
|--|----------------|---------|
| <b>EMPLEADOS</b>   |                |         |
| Número de empleados (plantilla media)                                  | <b>46.512</b>  | 44.026  |
| Horas de formación (miles)   | <b>446</b>     | 540     |
| <b>SEGURIDAD Y SALUD</b>   |                |         |
| Accidentes de trabajo con baja   | <b>2.681</b>   | 2.728   |
| Absentismo laboral (%)   | <b>6,17%</b>   | 7,85%   |
| <b>ACCIÓN SOCIAL</b>   |                |         |
| Número de acciones   | <b>47</b>      | 56      |
| <b>MEDIO AMBIENTE</b>  |                |         |
| Inversión en mejoras medioambientales (mill. euros)                    | <b>9,247</b>   | 11,762  |
| Emisiones de CO <sub>2</sub> (millones de kilos de CO <sub>2</sub> eg) | <b>136,79</b>  | 164,31  |
| Consumo de agua (millones de metros cúbicos)                           | <b>1,119</b>   | 2,237   |
| Consumo total de electricidad (millones de kwh)                        | <b>992,997</b> | 1.058,6 |

(\*) Con actividades de Turquía re-expresadas como interrumpidas.



Grandes  
cifras

**7.328**  
tiendas

Más de  
**8.300**  
referencias  
de marcas  
propias

Más de  
**20.100**  
generados  
en franquicias

Más de  
**46.500**  
empleados

**4.337**  
propias

**2.991**  
franquicias

Más de  
**45** millones  
de clientes  
en todo  
el mundo

**44**  
almacenes



## Valor económico generado, distribuido y retenido

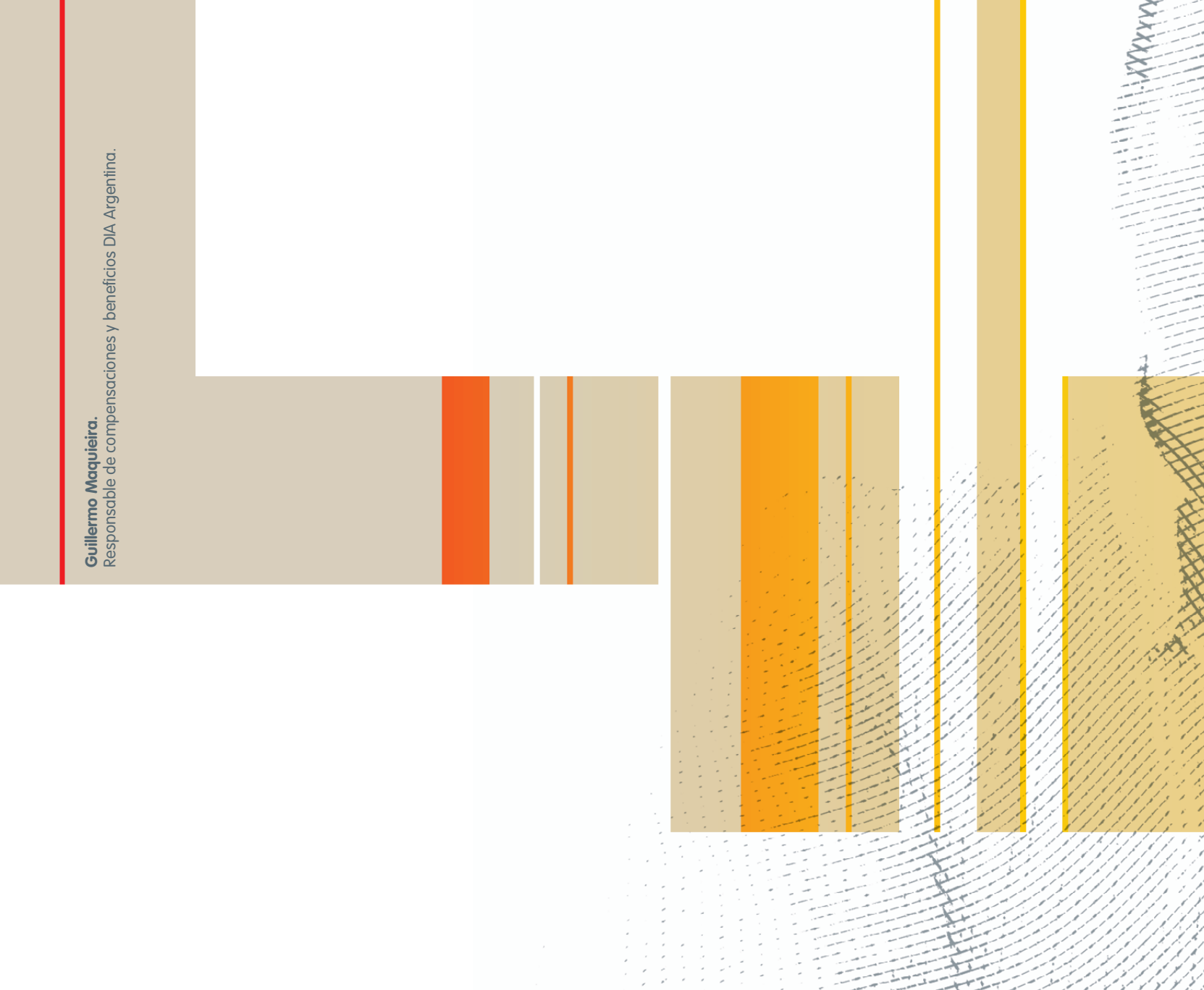
|   | 31/12/2013       | 31/12/2012(*)    |
|---|------------------|------------------|
| <b>Valor económico generado</b>                           | <b>9.997.536</b> | <b>9.866.543</b> |
| Importe neto de la cifra de negocios                      | 9.844.338        | 9.707.554        |
| Otros ingresos  | 142.927          | 131.793          |
| Ingresos financieros                                      | 9.822            | 26.211           |
| Resultado procedente de instrumentos financieros          | -105             | -85              |
| Resultado de sociedades por el método de la participación | 554              | 1.070            |
| <b>Valor económico distribuido</b>                        | <b>9.638.347</b> | <b>9.492.378</b> |
| Consumo de mercaderías y otros consumibles                | 7.821.780        | 7.754.444        |
| Gastos de personal  | 820.273          | 781.545          |
| Gastos de explotación                                     | 737.463          | 708.094          |
| Resultados procedentes del inmovilizado                   | 10.642           | 10.539           |
| Gastos financieros  | 49.467           | 52.052           |
| Impuestos sobre beneficios                                | 95.495           | 101.839          |
| Dividendos (**)   | 103227           | 83865            |
| <b>Valor económico retenido</b>                           | <b>359.189</b>   | <b>374.165</b>   |

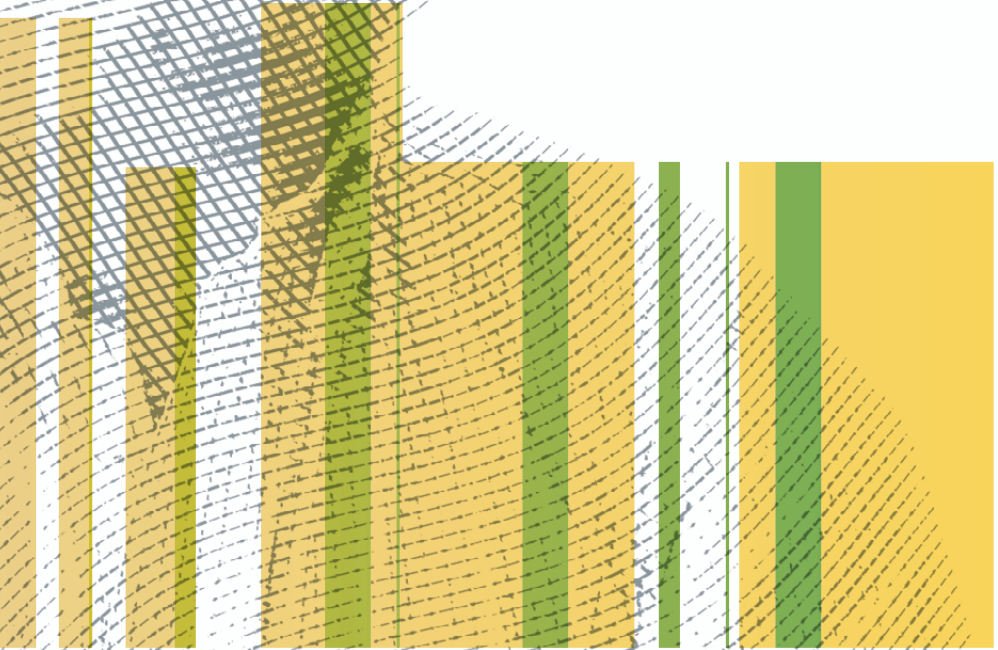
(\*) Con actividades de Turquía y Pekín re-expresadas como interrumpidas.

(\*\*) Los dividendos a 31/12/2013 corresponden a la propuesta de distribución de resultados del ejercicio 2013 que se presentará para su aprobación, mientras que los dividendos a 31/12/2012 corresponden a los pagados en el ejercicio 2013 sobre los resultados del ejercicio anterior.



**Guillermo Maquieira.**  
Responsable de compensaciones y beneficios DIA Argentina.





**CARTA A  
NUESTROS  
GRUPOS  
DE INTERÉS**



## Queridos amigos,

En DIA concebimos la responsabilidad social como parte de nuestra actividad basándonos en la creación de valor a través del aprovechamiento de oportunidades y sobre todo, en una gestión eficaz y eficiente de nuestros recursos. Nuestro compromiso con el entorno es indudable.

Este año hemos avanzado en aspectos de gran importancia. El Consejo de Administración ha aprobado la Política de Responsabilidad Social de DIA basada en ocho principios fundamentales sobre los que se sustentará un crecimiento sostenible. El buen gobierno corporativo, la comunicación fluida con los grupos de interés, la seguridad y la salud en el trabajo y la innovación tienen presencia en nuestra política de RSC.

En lo que se refiere a los avances en materia de Buen Gobierno Corporativo, y en cumplimiento de uno de los tres objetivos fijados para el pasado ejercicio, la compañía ha puesto en marcha en este 2013 un Plan Antifraude que persigue mejorar de forma global la gestión de estos riesgos allí donde opera.

En España, la compañía se ha sumado como socio a la organización internacional Forética, centrada en el fomento de la gestión ética y socialmente responsable de las empresas y que servirá de apoyo a DIA en diferentes proyectos.



En el ámbito de la gestión de RRHH hemos realizado la primera Encuesta de Clima laboral en España, Portugal y Argentina, permitiéndonos conocer mejor a nuestros equipos y sus inquietudes, lo cual a su vez ha permitido la apertura de nuevas líneas de trabajo.

Nuestra actividad de apoyo a la sociedad ha girado una vez más en torno al compromiso con la alimentación, y especialmente con la infancia. En este sentido es destacable que en 2013 hemos vuelto a marcar un nuevo récord de entrega de alimentos, con casi 3 millones de kilos repartidos entre los seis países donde DIA opera, un 185% más que el año anterior.

En materia medioambiental, y en línea con el compromiso de ahorro energético, en DIA hemos continuado este año apostando por la implantación de tecnología LED en nuestras tiendas, así como por las mejoras de sistemas más eficientes, permitiendo una reducción importante de los gases de efecto invernadero. Además, en España nos hemos adherido a la Plataforma de

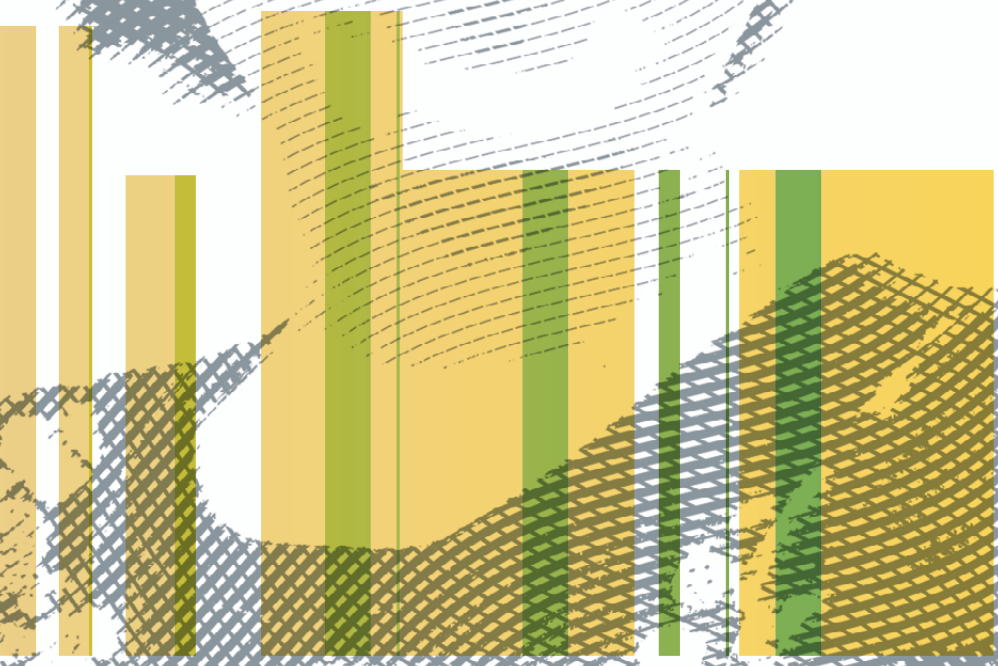
Empresas por la Eficiencia Energética, primera agrupación de grandes empresas de diferentes sectores para promover actividades conjuntas orientadas hacia el fomento de la eficiencia energética y a la reducción de la huella de carbono.

Nuestro objetivo es continuar trabajando por un crecimiento sostenible que aúne los valores de nuestra compañía y los resultados de negocio con el mejor desempeño social, medioambiental, y de gestión.

**Ricardo Currás**  
Consejero delegado

**Ava Gu.**  
Jefa de Proyectos. Departamento Comercial DIA China.





**DIA Y LA  
RESPONSABILIDAD  
CORPORATIVA**



## Contribuyendo a la riqueza y al bienestar general

DIA avanza año tras año en un modelo de crecimiento sostenible, responsable con el entorno, implicado en el desarrollo de la sociedad y transparente en su gestión. En mayo de 2013, el Consejo de Administración formuló este compromiso mediante ocho Políticas de Responsabilidad Social. Estas políticas se materializaron en diferentes actuaciones dirigidas a minimizar el impacto de su actividad en el entorno y contribuir a la riqueza y al bienestar general.



## POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, dando prioridad a la transparencia, la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.

Crear y mantener una comunicación fluida y bidireccional con los grupos de interés (consumidores, empleados, franquiciados, proveedores, sociedad civil y accionistas) para conocer mejor sus expectativas y adaptar el funcionamiento del negocio de manera eficiente a la satisfacción de las mismas.

Trabajar en la mejora continua de todos los procesos para favorecer el acceso a una alimentación de calidad a los mejores precios para el consumidor, vinculando además la acción social de la empresa con el acceso a la alimentación de los grupos más desfavorecidos o vulnerables, con especial atención a la infancia.

Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.

Apoyar la formación y el desarrollo de los las personas que forman parte de la empresa.

Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.

Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, con eficiencia, innovación y eficacia minimizando los impactos negativos derivados de nuestra actividad.



**Dialor Día.**  
Responsable de Medioambiente DIA Francia.





**DIA Y LA  
GESTION  
RESPONSABLE**



## Ética, transparencia y gestión eficiente

DIA asegura la integración de valores sociales y medioambientales en todas sus áreas de gestión mediante la aplicación de las mejores prácticas de gobierno corporativo y la adopción de un marco de actuación sólido –basado en la ética, la transparencia y la gestión eficiente de los riesgos– con el que satisface los legítimos intereses de los colectivos con los que se relaciona.

---

Para continuar avanzando en su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, en 2013 la compañía siguió difundiendo su Código Ético y perfeccionando su Sistema de Gestión de Riesgos Además, puso en marcha un Plan Antifraude, aprobó la Política del Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF), creó una nueva normativa interna que regula sus relaciones con las ONG y se integró en la organización internacional Forética.



## Consejo de Administración

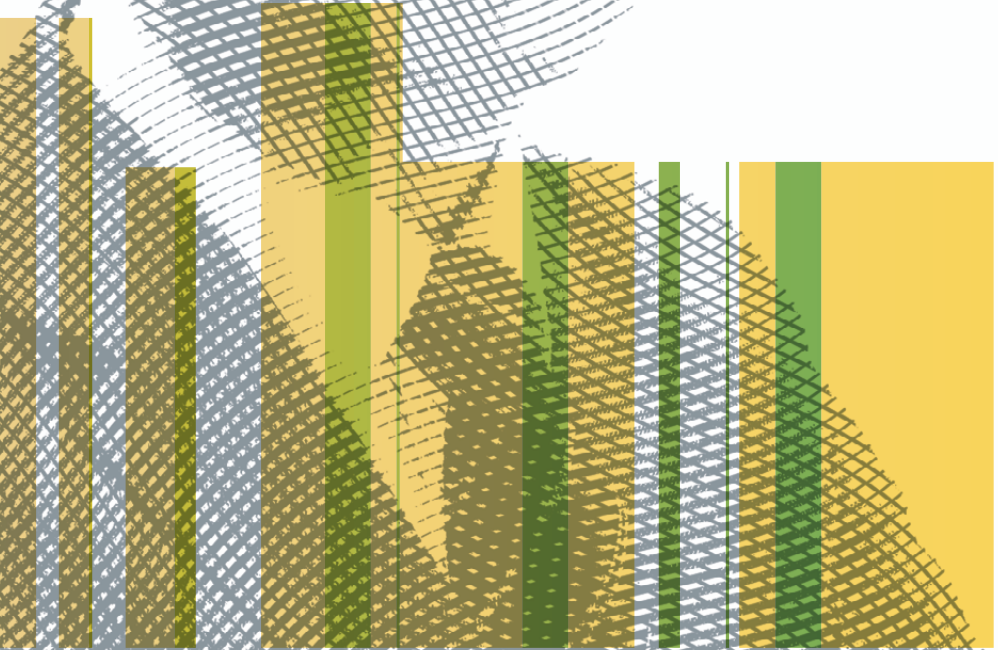
| Nombre                                 | Cargo              | Carácter del cargo |
|--|--------------------|--------------------|
| <b>D<sup>a</sup> Ana María Llopis</b>  | Presidenta         | Otros              |
| <b>D. Mariano Martín Mampaso</b>       | Vicepresidente     | Independiente      |
| <b>D. Ricardo Currás de Don Pablos</b> | Consejero delegado | Ejecutivo          |
| <b>D. Julián Díaz González</b>         | Consejero          | Independiente      |
| <b>D. Richard Golding</b>              | Consejero          | Independiente      |
| <b>D. Pierre Cuilleret</b>             | Consejero          | Independiente      |
| <b>D<sup>a</sup> Rosalía Portela</b>   | Consejero          | Independiente      |
| <b>D. Antonio Urcelay Alonso</b>       | Consejero          | Independiente      |
| <b>D. Nadra Moussalem</b>              | Consejero          | Dominical          |
| <b>D. Nicolas Brunel</b>               | Consejero          | Dominical          |

## Comisiones del Consejo de Administración

| Nombre                                 | Comisión de retribuciones y nombramientos | Comisión de auditoría y cumplimiento |
|--|---|--------------------------------------|
| <b>D<sup>a</sup> Ana María Llopis</b>  | -   | -                                    |
| <b>D. Mariano Martín Mampaso</b>       | Vocal                                     | -                                    |
| <b>D. Ricardo Currás de Don Pablos</b> | -   | -                                    |
| <b>D. Julián Díaz González</b>         | -   | Presidente                           |
| <b>D. Richard Golding</b>              | -   | Vocal                                |
| <b>D. Pierre Cuilleret</b>             | Presidente                                | -                                    |
| <b>D<sup>a</sup> Rosalía Portela</b>   | -   | -                                    |
| <b>D. Antonio Urcelay Alonso</b>       | -   | -                                    |
| <b>D. Nadra Moussalem</b>              | -   | Vocal                                |
| <b>D. Nicolas Brunel</b>               | Vocal                                     | -                                    |

**Jorge Muguerra.**  
Director de compras técnicas y central de suministro Grupo DIA.





**DIA Y SUS  
GRUPOS DE  
INTERÉS**

## Una relación cercana, fluida y bidireccional

DIA mantiene una relación cercana, fluida y bidireccional con sus grupos de interés. Comprometida con el bienestar de sus interlocutores y sabedora de que su capacidad para generar riqueza a largo plazo depende de su relación con ellos, durante el 2013 continuó esforzándose por potenciar el diálogo, satisfacer sus demandas y ser transparente en la rendición de sus cuentas.

### Plantilla media por países

|              | 2013          | 2012          |
|--------------|---------------|---------------|
| España       | 22.517        | 19.392        |
| Portugal     | 3.805         | 3.765         |
| Brasil       | 6.868         | 6.184         |
| Argentina    | 3.875         | 3.894         |
| China        | 2.261         | 2.209         |
| Francia      | 7.182         | 7.609         |
| <b>TOTAL</b> | <b>46.512</b> | <b>43.053</b> |

## Empleados

DIA da empleo a más de 46.000 profesionales en los seis países donde opera. Esta plantilla diversa, tanto por su multiculturalidad como por su formación, constituye su activo más valioso. Por ello, ofrece a sus trabajadores una carrera estimulante y pone a su disposición la formación y tecnología necesarias para desempeñar con éxito su cometido. Respetuosa con la legislación de cada país, DIA establece directrices comunes para todos sus empleados: el respeto a la diversidad, la promoción de la seguridad y de la salud en el trabajo y el apoyo a la igualdad de oportunidades.

Los resultados de la Encuesta de Clima Laboral, realizada en 2013, España, Portugal y Argentina, reflejan la firme adhesión de los empleados con la compañía. Según este barómetro, al 84% de los trabajadores les gusta su trabajo y el 89% comparte los valores de la compañía (eficacia, iniciativa, respeto, equipo y cliente). Esta favorable imagen interna hace que la inmensa mayoría sea un buen cliente de DIA: el 93% consume marca DIA y el 79% sus productos perecederos.





## Cientes

DIA cuenta con más de 45 millones de clientes en todo el mundo. Conseguir su plena satisfacción es el principal objetivo del Grupo. Por este motivo, ofrece diversos formatos de tiendas y mantiene una relación estrecha y duradera con sus clientes que le permite identificar sus necesidades y acomodar establecimientos, productos y descuentos a sus expectativas.

Para garantizar la calidad y seguridad de los productos, lleva a cabo exhaustivas auditorías en almacenes y tiendas, en las que se supervisan y evalúan aspectos tales como el orden y limpieza, el mantenimiento de la cadena de frío y la adecuada rotación de los productos perecederos.

Sensible a las peticiones de diferentes colectivos, en 2013 DIA amplió la gama de productos para cubrir necesidades especiales. En este sentido, cabe destacar no solo la ampliación del surtido de productos saludables, bio y "sin gluten", sino también la mejora de su identificación en packaging y en lineal.

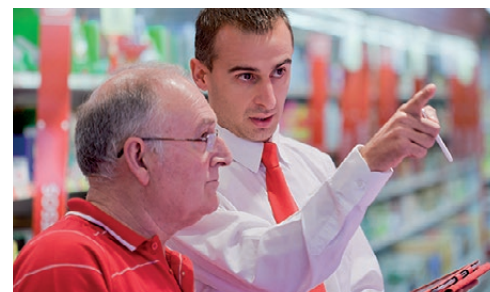
## Franquiciados

La compañía favorece el autoempleo y el desarrollo empresarial a través del crecimiento de las franquicias. Con sus 2.991 franquiciados mantiene una relación de simbiosis: estos se benefician del know how de la compañía, de la fortaleza de su marca y de la eficiencia de su sistema logístico, mientras que la empresa aprovecha su valioso conocimiento del mercado local

En 2013, DIA redobló su esfuerzo para estrechar la comunicación entre ambas partes con diferentes canales de comunicación en cada país que le permiten transmitir información relevante y testar su satisfacción, además de atender sus dudas y reclamaciones.

|              | Número de franquicias | Empleo generado por la franquicia |
|--------------|-----------------------|-----------------------------------|
| España       | 1.457                 | 5.551                             |
| Portugal     | 266                   | 2.101                             |
| Brasil       | 416                   | 7.672                             |
| Argentina    | 450                   | 2.680                             |
| China        | 172                   | 946                               |
| Francia      | 230                   | 1.238                             |
| <b>TOTAL</b> | <b>2.991</b>          | <b>20.188</b>                     |





## Proveedores

DIA apuesta por una cadena de valor eficiente y sostenible, en la que predominan los proveedores locales seleccionados con criterios de calidad y seguridad: de los 4.816 proveedores con los que trabaja la compañía, un 83,5% son empresas locales que surten directamente a alguna de las divisiones nacionales de DIA.

Estos reciben y comparten información relevante a través de tres webs de uso exclusivo proveedores y mediante la plataforma de gestión DIA World Trade, destinada a grandes compañías internacionales.

## Accionistas

Desde su salida a Bolsa en 2011, DIA garantiza los derechos de los inversores con una gestión transparente y eficaz, que el mercado premia con revalorizaciones anuales de la acción de dos dígitos. La apuesta por el crecimiento rentable se tradujo en 2013 en una política retributiva expansiva y con una reducción de capital que supuso el incremento automático del porcentaje de participación en la sociedad de cada accionista.

Durante el año, la compañía continuó fomentando una relación fluida con la comunidad financiera a través de su departamento de Relación con los Inversores.



**DIA ENTREGÓ  
2.850 TONELADAS  
A BANCOS DE  
ALIMENTOS EN  
LOS PAÍSES  
DONDE OPERA,  
UN 185% MÁS  
QUE EN 2012**



## Sociedad

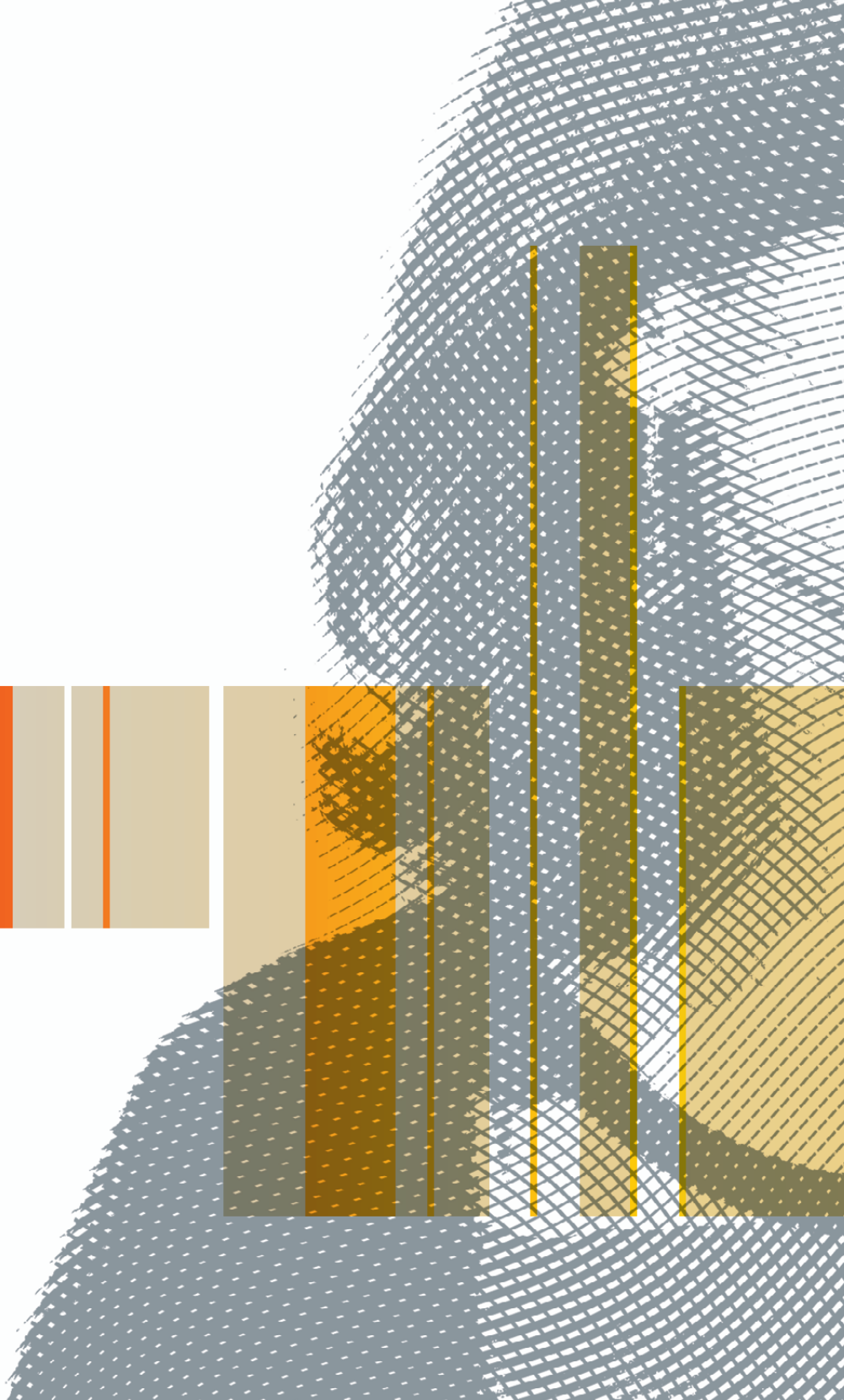
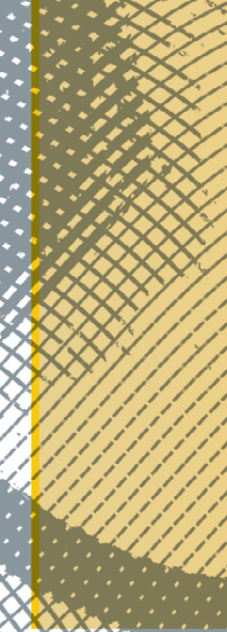
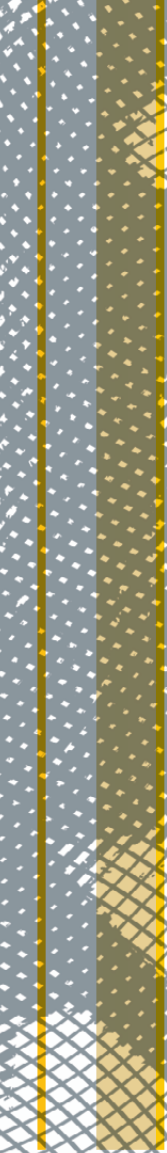
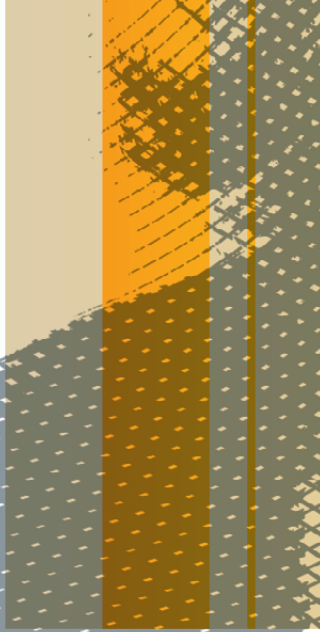
DIA orienta su estrategia de acción social al acceso a la alimentación de los colectivos más desfavorecidos o vulnerables, poniendo especial atención a las necesidades de la infancia.

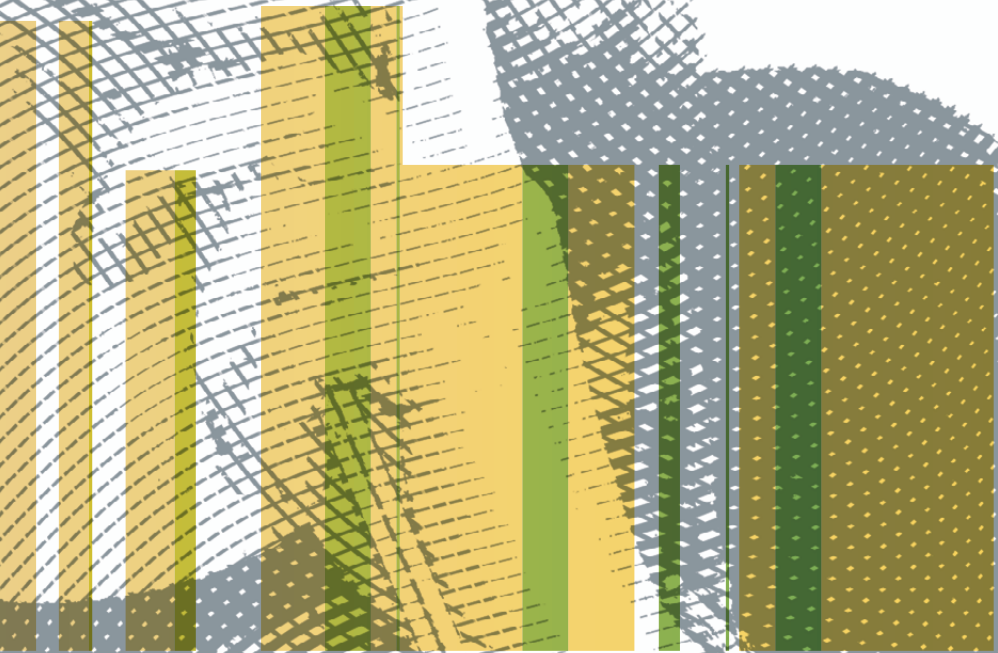
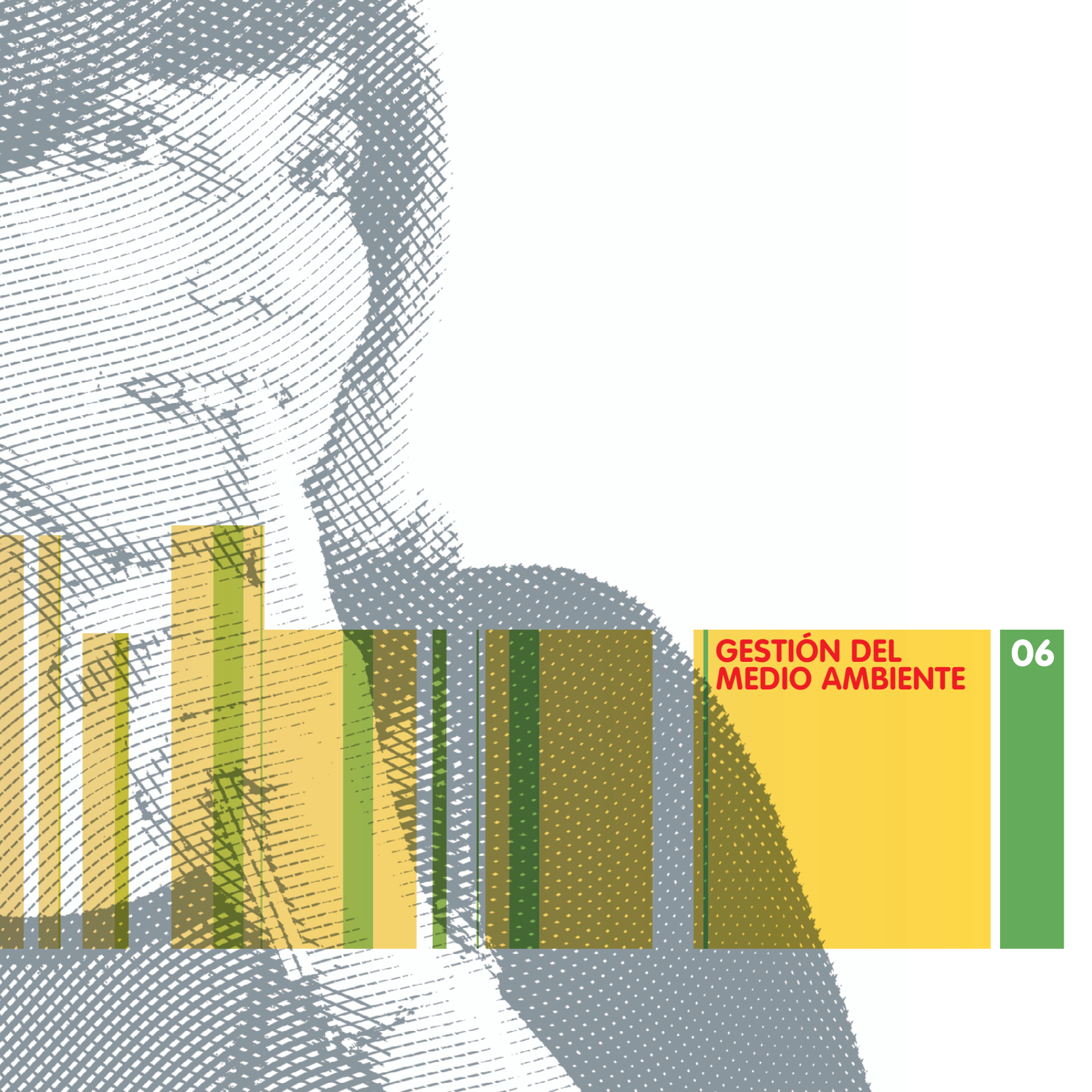
En este contexto, continuó impulsando su política de aprovechamiento de excedentes con la entrega de alimentos a los más necesitados. En 2013, DIA volvió a batir un récord en la entrega de alimentos. En total, la compañía cedió 2,85 millones de kilos (2.850 toneladas), un 185% más que el año anterior.

Durante el ejercicio, la compañía colaboró con diferentes ONG y entidades de acción social en diversas actividades solidarias, entre ellas, “20 años 20 causas”, con la que DIA celebró el aniversario de su presencia en Portugal; “Sumemos sonrisas” en Argentina; “No dejes que el frío congele tu corazón” en Brasil o la colaboración en España en varias campañas con diferentes entidades como la Federación Española de Enfermedades Raras.

Como iniciativa pionera, DIA puso a disposición de ONG y entidades sin ánimo de lucro su plataforma [oportunidades.dia.es](http://oportunidades.dia.es) para vender paquetes de productos solidarios a finales de año.

**María Helena Jesus.**  
Responsable de compras indirectas DIA Portugal.





**GESTIÓN DEL  
MEDIO AMBIENTE**

## Minimizando el impacto en nuestro entorno

La protección del medio ambiente es uno de los objetivos prioritarios de la política de responsabilidad social de DIA. La organización mejora continuamente todos los procesos para minimizar el impacto de su actividad en el entorno. Con este objetivo, sigue profundizando en el ahorro energético, la gestión de la logística y la gestión de emisiones, consumos y residuos.



EMPRESAS POR LA  
EFICIENCIA ENERGÉTICA

Prueba de la implicación de DIA en la conservación del entorno natural es su adhesión a la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética. Esta plataforma es una iniciativa entre grandes empresas privadas referentes en su sector, a través de la cual se constituyen como modelo en España en eficiencia energética y reducción de la huella de carbono mediante un compromiso en este ámbito a nivel de empresa y el desarrollo de propuestas de valor orientadas a la eficiencia energética para la sociedad en general.



### Ahorro energético

En busca de la máxima eficiencia, la compañía implanta progresivamente en sus tiendas y almacenes los sistemas más innovadores del mercado para reducir los consumos, utiliza energías procedentes de fuentes renovables en sus establecimientos y negocia grandes paquetes energéticos para rebajar su facturación.

En 2013, además de finalizar la instalación de 329.999 tubos LED en España y Portugal, proyecto con un coste global de 10 millones de euros, instaló puertas frigoríficas en más de 1.150 tiendas, que suponen una inversión de 5 millones de euros y ahorros de más de 21 millones de KWh.

### Gestión logística

Con vistas a nuevas y continuas mejoras en cada eslabón de la cadena de suministro, en 2013 la compañía siguió profundizando en la mejora de los procesos logísticos y realizó el diagnóstico ambiental de nueve almacenes como primer paso en la evaluación global de todas las instalaciones y actividades del grupo.



El desarrollo de los nuevos formatos de transporte de alta capacidad, el uso del barco y el tren como medios alternativos y el aprovechamiento de los trayectos de distribución para la recogida de mercancía de proveedores permitieron una importante reducción de emisiones de CO2.

### Reducción de emisiones, consumos y residuos

En el convencimiento de que una buena gestión medioambiental es fuente de competitividad, DIA continuó utilizando criterios de ecodiseño en los embalajes de sus productos y potenciando la reutilización y el reciclaje frente al depósito en vertedero. Por último, implantó en su sede un sistema de destrucción de documentación confidencial que mejora la tasa de recuperación de papel para el reciclaje.



**RESUMEN  
CUADROS GRI**

## LA1.1

### RR.HH. Tipos de contrato.

| Contratos indefinido (%). |       |       |       |
|---------------------------|-------|-------|-------|
|                           | 2011  | 2012  | 2013  |
| Total DIA                 | 85,34 | 84,54 | 86,29 |

| Contratos temporal (%). |       |       |       |
|-------------------------|-------|-------|-------|
|                         | 2011  | 2012  | 2013  |
| Total DIA               | 14,66 | 15,46 | 13,71 |

## EN3

### Consumo directo de energía por fuente primaria de energía. (Fuentes móviles).

| Eficiencia Total (km)/mil. uds. de productos vendidos. |      |      |      |
|--|------|------|------|
|  | 2011 | 2012 | 2013 |
| Argentina  | 14   | 15   | 18   |
| Brasil   | 19   | 10   | 9    |
| China  | 23   | 12   | 14   |
| España   | 21   | 21   | 13   |
| Francia  | 18   | 19   | 20   |
| Portugal   | 23   | 24   | 29   |
| Turquía  | 27   | 29   |      |
| Total DIA  | 20   | 18   | 15   |



**EN4****Consumo indirecto energía fuentes primarias  
(electricidad y energías renovables).**

Eficiencia = consumo total por m<sup>2</sup> sala  
ventas tienda + almacén (kwh total/m<sup>2</sup> total  
tienda + almacén).

|           | 2011 | 2012 | 2013      |
|-----------|------|------|-----------|
| Argentina | 492  | 453  | 382       |
| Brasil    | 232  | 233  | 131       |
| China     | 175  | 174  | 167       |
| España    | 389  | 381  | 272       |
| Francia   | 308  | 304  | 262       |
| Portugal  | 430  | 402  | 286       |
| Turquía   | 247  | 179  | No aplica |
| Total DIA | 348  | 335  | 261       |

**EN8****Captación  
de aguas.**

Eficiencia = m<sup>3</sup> agua/m<sup>2</sup>  
(superficie venta + almacén).

|           | 2011  | 2012  | 2013  |
|-----------|-------|-------|-------|
| Argentina | 0,441 | 0,409 | 0,044 |
| Brasil    | 0,265 | 0,440 | 0,395 |
| China     | 0,500 | 0,520 | 0,585 |
| España    | 0,209 | 0,218 | 0,193 |
| Francia   | 0,307 | 0,291 | 0,248 |
| Portugal  | 1,176 | 0,889 | 1,015 |
| Turquía   | 0,181 | 0,432 |       |
| Total DIA | 0,334 | 3,199 | 0,294 |



**EN16**

**Emisiones.  
Fuentes móviles.**

Eficiencia. Emisión de CO<sub>2</sub> por total fuentes móviles (kg CO<sub>2</sub> eq /mil unidades de productos vendidos).

|           | 2011   | 2012   | 2013   |
|-----------|--------|--------|--------|
| Argentina | 11,478 | 12,638 | 14,963 |
| Brasil    | 14,103 | 11,155 | 9,378  |
| China     | 13,552 | 2,62   | 1,550  |
| España    | 18,469 | 18,356 | 11,010 |
| Francia   | 18,244 | 18,546 | 19,487 |
| Portugal  | 23,722 | 21,353 | 30,055 |
| Turquía   | 18,306 | 19,211 |        |
|           | 17,339 | 16,285 | 13,634 |

24  
35

**PR1B**

**Evaluación de los impactos del producto en la salud y seguridad del cliente. Control Calidad.**

| Número de análisis TOTALES / Nº de Tdas. |       |       |       |
|--|-------|-------|-------|
|  | 2011  | 2012  | 2013  |
| Argentina                                | 62    | 68    | 75    |
| Brasil                                   | 114   | 132   | 171   |
| China                                    | 38    | 41    | 36    |
| España                                   | 571   | 598   | 631   |
| Francia                                  | 111   | 151   | 402   |
| Portugal                                 | 111   | 112   | 103   |
| Turquía                                  | 54    | 62    | 0     |
|  | 1.061 | 1.164 | 1.418 |

| Número de Auditorias Internas/mes. |      |       |       |
|------------------------------------|------|-------|-------|
|                                    | 2011 | 2012  | 2013  |
| Argentina                          | 2,5  | 2,9   | 12,8  |
| Brasil                             | 0,8  | 2,7   | 10,9  |
| China                              | 1,7  | 2,8   | 3,0   |
| España                             | 82,3 | 88,7  | 88,4  |
| Francia                            | 4,4  | 3,7   | 11,3  |
| Portugal                           | 0,0  | 0,0   | 3,9   |
| Turquía                            | 0,1  | 2,3   | 0,0   |
|                                    | 91,8 | 102,9 | 130,4 |



## PR2B

### Incidentes calidad seguridad.

| Número de incidentes / N° de análisis (%). |      |      |      |
|--|------|------|------|
|  | 2011 | 2012 | 2013 |
| Argentina                                  | 85%  | 16%  | 13%  |
| Brasil                                     | 3%   | 3%   | 5%   |
| China                                      | 4%   | 4%   | 5%   |
| España                                     | 24%  | 20%  | 18%  |
| Francia                                    | 5%   | 8%   | 5%   |
| Portugal                                   | 11%  | 11%  | 14%  |
| Turquía                                    | 5%   | 11%  |      |
| Total DIA                                  | 20%  | 14%  | 12%  |

## PR4B

### Incumplimientos calidad de etiquetado.

| Número de incidentes etiquetado / N° de Análisis. |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|
|   | 2011  | 2012  | 2013  |
| Argentina   | 0,07% | 0,20% | 0,12% |
| Brasil  | 0,11% | 0,12% | 0,35% |
| China   | 0,11% | 0,04% | 0,20% |
| España  | 0,19% | 0,56% | 0,43% |
| Francia   | 0,12% | 0,09% | 0,04% |
| Portugal  | 0,58% | 0,15% | 0,08% |
| Turquía   | 0,39% | 0,85% |       |
| Total DIA   | 0,21% | 0,39% | 0,26% |

**PR5**

**Prácticas con respecto  
a la satisfacción del cliente.**

| Número total de escuchas de clientes. |        |         |        |                       |
|---------------------------------------|--------|---------|--------|-----------------------|
|                                       | 2011   | 2012    | 2013   | Diferencia<br>2013-12 |
| Argentina                             | 1.057  | 1.831   | 1.582  | -14%                  |
| Brasil                                | 10.884 | 81.140  | 57.077 | -30%                  |
| China                                 | 819    | 823     | 831    | 1%                    |
| España                                | 3.585  | 3.867   | 3.918  | 1%                    |
| Francia                               | 3.985  | 3.629   | 3.718  | 2%                    |
| Portugal                              | 515    | 484     | 353    | -27%                  |
| Turquía                               | 19.168 | 17.603  | 0      |                       |
| Total DIA                             | 40.013 | 109.377 | 67.479 | -38%                  |

Edita:

**DIA, S.A.**

Parque empresarial de las Rozas - Edif. TRIPARK  
C/ Jacinto Benavente 2 A 28232 Las Rozas. Madrid - España

Realización y coordinación:

**DEVA | Comunicación financiera y sostenibilidad**

Diseño:

**STROCEN.COM | New Corporate Design**

Fotografía:

**Jesús Umbría / DIA**

Las cuentas anuales de Distribuidora Internacional de Alimentación S.A. y cada una de sus filiales se encuentran registradas de acuerdo con la normativa vigente de cada país.



El presente documento es un resumen ejecutivo de la Memoria Anual 2013 que se puede consultar completa en la web

[www.diacorporate.com](http://www.diacorporate.com)

