



# Perfil del informe, alcance y cobertura

Este Informe de Desarrollo Sostenible resume de forma fiel y rigurosa el desempeño ético, social, medioambiental y de gobierno corporativo del Grupo DIA durante el ejercicio 2016 en el conjunto de los países donde opera: España, Portugal, Argentina, Brasil y China.

Con este documento, DIA mantiene su esfuerzo de transparencia informativa con los diferentes grupos de interés, con los que se alimenta un diálogo permanente y fluido: clientes, accionistas, franquiciados, empleados, proveedores y sociedad en general.

Para la elaboración de este informe, DIA ha seguido la normativa legal vigente y los estándares internacionales de reporting, concretamente las recomendaciones de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4.



En la recopilación de los datos se ha utilizado el software Enablon SD-CSR (Sustainable Development-Corporate Social Responsibility), que emplean las compañías líderes de todos los sectores en más de 130 países y es homologado por GRI.

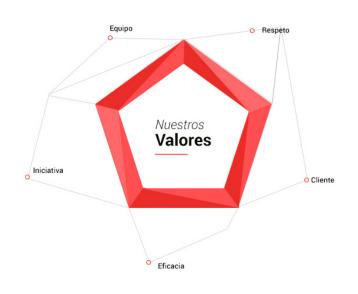
La información contenida en este documento se completa con información disponible en la web www.diacorporate. com en su apartado de Desarrollo Sostenible y RSC, así como en el resto de los informes que componen esta memoria: Informe de Actividades, Informe Financiero e Informe de Gobierno Corporativo.



### DIA en 2016

Distribuidora Internacional de Alimentación, DIA, es una compañía de la distribución de alimentación, droguería, belleza y salud, que cotiza en la Bolsa de Madrid y que cuenta con establecimientos en España, Portugal, Brasil, Argentina y China.

La misión de DIA es ofrecer a los consumidores soluciones a sus necesidades de alimentación y productos de gran consumo desde un compromiso único en el mercado con la calidad y el precio, satisfaciendo, además, a las personas que trabajan en DIA, a sus franquiciados, proveedores y accionistas, así como a la sociedad en la que desarrolla su actividad.



### Equipo

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

#### Cliente

Conseguir la satisfacción del cliente es nuestro principal objetivo

### Eficacia

Trabajamos con rigor 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

### Respeto

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 respecto a la persona

#### Iniciativa

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

### Indicadores financieros

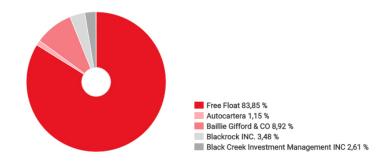
	2015	2016
Ventas brutas bajo enseña	10.546,7	10.550
Ventas netas	8.925,5	8.867,6
EBITDA ajustado	610,1	625,1
Inversión	563,3	345,4
Deuda neta	1.132,4	878,3
Resultado neto ajustado	254,1	258,6

### Indicadores de sostenibilidad

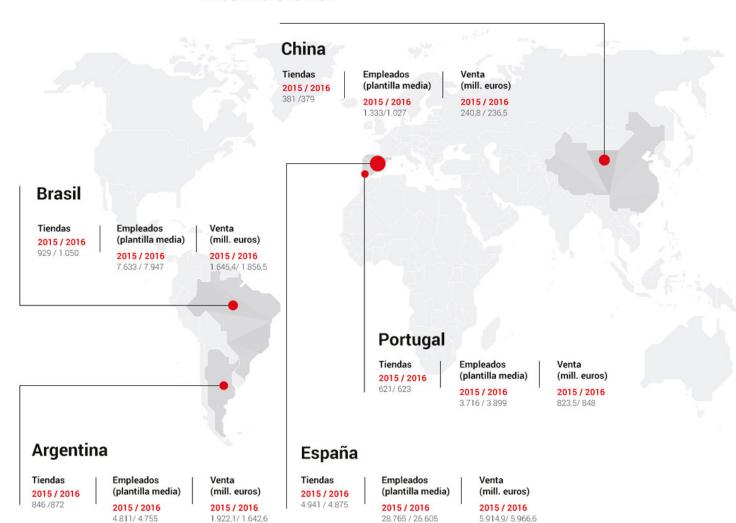
	2015	2016
Empleados		
Número de empleados (plantilla media)	46.258	44.481
Horas de formación (miles)	374	476
Seguridad y salud		
Accidentes de trabajo	2.527**	2.677
Absentismo laboral (%)	6,44	5,58
Medio Ambiente		
Inversión en mejoras medioambientales (millones de euros)	26,955	6,96
Emisiones de CO2 (millones de kg de CO2 eg)	131.170	142.502
Consumo de electricidad (Kwh/m²)	309,08	334,07



### Composición accionarial

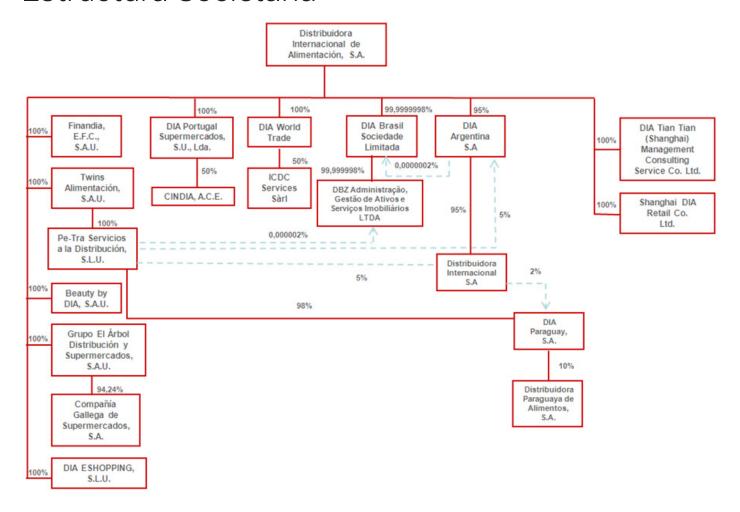


### Presencia Internacional





## Estructura Societaria





## Carta de la Presidenta



### Queridos amigos,

Hemos vuelto a completar un año de éxito gracias a un modelo de negocio centrado en la solidez y el crecimiento sostenible que resultan de nuestra de estrategia de calidad a buen precio para nuestro cliente, y sobre todo en la fidelidad que esto y nuestras innovaciones consiguen de nuestros clientes. Nuestros clientes, los consumidores, están cada vez más en el centro de nuestra actividad. Son más de 40 millones de personas en cinco países, a quienes escuchamos atentamente y sobre todo a quienes agradecemos su confianza. Ellos han colaborado con nosotros el pasado año participando en más de 750.000 encuestas mensuales y sumándose a diferentes programas especiales desarrollados para el cliente. Para ellos hemos abierto nuevas vías de diálogo y relación. Me refiero en este caso a las ocho plataformas digitales donde estamos presentes solos o en colaboración con terceros, al pago por móvil o la app para facilitar la compra, que ya se han descargado en España 700.000 consumidores.

Son más de 40 millones de personas las que confían en nosotros a la hora de hacer su cesta de la compra y esto supone una gran responsabilidad que asumimos como el mayor de nuestros compromisos.

Es por ello que hemos avanzado en el desarrollo de un plan transversal que bajo el nombre de "Proyecto Cliente" está enfocado a mejorar la experiencia de los consumidores en DIA. Nuestro objetivo es que todos los niveles de la compañía tomen aún más consciencia de la importancia del cliente y orienten sus actuaciones en el día a día a su satisfacción. La acogida de esta iniciativa ha sido todo un éxito entre nuestros empleados. Sólo en España, país donde hemos iniciado el piloto de esta iniciativa, más de 2.000 profesionales tanto de oficinas como de almacenes



tiendas tuvieron la oportunidad de formar parte de estos grupos de trabajo, aportando su visión con ideas e iniciativas que han servido ya para acometer nuevos proyectos.

También queremos que nuestros proyectos de responsabilidad social sean cada vez más cercanos a ellos y a sus familias, y por esto buscamos que en cada uno de ellos puedan participar y estar con nosotros. Pongo como ejemplos, el lanzamiento de nuestra Superliga DIA en España, la carrera en apoyo a los niños con cáncer en Sao Paulo, la ayuda a jóvenes madres en riesgo de exclusión en Portugal o la campaña de recogida de ropa de abrigo en Argentina entre otras muchas acciones.

Acompañando al cliente estamos todos nosotros, un equipo de más4 de4.000 empleados en el total de los cinco países en los que operamos. Un equipo implicado que está sabiendo adaptarse a un entorno cambiante con nuevas respuestas a cada una y cada vez más exigentes necesidades de negocio, con innovación, con digitalización pero siempre entendiendo que el foco principal de nuestra actividad es el consumidor. Agradezco desde aquí el esfuerzo realizado por todo el equipo en quién sin duda confío un año más para alcanzar los objetivos de nuestra compañía.

Y no podemos olvidar otros importantísimos compañeros de viaje, el franquiciado y nuestras franquicias. Son más de 3.500 emprendedores los que no acompañan en este camino. Su dedicación, su esfuerzo, y su cercanía con el cliente son para nosotros un eje de inspiración y una base fundamental de nuestro crecimiento. Merecen nuestro reconocimiento y el de la sociedad por su contribución y su compromiso con el desarrollo y el progreso de la economía local.

Nuestra actividad comercial sin embargo no nos hace olvidar de las obligaciones de transparencia y buen gobierno que tenemos como compañía cotizada con nuestros accionistas y con la sociedad en general. Por este motivo durante el 2016 hemos continuado trabajando en materia de gobierno corporativo y siguiendo las recomendaciones de buen gobierno hemos hecho públicas todas nuestras políticas corporativas que el lector de esta memoria puede localizar fácilmente a través de nuestra página web corporativa www.diacorporate.com. Del grado de implementación de las políticas daremos información detallada en cada uno de nuestros próximos reportes anuales.

De igual forma hemos analizado y recomendado cambios en nuestra organización y nuestro Consejo de Administración para 2017 para ajustarnos a las nuevas necesidades y exigencias de nuestro mercado y la sociedad, para que nuestra organización en España y otros países responda a las exigencias futuras de conocimientos y formación en nuevas tecnologías, nuevas infraestructuras, materiales, nuevas tendencias e innovación de la distribución alimentaria y cosmética, belleza y salud. Además, estamos involucrando a nuestros directivos y empleados en general en la transformación digital con la formación de nuestros equipos y franquiciados respectivamente.

Asimismo hemos trabajado en el plan director de Responsabilidad Social para el periodo de tiempo comprendido entre 2017 a 2019 que a fecha de cierre de este informe ha sido revisado y validado por el Consejo de Administración, previo estudio por parte del Comité de Auditoría.

Nuestro plan director de Responsabilidad Social recoge16 líneas de acción que se materializan en más de 35 proyectos que abarcan aspectos de gestión corporativa, mejoras de eficiencia en la gestión medio ambiental, incremento de niveles de satisfacción de nuestro empleados y de nuestros franquiciados a acciones sociales específicas que cada vez demandan ser más cercana a toda la sociedad

Les invito a leer esta memoria que recoge el detalle y desarrollo de lo que de manera breve les he enumerado, y me despido reiterando mi agradecimiento a todos y en especial a nuestros clientes, empleados, franquiciados,

### **Ana María Llopis**

Presidenta no ejecutiva Grupo DIA



# DIA y RSC

Grupo DIA trabaja de manera activa por el progreso económico y generación de valor en todas la comunidades donde opera, generando confianza a sus consumidores y el resto de grupos de interés con una oferta de alimentación de calidad a los mejores precios del mercado. La gestión eficiente de sus recursos, unido a un compromiso invariable de crecimiento rentable y sostenible, se realiza a través un sistema integrado a todos los niveles del grupo en línea con los valores sociales, ambientales y de buen gobierno internacionalmente reconocidos.

La compañía basa estas líneas de actuación en una política General de Responsabilidad Social Corporativa, aprobada por el Consejo de Administración y adaptada a las recomendaciones de Bueno Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, que sirve de marco de referencia para todos los integrantes y sociedades del grupo en diferentes ámbitos: gestión responsable, compromiso con las personas y los colectivos con los que se relaciona, la calidad y el precio, las franquicias, y el cuidado del medio ambiente.

Durante 2016, la compañía ha trabajado en el desarrollo de tres ejes fundamentales en materia de Responsabilidad Social:

- Evaluación y posterior aprobación de las políticas Corporativas de las diferentes áreas.
- Desarrollo y definición de un análisis de materialidad que permite identificar los riegos y oportunidades así como los temas prioritarios para sus grupos de interés.
- Presentación del Plan Director de RSC 2017-2020 que se constituye como hoja de ruta en esta materia y alinea las actuaciones con las políticas de la compañía.

## Política corporativa de RSC

- Promover las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, dando prioridad a la trasparencia, la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.
- Gestionar de forma responsable tanto los riesgos financieros y no financieros como las oportunidades derivadas de la evolución del Grupo y del entorno.
- Crear y mantener una comunicación responsable, 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.
- Promover buenas prácticas de compra responsable y alimentación saludable, así como proporcionar información nutricional exhaustiva sobre los productos en beneficio del consumidor.
- Asegurar la máxima protección y privacidad de los consumidores y franquiciados mediante un cumplimiento exhaustivo con la regulación existente.



- Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.
- · Apoyar la igualdad entre hombres y mujeres.
- Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.
- Apoyar la formación y el desarrollo profesional de las personas que forman parte de la empresa, fomentando la conciliación.
- Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de la eficiencia energética, la innovación y la concienciación de los empleados para minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad.
- Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

## Organización de la RSC en DIA



**Grupo DIA** dispone de una estructura organizativa para la **Responsabilidad Social Corporativa** que es supervisada directamente por el Consejo de Administración a través de su **Comisión de Auditoría y Cumplimiento** que está formada por cinco consejeros independientes



La compañía estructura sus principios en esta materia a través de su Política de Responsabilidad Social Corporativa acometiendo las acciones a todos los niveles mediante un Plan Director que articula las prioridades en función de las necesidades y establece las líneas de actuación.

Del reporte posterior se encarga un Comité de RSC, liderado por el Director de Desarrollo Sostenible y RSC y compuesto por los responsables de las áreas materiales para la RSC del Grupo (definidores), que se encargan de definir los indicadores de desempeño y de verificar que los responsables de su área funcional de cada país (contribuidores) reportan información y datos veraces conforme a los r equisitos establecidos. En este proceso, se siguen las recomendaciones de GRI (Global Reporting Initiative) y se emplea el software de gestión Enablon SD-CSR (Sustainable Development – Corporate Social Responsibility).

Para asegurar la fiabilidad y exactitud de la información conforme a la cual se da respuesta a los indicadores, los usuarios contribuidores adjuntan a los datos reportados la documentación soporte que justifica el dato introducido en el sistema y permite conocer la trazabilidad de los mismos, así como posibilitar su verificación.

- Nivel País: Cada país es responsable de su reporting de desarrollo sostenible de la misma manera que es responsable de su cuenta de resultados.
- Nivel funcional: Por encima de la validación de nivel país, existe una segunda validación a nivel funcional, que es
  ejercida por los responsables funcionales del equipo corporativo. Ellos verifican que su área funcional ha sido
  reportada en todos los países conforme a las definiciones que han sido dadas por ellos mismos y publicadas en
  Enablon.
- Nivel Corporativo. El tercer nivel de validación es el corporativo, que es ejercido por coordinador del grupo. En caso de detectarse un error (en cualquiera de los tres niveles de validación), se actúa para refrendarlo.

Es el comité de RSC el que aglutina y verifica la información recibida de los diferentes departamentos cada tres meses, conforme a las definiciones que se realizan previamente conforme a los KPIS definidos.



# Objetivos para 2017-2019

### **Generales**

Aprobación del Plan Director 2017-2019 por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración



#### POSICIONAMIENTO

Gestionar el posicionamiento de Grupo DIA con las expectativas de sus grupos de interés



#### GESTIÓN

Impulsar la mejora de la GESTIÓN de Grupo DIA en los aspectos de RSC



#### ORGANIZACIÓN

Implicar a la ORGANIZACIÓN en una visión común de la RSC alineada en todos los países Grupo DIA



#### CUADRO DE MANDO

Implementación del Cuadro de mando para el seguimiento del Plan Director y la evaluación de cumplimiento de las Políticas Corporativas

### Por Áreas



#### MEDIO AMBIENTE

Mejora de la eficiencia de los recursos de la compañía para un menor impacto medioambiental y un ahorro de los costes.



### GOBIERNO CORPORATIVO

Trasladar a los accionistas, inversores y /o analistas de información no financiera toda la información relevante desde el punto de vista de la sostenibilidad y RSC en DIA.



### RESPONSABILIDAD SOCIAL

Establecimientos de puntos de control para el respeto de los derechos humanos en el eslabón anterior y posterior a nosotros de la cadena de suministro.



### RECURSOS HUMANOS

Asegurar los principios de igualdad en seno de la compañía.



# Valor generado y distribuido

Las ventas brutas bajo enseña de DIA se situaron en los 10.550 millones de euros, un 10,2% más que el año anterior en moneda local. La buena evolución del negocio supuso la generación de riqueza para las zonas donde está presente mediante la creación de empleo, la promoción de actividades auxiliares derivadas del trabajo de proveedores y subcontratistas y el pago de impuestos a las Administraciones Públicas.

### Valor económico generado, distribuido y retenido

	31/12/2015	31/12/2016
Valor económico generado	9.113.544	8.995.115
Importe neto de la cifra de negocios	8.925.454	8.867.621
Otros ingresos	96.215	110.976
Impuestos sobre beneficios	82.610	-
Ingresos financieros	9.265	12.089
Resultados procedentes del inmovilizado	-	4.336
Resultados de sociedades por el método de la participación	-	93
Valor económico distribuido	8.710.634	8.703.283
Consumo de mercaderías y otros consumibles	7.018.881	6.942.007
Gastos de personal	847.233	846.103
Gastos de explotación	644.034	653.549
Resultados procedentes del inmovilizado	12.340	-
Gastos financieros	65.291	64.121
Impuestos sobre beneficios	-	69.119
Dividendos (*)	122.855	128.384
Valor económico retenido	402.910	291.832



