Informe de actividades

Políticas corporativas

Desarrollo de políticas

Como consecuencia de las recomendaciones del nuevo **Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores** aprobado en 2015, DIA ha venido trabajando desde entonces en la adaptación y posterior publicación de sus políticas corporativas.

El primer paso, ejecutado en diciembre de 2015, fue la aprobación por parte del Consejo de Administración de una renovada política de Responsabilidad Social Corporativa que resulta transversal a todas las actuaciones de la compañía e incluye los principios asumidos voluntariamente por DIA en relación a sus diferentes grupos de interés.

La Política de RSC se constituye como el marco de referencia previo al desarrollo del resto de las políticas que la compañía mantiene para la relación con sus grupos de interés.

Con fecha 11 de diciembre de 2015, el **Consejo de Administración de DIA** aprobó su Política de Comunicación con el Accionista, la Política Fiscal, la Política de Gestión de Riesgos, la Política de Relación con los Medios en el Ámbito Informativo y finalmente la Política de Medio Ambiente.

En 2016, se han aprobado y publicado las políticas de relación con las franquicias, la política Corporativa de Calidad y Seguridad Alimentaria así como la Política de prevención de delitos y anticorrupción, todas ellas disponibles en la web corporativa de la compañía.

A fecha de cierre de este informe, habían sido aprobadas y publicadas las dos políticas restantes: la política de Recursos Humanos y la política de relación con el Cliente.

Para medir la aplicación de cada una de las políticas y dar cumplimiento a las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la CNMV, Grupo DIA ha desarrollado una serie indicadores que son reportados a la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración, que es quien tiene atribuidas las funciones de Responsabilidad Social de la compañía.

Las políticas por departamentos

Política General de Responsabilidad Social Corporativa

Grupo DIA (DIA) es una empresa comprometida con el bienestar de la sociedad y los impactos derivados de su actividad

La Política General de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de DIA se constituye como el marco de referencia a nivel corporativo para dar respuesta a los compromisos de DIA en los siguientes ámbitos:

- **La gestión responsable.** El cumplimiento con las mejores prácticas de Buen Gobierno y el establecimiento de un marco de actuación basado en la ética, la transparencia y la gestión eficiente de los riesgos.

- **El compromiso con las personas y los colectivos con los que se relaciona**. La generación de empleo, el desarrollo de la franquicia, los acuerdos con proveedores, la colaboración en programas de ayuda socio-humanitaria y la creación de valor para el accionista y la sociedad.

- **Las franquicias.** Ofrecer a los franquiciados el conocimiento y las herramientas adecuadas para una gestión eficiente de su negocio.

- **La calidad y el precio.** 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.

- **El cuidado del medio ambiente.** DIA innova en su trabajo diario para reducir el consumo energético, disminuir la huella ambiental de sus actividades logísticas y gestionar adecuadamente sus emisiones, consumos y residuos.

Con el propósito de crear valor en la sociedad, DIA apuesta por el respeto y la sostenibilidad del entorno a través de una gestión eficiente de los recursos, lo que permite el acceso a una alimentación de calidad a precios asequibles y la generación de riqueza y confianza en aquellas comunidades donde desarrolla sus actividades.

En línea con este propósito, la Política General de RSC promueve la consecución de los objetivos señalados en el plan estratégico de DIA y el mejor posicionamiento de la compañía en el mercado.

Principios de Rsc

Eficacia, Iniciativa, Respeto, Equipo y Cliente son los valores que definen a DIA y se establecen como el referente para la ética profesional y una correcta toma de decisiones. Estos valores sirven de fundamento para el desarrollo de la Política General de RSC de DIA, la cual se articula a través de doce principios básicos que sostienen su propósito de crecimiento rentable y reflejan su compromiso con el entorno social y natural:

- 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 los 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**.

Estos principios se integran en el sistema de gestión del Grupo y en sus normas de actuación, que permiten a DIA programar, monitorizar y mejorar sus actuaciones; cumpliendo con las expectativas de sus grupos de interés.

Alcance y Gobierno de la Política General de RSC

La Política General de RSC de DIA establece el marco de referencia corporativo para garantizar su adecuado cumplimiento y es de aplicación en todas las sociedades y países que forman parte del Grupo.

El Consejo de Administración aprueba la Política General de RSC de DIA y observa su cumplimiento, velando por el respeto de las leyes y reglamentos en su relación con los grupos de interés, el cumplimiento de buena fe en sus obligaciones y contratos, y el respeto de los usos y buenas prácticas de los sectores donde ejerce su actividad.

La Comisión de Auditoria de DIA tiene atribuidas las siguientes funciones en relación a la Política General de RSC:

- La **revisión** de la Política General de RSC velando por que esté orientada a la creación de valor.
- El seguimiento de la estrategia y prácticas de Responsabilidad Social Corporativa y la evaluación de su grado de cumplimiento.
- La **supervisión y evaluación** de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.
- La **evaluación** de todos los aspectos relativos a los **riesgos no financieros** de la empresa, incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales.
- La **coordinación del proceso de reporte** de la información no financiera y sobre diversidad, conforme a la normativa aplicable y a los estándares internacionales de referencia.

DIA cuenta con una estructura organizativa regida por principios y normas internas aprobadas y supervisadas por la Alta Dirección. Esta reglamentación estipula la creación de un Comité de RSC, liderado por el Director Corporativo y de Recursos, y compuesto por los responsables de las áreas materiales para la RSC de DIA (definidores). Este órgano se encarga de definir los indicadores de desempeño y de verificar que los responsables de las áreas funcionales de cada país (contribuidores) reportan la información requerida con los criterios de veracidad establecidos.

Adhesiones y Colaboraciones

DIA se compromete a tener en cuenta los estándares más internacionales y nacionales más relevantes en la materia. Desde Marzo de 2012, DIA está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact) cuyo objetivo es conseguir el compromiso voluntario de las entidades adheridas con la Responsabilidad Social, mediante la implantación de los Diez Principios establecidos en el Pacto, basados en el respeto de los Derechos Humanos, laborales y medioambientales y la lucha contra la corrupción.

Para más información: Web corporativa.

Política General de Recursos Humanos

Grupo DIA se constituye de personas rigurosas, profesionales y leales que de forma constante hacen realidad los valores de la organización a través de una cultura profesional basada en la honestidad, la buena fe, la integridad, el compromiso con el proyecto de Grupo DIA y el respeto por los derechos laborales. En este contexto, la Política General de Recursos Humanos es el marco de referencia a nivel corporativo para la gestión de personas y contiene los Ámbitos de actuación que dan respuesta al compromiso de Grupo DIA con la generación de empleo y sus profesionales, bajo los siguientes valores:

- La **Eficacia**, basada en el trabajo con rigor y la formación de los equipos para la toma de decisiones con criterios profesionales, buscando la rentabilidad de las acciones;
- La **Iniciativa**, con atención a los cambios que se producen en los mercados en los que Grupo DIA desarrolla su actividad y la anticipación a través de soluciones creativas e innovadoras;
- El **Respeto** a los compromisos, generando un ambiente de confianza y aceptando la diversidad y la diferencia de opinión, para trabajar en un clima de seguridad, credibilidad y respeto a la persona;
- El trabajo en **Equipo**, con un objetivo común y de forma coordinada, fomentando una relación positiva para aprovechar el talento de las personas para lograr los mejores resultados;
- El **Cliente**, con el propósito de lograr su máxima satisfacción.

Estos valores que definen a Grupo DIA, sirven de fundamento para el desarrollo de la presente Política, la cual se sostiene sobre los tres pilares estratégicos para la gestión de las personas en la organización:

- **Foco en el Cliente:** Una cultura de trabajo orientada al cliente;
- **Centrados en el Empleado:** Una organización que apuesta por el desarrollo profesional y fomenta el compromiso de sus empleados;
- **Transformación digital:** Una nueva forma de trabajar que permite una mayor adaptabilidad, eficiencia e innovación para satisfacer las necesidades de cliente y empleados.

Objeto de la Política

DIA, como Grupo multinacional especializado en la distribución de alimentación, droguería, belleza y salud es consciente de la necesidad de adecuar sus políticas de recursos humanos a la diferente realidad cultural, laboral y de negocio (i.e. competidores o perfil de cliente) existente en los distintos países donde tiene presencia para asegurar el éxito del proyecto global.

Asimismo, la franquicia y el "partenariado" constituyen un elemento clave del negocio de Grupo DIA. Estos colaboradores son embajadores de la marca DIA, debiendo velar por la excelencia diaria en la calidad del servicio y del producto en consonancia con los valores de la Compañía.

En este contexto, la Política General de Recursos Humanos:

- Recoge bases y principios comunes (i.e. alineación con los objetivos de negocio, transformación digital), a considerar por el Grupo en su conjunto en proporción al momento del ciclo de negocio en que se encuentre cada área.
- Reconoce la existencia de particularidades en las diferentes sociedades, países y negocios que integran Grupo DIA y la necesaria flexibilidad en la adaptación local de determinadas políticas (i.e. selección, comunicación, etc.).
- Establece las directrices aplicables en materia de recursos humanos en la selección y suscripción de acuerdos con franquiciados y otros "partners", siempre de acuerdo con las necesidades de negocio, los compromisos alcanzados con éstos y el respeto a la normativa aplicable en cada momento y país.

Todo ello con la finalidad de permitir:

- La selección,formación y desarrollo de los mejores profesionales;
- La integración de todos los profesionales en los valores y la cultura de la organización;
- La garantía de un empleo de calidad, estable y seguro;
- El diseño de una oferta de valor al empleado durante toda su vida laboral;
- El fomento del compromiso a largo plazo con un orgullo de pertenencia;
- La concienciación respecto del valor del cliente;
- El desarrollo de Planes de gestión del talento alineados con los objetivos de negocio;
- El liderazgo de Grupo DIA como empleador de referencia.
- El fomento de las relaciones de colaboración y la transferencia de conocimiento a franquiciados, "partners" y colaboradores en materia de gestión de personas.

Ámbitos de actuación

La Política General de Recursos Humanos se articula a través de siete Ámbitos de actuación que guían el compromiso de Grupo DIA con la generación de empleo y la gestión de personas:

- Selección y contratación de profesionales
- Igualdad y Diversidad
- Gestión y desarrollo del talento
- Conciliación laboral
- Entorno de trabajo seguro y saludable
- Retribución adecuada
- Relaciones laborales

Selección y contratación de profesionales

Grupo DIA considera que la selección y contratación de los mejores profesionales es un asunto crítico para lograr el éxito del negocio e integrar a las personas en los valores y la cultura de la organización ("Perfil DIA"), lo que implica

- El compromiso con la estabilidad en el empleo y el fomento de la contratación local, en equilibrio entre las necesidades de la persona y los valores que definen a Grupo DIA;
- La eficacia de los procesos de selección de personas, asegurando la profesionalidad y la calidad de los mismos en toda la organización;
- La evaluación y la selección de los candidatos según los perfiles requeridos bajo estrictos criterios objetivos de mérito y capacidad, garantizando la transparencia y la profesionalidad del proceso con un trato igualitario para todos los candidatos;
- La descripción y la valoración del puesto de trabajo de una manera coherente y con criterios objetivos;
- La apuesta por la especialización de perfiles en función de la realidad del negocio;
- El fomento de la movilidad horizontal y vertical de profesionales para cubrir vacantes internas en su misma u otra área de negocio.

Igualdad y Diversidad

En Grupo DIA, el respeto a las personas parte de una cultura de trabajo de carácter abierto, inclusiva y colaborativa basada en el mérito, donde prima el colectivo y se anima a las personas a dar el máximo de sí mismas.

En todos los países y centros de trabajo, Grupo DIA respeta la legislación vigente y promueve la igualdad de oportunidades, la no discriminación laboral, una cultura de diversidad y el respeto de los derechos humanos a nivel laboral, lo que implica:

- El cumplimiento con la legislación laboral vigente y las mejores prácticas en materia de igualdad y diversidad laboral;
- El reconocimiento de las capacidades diferentes, velando por la igualdad de oportunidades y favoreciendo la integración de todos los empleados, (personas con capacidades diferentes) y de aquellos colectivos más desfavorecidos;
- El fomento de la igualdad de oportunidades y de remuneración dentro de la organización para todos los empleados;
- La concienciación y la sensibilización de los empleados con el desarrollo de iniciativas y colaboraciones en fomento de la igualdad y la diversidad laboral.

Gestión y desarrollo del talento

Grupo DIA mantiene una apuesta constante y diferenciada para la gestión y el desarrollo del talento de sus empleados a través de un Sistema de valoración de los puestos de trabajo, como herramienta básica para desarrollar los mecanismos de gestión de las personas de una forma coherente con todas las realidades de la organización, lo que permite:

- Identificar y reconocer el valor que la persona y sus diferentes funciones aportan en los distintos niveles de la estructura organizativa;
- Dotar a la organización de una herramienta flexible que permita, de manera eficaz, llevar a cabo los procesos de integración y de reorganización para responder mejor a las demandas del cliente;
- Detectar necesidades y ofrecer oportunidades de movilidad internacional;
- Una cultura de formación continua junto al desarrollo de habilidades, en función de las necesidades del negocio y del cliente;
- La transparencia, la profesionalidad y el dinamismo de los procedimientos de desarrollo del talento en la organización;

- La implementación y el desarrollo de un Sistema de Gestión del Talento;
- La implementación y el desarrollo de un Plan de Sucesión para aquellos puestos y personas con competencias críticas en la organización;
- La implementación y desarrollo de un Plan de identificación de altos potenciales en la organización;
- El desarrollo de aquellos aspectos positivos que influyen en el alto rendimiento de los empleados a través de la puesta en marcha de Planes de Acción;
- El fomento de las oportunidades y la movilidad interna a través de un Sistema Global de Vacantes;
- La evaluación del desempeño y el establecimiento de incentivospara la captación y la retención del talento;
- La escucha activa y la participación del empleado.

La movilidad internacional en Grupo DIA constituye una herramienta de expansión así como de desarrollo profesional. Grupo DIA promueve los procesos de movilidad internacional sin perjuicio del compromiso con el desarrollo del talento y del empleo local, y fomenta la transmisión de conocimientos y posterior localización, lo que permite velar por el control de los costes asociados a estos desplazamientos.

Conciliación laboral

Grupo DIA reconoce la necesidad de lograr un entorno de trabajo equilibrado que facilite la conciliación de la vida personal y laboral de los empleados, lo que conlleva una mejora del rendimiento laboral, además de potenciar el orgullo de pertenencia a la organización, mediante:

- Una cultura de trabajo abierta y transparente basada en la confianza, el entendimiento y el compromiso entre profesionales;
- El establecimiento de un entorno de trabajo que permita compatibilizar la vida profesional con la personal y familiar
- El desarrollo de determinadas iniciativas y beneficios para empleados que aseguren su bienestar.

Entorno de trabajo seguro y saludable

Consciente de la importancia que la seguridad y salud laboral suponen para todos los empleados y terceros colaboradores, Grupo DIA promueve un entorno de trabajo seguro y saludable en todos los ámbitos de la organización, a través de los siguientes compromisos:

- El cumplimiento con la legislación laboral vigente y las mejores prácticas en materia de seguridad y prevención;
- La actuación diligente en la protección propia y la de aquellos que forman parte del entorno de Grupo DIA, incluyendo a proveedores y colaboradores;
- La reducción de la siniestralidad y la mejora de la seguridad en todas las fases de la cadena de valor;
- La implementación, desarrollo y aseguramiento de las medidas de prevención necesarias en la organización;
- La promoción de una cultura preventiva y del bienestar a través de la concienciación y la capacitación permanente de empleados en toda la organización;
- El fomento de la participación de todos los empleados en la promoción de la seguridad y la salud, cooperando conjuntamente para aumentar los estándares de seguridad en la organización;
- La vigilancia de la salud de los empleados en relación con los riesgos existentes en su puesto de trabajo;
- La mejora del bienestar de los empleados mediante el fomento de hábitos de conducta saludable;
- La exigencia de respeto de las normas de seguridad establecidas por Grupo DIA a los proveedores y colaboradores, haciéndoles partícipes de la cultura preventiva implantada en la organización;

Retribución adecuada

Grupo DIA mantiene una Política de retribución que persigue atraer, motivar y retener a una plantilla preparada para afrontar los retos a los que se enfrenta el negocio. A través de un meditado proceso de compensación, Grupo DIA persigue la justa ponderación de la excelencia entre sus empleados, a través de:

- Un sistema de retribución basado en los principios de equilibrio y posicionamiento alineado con el mercado, que reconoce las capacidades, las responsabilidades, el mérito y el desempeño del empleado;
- La garantía de la transparencia y la equidad salarial para los puestos homogéneos;
- Un salario base competitivo que cumple con la legalidad;
- Un salario variable en función de incentivos a corto y largo plazo que promueve la consecución de resultados de negocio y objetivos personales retadores;
- La vinculación de una parte relevante del salario de los directivos de Grupo DIA a objetivos de creación de valor, alineando su retribución con el interés de los accionistas y el plan estratégico a medio plazo
- La incorporación de las mejores prácticas y directrices de inversores institucionales y otros organismos internacionales al gobierno y diseño de la remuneración
- La vocación por ofrecer un paquete de beneficios sociales a empleados en función de las particularidades locales.

Relaciones laborales

Grupo DIA reconoce tanto la libertad de asociación de sus empleados como el derecho a la negociación colectiva dentro de los marcos legales establecidos en el entorno de desarrollo de su actividad empresarial.

Por otro lado, Grupo DIA promueve una cultura de representación y de dialogo continuo con todos su empleados tanto de forma individual como colectiva, con el propósito de conocer y entender de primera mano las inquietudes y el nivel de satisfacción, para así asegurar el éxito de la compañía en el largo plazo.

Responsabilidad e implementación

El Consejo de Administración de Grupo DIA aprueba la Política General de Recursos Humanos y observa su cumplimiento, velando por el respeto de la legislación y la normativa interna en relación con las personas que forman parte de la organización.

El Plan Estratégico de Recursos Humanos de Grupo DIA establecerá los objetivos concretos y define las acciones específicas en el corto, medio y largo plazo para alcanzarlos.

Grupo DIA cuenta con un Sistema de Gestión de los Recursos Humanos flexible, transparente y en constante evolución para adaptarse a una realidad empresarial cambiante.

El Sistema está supervisado por la Alta Dirección y permite alcanzar la coherencia organizativa, reconocer los asuntos estratégicos y gestionar a las personas bajo criterios comunes.

Alcance y difusión

La Política General de Recursos Humanos es de aplicación en todas las sociedades y países que forman parte de Grupo DIA.

El contenido de la presente Política es de obligado cumplimiento para todas las personas que forman parte de Grupo DIA, por lo que su difusión y conocimiento entre empleados quedan subordinados a las herramientas de comunicación disponibles en la organización.

Para más información: Web corporativa.

Política corporativa en Marketing y Comunicación con nuestros clientes

DIA establece que en las relaciones con sus Clientes se debe mantener un alto compromiso de honestidad y responsabilidad profesional.

El respeto a los compromisos que se adquieren con los clientes y la honestidad en las relaciones tanto verbales como escritas, así como la integridad en todas las actuaciones profesionales debe ser un objetivo a cumplir de forma ineludible.

Esta Guía de buenas prácticas en la relación con nuestros Clientes es el documento donde se recogen los principios que deben presidir estas relaciones. Y deben entenderse como directrices complementarias de la regulación sectorial en materia de publicidad, cuyo propósito no es sustituir sino ampliar la responsabilidad de DIA en la relación y comunicación con sus clientes.

Principios generales

- Compromisos de la compañía con el cliente/sociedad. Valores de marca: transparencia, cercanía, calidad y humanidad/igualdad y cómo decantan en una publicidad responsable con principios de acción estables.
- Compromiso con la verdad y con no engañar al cliente. En general el mensaje de DIA va dirigido a adultos de manera que sea transparente y comprensible para ellos.
- Nuestras prácticas de marketing y publicidad deben cumplir con las leyes y decisiones impuestas por las autoridades que reglan el sector.
- Respetamos a la ética y valores particulares de la sociedad a través de nuestros programas de marketing y publicidad.
- Reconocemos que las decisiones de compra de un cliente pueden ser influidas por la publicidad, y creencia en que podemos facilitar la toma de decisión con información, sin influir en una u otra dirección. El propósito de dicho mensaje publicitario de DIA es informar y dar a conocer los beneficios de nuestra oferta de productos y servicios.
- Creemos en el derecho a la privacidad y al tratamiento legal de datos de los clientes, por lo que todas nuestras prácticas de comunicación (offline y digital) se acogen a la legislación en esta materia.
- Mantenemos una posición ética en relación a la publicidad, los medios y contextos que fomenten la explotación de argumentos de género, sexo, violencia, comportamiento ofensivo, discriminatorio hacia otras personas, o en los que los medios no son consistentes con nuestra imagen corporativa, tomando en consideración los estándares y prácticas del mercado.

- DIA forma parte de la Asociación Española de Anunciantes y se guia por los principios publicados por ésta en todo lo relativo a comunicación comercial de sus marcas. Asimismo forma parte de Autocontrol, entidad que garantiza a los consumidores una comunicación legal, veraz y responsable. De esta forma se está a lo establecido como buenas prácticas en comunicación comercial por los principales organismos del sector. En cada país en los que opera, DIA observará las buenas prácticas de comunicación que se recojan por las principales asociaciones de anunciantes y en su defecto por los usos y prácticas del mercado.

Guías específicas

Los principios que rigen nuestras comunicaciones a clientes sea cual sea el medio son los siguientes:

Legalidad

Ninguna comunicación de DIA a través de medios masivos o relacionales deberá desmerecer del servicio que ésta rinde al mercado a cuyo buen funcionamiento se ordena.

Nos sometemos al cumplimiento cabal de leyes y regulaciones incluyendo las guías regulatorias específicas del sector de retail.

Nuestra comunicación debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en las leyes.

Buena fe

Nuestra comunicación no deberá constituir nunca un medio para abusar de la buena fe de nuestros actuales o potenciales Clientes.

Publicidad engañosa

Nuestra información será siempre veraz, nunca engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquélla que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:

- La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.
- El alcance de los compromisos de DIA, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que DIA o el bien o servicio son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.
- El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.
- La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación, y la modificación del precio inicialmente informado, salvo que exista un pacto.
- La naturaleza, las características y los derechos de DIA, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.
- Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico. Nuestra meta es aportar a nuestros clientes toda la información que necesitan para tomar sus decisiones de compra.

Así se tendrán en cuenta todas las características y circunstancias de la publicidad, como las limitaciones del medio de comunicación utilizado. Y cuando estos impongan limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios.

La presentación visual de nuestros productos representará de la manera más objetiva y precisa la realidad y las características reales del producto, incluyendo tamaño, contenido, beneficios de salud y nutrición.

No podrá emplearse la palabra “nuevo” o similar en relación con un producto o presentación que ya se ha comercializado en el país durante más de dos años.

Y cuando digamos que alguien es cliente de DIA, es que verdaderamente lo es.

Nuestra comunicación será siempre en apego a la legalidad, la ética y la verdad.

Comunicación agresiva

Nuestra comunicación no deberá ser agresiva. Se entiende por comunicación agresiva aquella que sea susceptible de mermar de manera significativa, mediante acoso, coacción, incluido el uso de la fuerza, o influencia indebida, la libertad de elección o conducta del destinatario y, por consiguiente, afecte o pueda afectar a su comportamiento económico.

Explotación del miedo

Nuestra comunicación no ofrecerá argumentos que se aprovechen del miedo, temor o supersticiones de los destinatarios. Los anunciantes podrán recurrir al miedo, siempre proporcionado al riesgo, para alentar un comportamiento prudente o desalentar acciones peligrosas, imprudentes o ilegales.

No incitación a la violencia

Nuestra comunicación no incitará a la violencia, ni sugerirá ventajas en las actitudes de violencia o abuso.

Respeto al buen gusto

Nuestra comunicación no deberá incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres.

Prácticas peligrosas y seguridad

Tampoco deberá alentar practicas peligrosas salvo cuando lo haga en un contexto en que precisamente pueda deducirse que fomenta la seguridad.

Comunicación discriminatoria

Nuestra comunicación no sugerirá circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona. En particular, se evitarán aquellas comunicaciones que puedan resultar vejatorios o discriminatorios para la mujer. Y en nuestros mensajes presentaremos roles de género y relaciones de poder equilibradas.

Derecho al honor y la dignidad

Nuestra comunicación ha de respetar necesariamente los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

No utilizaremos conceptos que exploten situaciones personales dolorosas o desafortunadas, comportamiento ofensivo, vulgaridad o malos modales.

Protección de niños y adolescentes

Si se diera la circunstancia de comunicar a niños deberemos ser extremadamente cuidadosos. Esta comunicación no deberá explotar la ingenuidad, inmadurez, inexperiencia o credulidad natural de los niños o adolescentes, ni abusar de su sentido de la lealtad.

La publicidad dirigida a los niños o adolescentes, o susceptible de influirles, no deberá contener declaraciones o presentaciones visuales que puedan producirles perjuicio mental, moral o físico.

Protección de animales

En el caso de utilizar animales en nuestra comunicación nunca conllevará maltrato o trato vejatorio para los mismos.

Protección de la salud

La publicidad evitará incitar a sus receptores, en especial a los adolescentes, a la adquisición de pautas/comportamientos que puedan resultar nocivos para su salud.

No fomentamos el consumo excesivo en ninguna línea o categoría de productos.

Ni estilos de vida y hábitos inactivos, sedentarios o poco saludables.

Nos comprometemos a que nuestra comunicación fomente siempre un estilo de vida sano y activo.

Comunicación comparativa

La publicidad evitará incitar a sus receptores, en especial a los adolescentes, a la adquisición de pautas/comportamientos que puedan resultar nocivos para su salud.

No fomentamos el consumo excesivo en ninguna línea o categoría de productos.

Ni estilos de vida y hábitos inactivos, sedentarios o poco saludables.

Nos comprometemos a que nuestra comunicación fomente siempre un estilo de vida sano y activo.

Comunicación comparativa

La comunicación comparativa deberá respetar las normas de una competencia leal. En consecuencia, no podrá desacreditar ni menospreciar, directa o indirectamente, las empresas y los productos competidores. En todo caso las comparaciones deberán versar sobre extremos que sean análogos, relevantes y objetivamente demostrables, y, en general, no deberán ser susceptibles de inducir a error a sus destinatarios.

La publicidad comparativa, directa o indirecta, deberá respetar los requisitos expuestos seguidamente:

- Los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.
- La comparación se realizará de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes o servicios, entre las cuales podrá incluirse el precio.
- En el supuesto de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, denominación específica o especialidad tradicional garantizada, la comparación sólo podrá efectuarse con otros productos de la misma denominación.
- No podrán presentarse bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido.
- La comparación no podrá contravenir lo establecido en materia de actos de engaño, denigración y confusión y explotación de la reputación ajena.

Características comunes

No sugeriremos que nuestros productos o servicios poseen características particulares cuando éstas sean comunes entre los productos o servicios similares.

Explotación del prestigio ajeno e imitación

Nuestra comunicación no deberá contener ni explícita ni implícitamente referencias a los signos distintivos de otro anunciante, fuera de los casos legales o convencionalmente admitidos de publicidad comparativa aceptable.

Los anuncios tampoco deberán imitar el esquema general, texto, eslogan, signos distintivos, presentación visual, música, ni los efectos sonoros de otros anuncios, nacionales o extranjeros, aunque sean de campañas ya concluidas, cuando cualquiera de estos elementos estén protegidos por derechos de propiedad industrial o intelectual o la publicidad pueda generar un riesgo de confusión en los consumidores, o implique un aprovechamiento indebido del esfuerzo o de la reputación ajenas.

Denigración

Nuestra práctica de comunicación no deberá denigrar ni menospreciar, implícita o explícitamente, a otras empresas, actividades, productos o servicios.

Disponibilidad de productos

No se podrán ofrecer productos o servicios que no puedan suministrarse o prestarse a no ser que se exprese en el anuncio el momento o plazo de entrega o prestación. DIA realizará sus mejores esfuerzos para garantizar la disponibilidad de los productos en las tiendas trabajando diligentemente en la reposición de los mismos en el menor plazo posible.

Substanciación científica

Todos los productos que vendemos contienen la información nutricional correspondiente al total del contenido y a 1 porción.

Todo contenido referido a beneficios del producto, así como todo reclamo vinculado a la salud y a la nutrición deberá estar sustentado por pruebas, hechos o evidencias, en concordancia con las regulaciones en la materia.

Toda la información y todas las afirmaciones publicitarias deben ser correctas, científicamente fundadas, verdaderas, objetivas y equilibradas y deben reflejar el estado actual del conocimiento. Todas las afirmaciones deben estar adecuadamente referenciadas, salvo que reflejen específicamente la información de producto aprobada por las Autoridades Sanitarias competentes.

Cuando el material promocional haga referencia a estudios publicados, estos deberán ser reproducidos fielmente u ofrecer una clara referencia que permita consultarlos fácilmente.

No apelamos a la idea de que el consumo de nuestras marcas o la compra en nuestras tiendas conduce al éxito social o sexual.

Prueba de las alegaciones

Corresponde al anunciante la carga de probar la veracidad de las afirmaciones y alegaciones incluidas en la publicidad.

Datos técnicos

Cuando en nuestra comunicación se difundan datos técnicos, científicos o de estadísticas deberán ser relevantes y comprobables, no darán lugar a error sobre las personas físicas o jurídicas, la naturaleza de éstas y demás circunstancias que los avalen.

Ensayos comparativos

La difusión de ensayos comparativos de productos o servicios deberá revelar la persona física o jurídica que los haya realizado, así como la fecha de su realización. En el caso de difusión parcial ésta deberá realizarse de manera equitativa.

Testimonios

Cuando la publicidad incluya recomendaciones y/o testimonios, esto es, aseveraciones de personas ajenas a DIA y que no actúan como portavoces de éste, sean o no retribuidos, deberá responder a la verdad, tanto en cuanto a la persona del recomendante y/o testimoniante, cuanto acerca del contenido de la recomendación y/o del testimonio. DIA contará con autorización por escrito del testimoniante y a aquél le incumbe probar la verdad del anuncio. Esta comunicación sólo podrá utilizarse en tanto se mantengan vigentes las condiciones anteriores.

Garantías

En nuestra comunicación no debemos contener referencia a garantías que no mejoren la posición legal del contratante. La comunicación podrá recoger los términos “garantía”, “garantizado”, “certificado” o palabras con el mismo significado condición de que no se induzca o se pueda inducir a error al consumidor sobre el alcance de la garantía

Premios, concursos, promociones

Para cada alianza estratégica con proveedores o partners, escogeremos las propiedades de la relación que mejor reflejen nuestra imagen y reputación.

Las condiciones y mecánicas de promociones, concursos y ofertas serán comunicadas de manera clara y simple.

Las promociones no incitarán a sobreconsumir un producto, sino que responderán a un esquema que respete una frecuencia media de consumo del mismo.

Para concursos, publicaremos las reglas de manera clara, completa y concisa, y para determinar ganadores asignaremos jueces imparciales.

Los mandatorios de la comunicación se expresarán de forma clara y fácilmente comprensible por el público general.

La publicidad de promociones, como concursos u operaciones semejantes, indicará claramente las condiciones sustanciales de participación y su duración. En ningún caso se enmascararán las condiciones necesarias para obtener el premio, ni los costes implícitos para su recepción o para participar en la promoción.

Muestreo – Sampling

La entrega de muestras gratuitas debe tener como objetivo principal que el cliente se familiarice con el producto y sus características organolépticas, de acuerdo con el espíritu de la legislación vigente.

Campañas con causa social

Cuando en nuestra comunicación hagamos referencia a la participación de un anunciante en un acto o campaña benéfica, deberá respetar de forma escrupulosa los principios de veracidad y buena fe.

Además, deberán observarse las siguientes reglas:

- El anunciante deberá revelar de forma explícita, inequívoca, y sin inducir a error, el alcance de su participación en el correspondiente acto o campaña benéfica.
- Si en la comunicación se hace referencia a alguna organización de carácter solidario, deberá contarse con el consentimiento de ésta y deberán también respetarse las instrucciones impartidas por ésta o las condiciones bajo las cuales fue concedida la autorización.

Política de Comunicación de Relaciones con Inversores

El Consejo de Administración en el ejercicio de sus funciones de supervisión promoverá y protegerá el ejercicio de los derechos de los accionistas, de los inversores institucionales y de los mercados, de conformidad con los siguientes principios:

- Responsabilidad, diligencia y transparencia en la difusión de la información, en la relación con los grupos de interés y en el tratamiento de la información relevante y privilegiada, todo ello de conformidad con lo previsto en la Ley, en el Reglamento Interno de Conducta y en el resto de la normativa interna de la Compañía.
- Igualdad de trato, promoción y protección de los derechos e intereses de los accionistas. En ningún caso podrá discriminarse con el objetivo de facilitar información que pudiera proporcionar una situación de privilegio o ventaja a determinados accionistas respecto de los demás.
- Agilidad en la facilitación de información. Se fomentará la puesta a disposición de información a los grupos de interés con el objetivo de que dispongan de la información de la Compañía más actual y completa posible.
- Atención y cooperación con grupos de interés. La Compañía a través del Departamento de Relación con Inversores y de su página web corporativa (www.diacorporate.com), llevará a cabo las acciones de comunicación y contacto necesarias para que los accionistas, inversores institucionales y asesores de voto dispondrán de interlocutores identificados y de los medios necesarios para acceder de una forma regular y sencilla a la información de la Compañía.

Procedimiento de comunicación y aprobación de información

La Compañía como sociedad cotizada está sujeta al cumplimiento de determinadas obligaciones de información y difusión, que deberán efectuarse a través de la CNMV.

La Compañía, consciente de la importancia de dar cumplimiento a sus obligaciones de información y difusión, ha establecido un procedimiento interno al objeto de fortalecer la fluidez y veracidad de la información y de garantizar la transparencia y seguridad de los canales de aprobación con el objetivo de lograr asegurar el cumplimiento de las citadas obligaciones.

De conformidad con las disposiciones legales, la Compañía ha establecido los criterios a seguir en cuanto a: (i) la información objeto de comunicación, (ii) los responsables de la comunicación y el proceso de aprobación.

Información Objeto de Comunicación

La compañía deberá comunicar al mercado, de manera veraz, completa y neutral, y de conformidad con la normativa de mercado de valores lo siguiente:

- Hecho Relevante: Por Hecho Relevante, conceptualmente, se entenderá cualquier acontecimiento que pueda afectar positiva o negativamente a la posición jurídica, económica o financiera de la Compañía, quedando obligada la propia Compañía a comunicar aquella información que razonablemente pueda afectar a un inversor en su análisis de adquisición o transmisión de acciones de una empresa cotizada.

- Información financiera periódica: Dentro de la información financiera periódica a publicar hay que distinguir tres tipos:

  - Información financiera anual, que se publicará en el plazo máximo de cuatro meses desde la finalización del ejercicio económico.

  - Información financiera semestral, que se publicará en el plazo de dos meses desde la finalización del semestre del ejercicio económico. Si el informe financiero anual al que se hace referencia en el párrafo inmediatamente anterior se publicara dentro de los dos meses siguientes al cierre del ejercicio económico anterior, la Compañía quedará dispensada de elaborar y publicar la información financiera correspondiente al segundo semestre del ejercicio anterior.

  - Información financiera intermedia (trimestral), que se publicará en el plazo máximo de cuarenta y cinco días desde la finalización del primer y tercer trimestre respectivamente.

- Operaciones realizadas con acciones propias (autocartera): La comunicación se realizará en el plazo de cuatro días hábiles bursátiles desde la realización de cada operación o cada conjunto de operaciones que supere el uno por ciento de los derechos de voto de la Compañía (esto es, cuando se alcance el 1%, 2%, 3% y, así sucesivamente).

- Otra información de interés:

  - Nota de Resultados. Con la misma periodicidad que la correspondiente a la información financiera recogida en el apartado b) anterior relativo a Información Financiera, la Compañía elaborará una nota de resultados que resuma el contenido de la información financiera que en cada momento sea precisa publicar, la cual irá destinada principalmente a analistas e inversores. Esta Nota de Resultados con carácter previo a su difusión será comunicada al mercado como Hecho Relevante.

  - Otra información. Igualmente, aunque no sea considerada información relevante desde el punto de vista de la normativa de aplicación, la Compañía podrá difundir cualquiera otra información que considere pertinente para un conocimiento singular de la Compañía mediante notas de prensa, presentaciones realizadas en encuentros con inversores, etc… y en cuya difusión se cumplirá con el marco normativo de aplicación.

Responsables de la Comunicación

El Director de Cumplimiento Normativo, además de ser el interlocutor designado ante la CNMV, asume entre sus funciones la de comunicar al mercado los Hechos Relevantes, la información financiera, la información sobre autocartera así como cualquier otra que deba hacerse en cumplimiento de las disposiciones legales.

El Director de Cumplimiento Normativo designará un suplente para los casos en que, circunstancialmente, fuera necesario sustituirle en el cumplimiento de la obligación de comunicar.

La comunicación se llevará a cabo a través de CIFRADOC/CNMV, que es el sistema de cifrado y firma electrónica habilitado por la CNMV para la remisión telemática de documentos. La publicación de Hechos Relevantes deberá realizarse tan pronto como sea conocido el hecho o sea adoptada la decisión, publicación que se deberá realizar preferentemente con anterioridad a la apertura del mercado bursátil o después del cierre.

Proceso de Aprobación

Con anterioridad a su remisión a la CNMV, vía CIFRADOC, la información objeto de envió deberá ser sometida al Consejero Delegado y al Director Ejecutivo Corporativo responsable de la Dirección Financiera de la Compañía para su aprobación mancomunada. Una vez obtenida la aprobación, el Director de Cumplimiento Normativo procederá a su remisión telemática. Si uno de los dos responsables de aprobación anteriores se encontrase ausente, será sustituido por la presidencia del Consejo de Administración y subsidiariamente por el Director de Cumplimiento Normativo (o por ambos si faltaran tanto el Consejero Delegado como la Dirección Ejecutiva anteriormente citada).

Con posterioridad a su publicación en la página web de la CNMV, se procederá a publicar la misma información en la página web corporativa de la Compañía (www.diacorporate.com)

Canales de comunicación y contacto

La Compañía se deberá dotar de los recursos humanos y técnicos suficientes para ejercer la función de comunicación y contacto con sus grupos de interés así como de los canales de difusión de la información, tanto públicos como corporativos, entre los que cabe destacar los siguientes:

Página Web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores y de otras entidades reguladoras

El principal canal de información es la página web de la CNMV (www.cnmv.es) así como, en su caso, los canales establecidos por otras autoridades extranjeras y entidades de supervisión, de cara a su pronta difusión.

Web corporativa

El canal de comunicación oficial de la Compañía con sus accionistas y el mercado financiero es su web corporativa (www.diacorporate.com) cuya información se actualiza de forma recurrente. Mediante este canal, la Compañía monitoriza la información que pueda ser de interés para los accionistas y otros grupos de interés, lo que posibilita, en términos generales, un acceso inmediato y sencillo a la información.

Con el objetivo de que el alcance de la difusión sea el más extenso posible, la información difundida por la Compañía se proporcionará, siempre que sea posible, en español e inglés, prevaleciendo la versión española en caso de discrepancia.

La presentación de los resultados financieros periódicos, así como otras presentaciones económicas y financieras significativas, tales como los "Investor's Days", se retransmitirán simultáneamente a través de la web corporativa de la Compañía, y en su caso, se facilitará a las partes interesadas los canales oportunos para formular preguntas y solicitar aclaraciones.

Dirección de Relaciones con Inversores

La Dirección de Relaciones con Inversores junto con el Consejero Delegado y el Director Ejecutivo Corporativo responsable de la Dirección Financiera, son los responsables de la comunicación y gestión de consultas realizadas por analistas, inversores institucionales y accionistas, para lo cual se cuenta con una dirección de correo electrónico (investor.relations@diagroup.com) y un teléfono de contacto que se reseña en la página web corporativa y en la documentación remitida por esta Dirección a los grupos de interés.

Con la finalidad de que los asesores de voto o proxy advisors dispongan de la información más completa de la Compañía en el momento de emisión de sus respectivos informes de recomendación de voto, la Dirección de Relaciones con Inversores y el Director de Cumplimiento Normativo de la Compañía mantendrán los contactos que se consideren necesarios.

Política de Calidad y Seguridad Alimentaria

El Grupo DIA, consciente de su responsabilidad en relación con la calidad y seguridad de sus productos, considera fundamental establecer los principios generales que deben regir la actividad de la empresa en esta materia.

El objetivo de la Política de Calidad, es recoger estos compromisos:

- Generar confianza en los consumidores, suministrando productos seguros y de calidad.
- Cumplir con la legislación vigente en cada uno de los países en los que el Grupo DIA esté presente.
- Garantizar las adecuadas condiciones de fabricación de nuestros productos, homologando a nuestros proveedores mediante auditorías de seguridad alimentaria o la exigencia de auditorías estándares de mercado IFS/BRC.
- Garantizar la autenticidad, calidad y seguridad de los productos que comercializamos, a través de la definición y ejecución de un Plan de Control anual que incluye, controles de calidad internos a recepción de producto y análisis en laboratorios acreditados.
- Mantener la calidad y seguridad del producto a lo largo de la cadena de suministro, monitorizando los procesos de almacenamiento, transporte y venta.
- Ofrecer al consumidor, información clara y completa en el etiquetado de nuestros productos, mejorando su decisión de compra tanto en nuestros establecimientos como en el canal on line.

Con un compromiso claro, de trabajar por la mejora continua y de promover la comprensión y difusión de la política de calidad dentro de la organización; a través de medios de formación y comunicación internos.

Política de Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos corporativos es un proceso que debe establecer el Consejo de Administración y supervisar la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. No obstante, la correcta aplicación del sistema de gestión y control de riesgos requiere la implicación de todo el personal de la Organización.

La política de gestión de riesgos es de aplicación para todas las compañías y territorios en los que opera DIA.

Las decisiones de la Dirección en todas sus actividades influyen en la creación de valor, desde el establecimiento de la estrategia hasta las operaciones cotidianas de la empresa. Este último se maximiza cuando se establece una estrategia y unos objetivos con un equilibrio óptimo entre las metas de crecimiento y rentabilidad y los riesgos asociados.

En su aplicación del sistema de gestión de riesgos corporativos, DIA debe considerar todas sus actividades en los diferentes niveles de la Organización, desde aquellas a nivel de Grupo, hasta las de unidades y procesos de negocio. El sistema debe ser por lo tanto aplicable en los siguientes niveles:

Toda la Organización juega un rol importante en la consecución de los objetivos del sistema de gestión de riesgos. El enfoque del modelo de gestión de riesgos es, por tanto, integral y sistemático y de aplicación en todos los territorios y países en los que DIA esté presente.

Metodología

Un modelo de gestión integral de riesgos mejora la capacidad de una organización para gestionar escenarios de incertidumbre. Se trata de un enfoque sistemático y detallado que permite a la organización identificar eventos, evaluar, priorizar y responder a los riesgos asociados a sus principales objetivos, proyectos y operaciones.

El proceso de gestión de riesgos de DIA está basado en el estándar metodológico COSO II, metodología de gestión de riesgos generalmente aceptada en el mercado y que ha sido adaptada a las necesidades de DIA. Esta metodología permite identificar, crear, captar y sostener el valor de la gestión del riesgo en los distintos niveles de la Firma.

La metodología COSO II se basa en el enfoque de la gestión de riesgos en tres dimensiones:

- Objetivos de la Organización.
- Niveles de la Organización en los que pueden materializarse los riesgos y, por tanto, los niveles sobre los que se debe implantar el modelo de gestión de riesgos.
- Componentes interrelacionados unos con otros y necesarios para gestionar los riesgos que pueden impedir la consecución de esos objetivos.

Dimensiones en la Gestión de Riesgos

Los componentes integrados en el proceso de gestión de la Organización son:

- Ambiente interno: la Dirección establece la filosofía de gestión de riesgos, determinando el nivel de riesgo aceptado.
- Establecimiento de objetivos: es necesario conocer los objetivos de la compañía de cara a identificar los eventos potenciales que pueden afectar a su consecución.
- Identificación de eventos: deben identificarse los eventos potenciales que pueden tener impacto en DIA. En este sentido, se considerarán eventos aquellos acontecimientos que pueden afectar a la consecución de los objetivos, diferenciando los que suponen un riesgo de los que suponen una oportunidad.
- Evaluación de riesgos: se analizan los riesgos y se valora su probabilidad de ocurrencia y posible impacto en la consecución de los objetivos.
- Respuesta a los riesgos: se identifican y evalúan las posibles respuestas a los riesgos: evitar, aceptar, reduir o compartir.
- Actividades de control: en función de las respuestas a los riesgos, se establecen las políticas y procedimientos para asegurar que éstas se llevan a cabo.
- Información y Comunicación: la información surgida del análisis debe ser comunicada a los responsables de su implantación.
- Supervisión: la gestión de riesgos se supervisa, de manera que se puedan adecuar, si cambian las circunstancias.

Concepto de riesgo

DIA define Riesgo como cualquier contingencia, interna o externa que, de materializarse, impediría o dificultaría la consecución de los objetivos fijados por la organización.

El Modelo de Gestión de Riesgos de DIA asegura la identificación de los distintos tipos de riesgo, financieros y no financieros (entre otros los operativos, tecnológicos, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales) a los que se enfrenta la Organización, incluyendo entre los financieros o económicos, los fiscales, los pasivos contingentes y otros riesgos fuera de balance.

Para llevar a cabo una gestión eficiente de riesgos, se consideran dos tipos o estadios de riesgo:

- **Riesgos Inherentes:** riesgos propios de la naturaleza del negocio y la empresa cuya valoración no tiene en cuenta los controles existentes en la organización para mitigarlos.

- **Riesgos Residuales:** riesgos propios de la naturaleza del negocio y la empresa que persisten tras la existencia de controles en la organización para mitigarlos..

Cada Riesgo es evaluado en términos de probabilidad e impacto. DIA considera que un riesgo surge como pérdida de oportunidades y/o fortalezas así como materialización de una amenaza y/o potenciación de una debilidad.

Principios clave

Los cinco principios clave de gestión de riesgos en DIA son los siguientes:

- Con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos marcados, los riesgos deben ser gestionados en toda la Compañía, sin excepciones. Es necesaria la implicación de toda la Organización en el sistema de gestión de riesgos.

- La gestión de los riesgos incluye su identificación, evaluación, respuesta, monitorización o seguimiento y el reporting de acuerdo a los procedimientos destinados al efecto.

- El modelo implantado debe asegurar la existencia de medidas adecuadas para mitigar el impacto de los riesgos identificados, en caso de que llegaran a materializarse. Las respuestas a los riesgos deben ser consistentes y estar ampliamente adecuadas a las condiciones del negocio y del entorno económico.

- El Comité Ejecutivo de DIA (COMEX) deberá, entre otras funciones, evaluar anualmente la valoración de los principales riesgos de DIA, incluidos los fiscales, y revisar el nivel de tolerancia al riesgo de DIA. Las funciones del Comité Ejecutivo de DIA (COMEX) son detalladas en el Manual de Gestión de Riesgos.

- De forma periódica, se realizará seguimiento y se reportará acerca de las actividades de identificación, evaluación, respuesta, monitorización o seguimiento y reporting con el Modelo de Gestión de Riesgos de DIA.

El Modelo de Gestión de Riesgos implantado en DIA asegura la existencia de sistemas de control interno adecuados para controlar y gestionar los citados riesgos, incluidos los pasivos contingentes o riesgos fuera de balance.

Responsabilidad

El Consejo de Administración, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Dirección de DIA son los encargados de velar por el buen funcionamiento del Modelo de Gestión de Riesgos.

El Consejo de Administración tiene la responsabilidad de aprobar y fijar la política de control y gestión de riesgos. La Dirección es la encargada de su implementación, así como de establecer la estrategia, cultura, personas, procesos, y tecnología que constituyen el Modelo de Gestión de Riesgos de la Compañía.

El Comité Ejecutivo (COMEX) debe, asimismo, fijar el nivel de riesgo que la Organización considera aceptable (apetito de riesgo), que será aprobado por el Consejo de Administración en última instancia.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento tiene la competencia de supervisar y revisar periódicamente la eficacia de los procedimientos de control interno de DIA, de auditoría interna y de los sistemas de gestión de riesgos, comprobando la adecuación e integridad de los mismos.

DIA ha constituido un Comité de Riesgos a nivel Corporativo, dentro de este Comité se ha designado a un Coordinador de Riesgos Corporativo, que tiene entre sus funciones la comunicación y coordinación de las reuniones, así como la recopilación y reporte de información. El coordinador actúa también como interlocutor con los países en materia de gestión de riesgos. Cada país debe constituir su propio Comité de Riesgos.

El Director de cada área será responsable de gestionar adecuadamente los riesgos de su área.

En el caso de que se materialice un riesgo en un área, será el Director del área el responsable de gestionarlo adecuadamente y poner en marcha los mecanismos necesarios para que el impacto sea el mínimo posible.

El Comité de Riesgos evaluará posteriormente si la respuesta dada tras la materialización del riesgo fue la correcta, y si se detecta la necesidad de implantar nuevos controles o mecanismos de respuesta.

Comité de riesgos

El Comité de Riesgos está compuesto por un Coordinador de Riesgos (en las reuniones trimestrales del Comité de Riesgos Corporativo, el Coordinador de Riesgos Corporativo actuará en representación del Coordinador de Riesgos de cada país, trasladando al Comité de riesgos Corporativo la información recibida de los países en materia de gestión de riesgos) y por un responsable de cada una de las líneas funcionales (Directores del área).

En su tarea de gestión de riesgos, el Comité de Riesgos realizará reuniones trimestrales y mantendrá, con independencia de las que puedan serle otorgadas de manera adicional por necesidades de DIA, las siguientes responsabilidades básicas:

- Análisis del entorno y de nuevos proyectos que pueden influir directa o indirectamente en los riesgos de DIA. Consideración de la inclusión de nuevos riesgos y/o la desaparición de alguno de los ya existentes.

- Recomendación de desarrollo de planes de acción específicos, planificación de su seguimiento y continuidad de los planes de acción ya existentes.

Además de las tareas a realizar en las revisiones trimestrales, anualmente el Comité de Riesgos debe llevar a cabo una evaluación y análisis detallado de los riesgos de DIA.

Las conclusiones e información extraída del análisis del Modelo de Gestión de Riesgos de DIA deben ser reportadas a la Dirección del Grupo y a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento periódicamente. De manera adicional, el Comité de Riesgos deberá informar a la Dirección siempre que se detecten en su análisis temas relevantes. Por último, la Dirección podrá solicitar el reporte de los resultados del Comité de Riesgos siempre que lo considere oportuno.

Supervisión de principios clave y Política de Gestión de Riesgos

En el ejercicio responsable e independiente de sus funciones, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y Auditoría Interna tienen la competencia de supervisión del sistema de control y gestión de riesgos.

La Dirección de Auditoría Interna dentro de su tarea de supervisión, realiza la evaluación del funcionamiento íntegro del sistema de control y gestión de riesgos, del rendimiento de los órganos de gobierno y de la efectividad de las actividades de control implantadas. Los resultados de esta supervisión se reportarán a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Apetito de riesgo y Tolerancia al Riesgo

El enfoque de DIA está basado en tres elementos básicos y su alineación correcta con el proceso de gestión del riesgo:

- **Objetivos de negocio:** Objetivos estratégicos y operativos de DIA.

- **Riesgos:** Cualquier situación o acontecimiento, que puede poner en peligro la consecución de un objetivo.

- **Controles:** Las acciones y respuestas puestas en marcha por la Dirección para los riesgos.

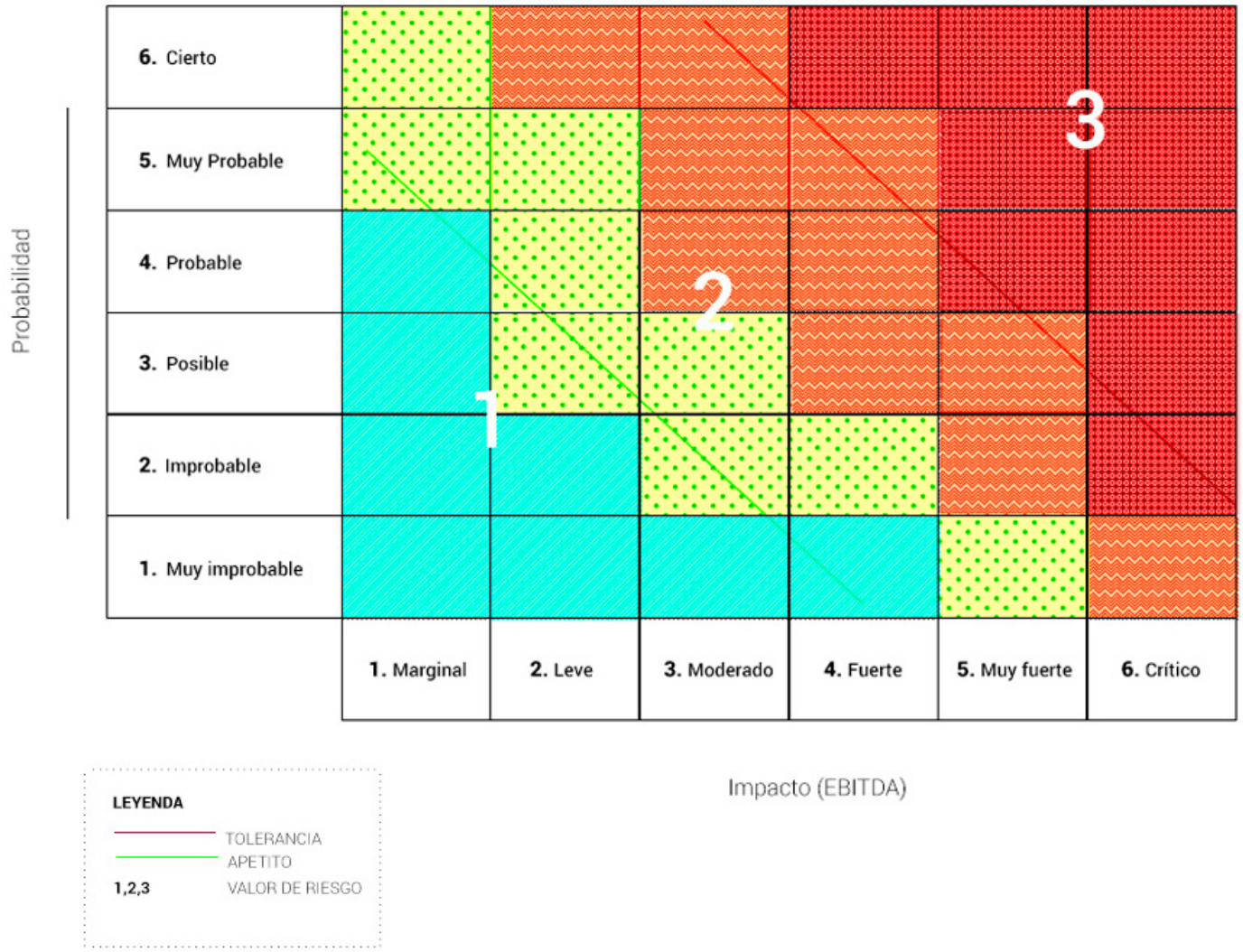
- La alineación apropiada entre los objetivos de negocio, los riesgos y los controles basados en el nivel de apetito de riesgo y tolerancia al riesgo de DIA.

El apetito de riesgo se define como el nivel deseado de riesgo que DIA está dispuesto a tomar para lograr los objetivos. Se considera en la estrategia que ha sido definida por el Comité Ejecutivo y aprobada por el Consejo de Administración.

La tolerancia al riesgo se define como el nivel aceptable de variación que DIA está dispuesto a aceptar en cuanto a la consecución de sus objetivos. Es el riesgo máximo específico que la Organización está dispuesta a asumir. Es responsabilidad de la Dirección el definir la tolerancia al riesgo.

El apetito al riesgo y el nivel de tolerancia al riesgo se revisa y se presenta al Consejo para su validación anualmente.

Una vez que el apetito de riesgo y la tolerancia al riesgo se definen, deben ser comparados con el valor de riesgo. Existen tres posibles situaciones:



Ejemplo

Situación 1

Valor de Riesgo < Apetito < Tolerancia	**Acciones**:
El riesgo se encuentra dentro de los niveles deseables y aceptables de la compañía.	Se mantendrá la situación actual valorando la posibilidad de tomar más riesgo.

Situación 2

Apetito < Valor de Riesgo < Tolerancia	**Acciones**:
El riesgo se encuentra fuera de los niveles deseables pero dentro de los niveles aceptables de la compañía.	Se tomarán medidas para mitigar el riesgo ajustándolo al apetito de la Organización o se aprobará mantener el nivel fuera del apetito establecido para conseguir el objetivo (validar el Mapa de Riesgos).

Situación 3

Apetito < Tolerancia < Valor de riesgo	**Acciones**:
El riesgo se encuentra fuera de los niveles deseables y aceptables de la compañía.	La Dirección debe analizar la situación y los planes de acción necesarios para reducir el riesgo al menos dentro de los niveles aceptables.

Con respecto al apetito de riesgo, el Consejo de Administración debe contar con la información suficiente suministrada desde todos los niveles de la Organización para poder realizar la toma de decisiones de forma correcta.

Adhesiones y colaboraciones

DIA se compromete a tener en cuenta los estándares más internacionales y nacionales más relevantes en la materia. Desde Marzo de 2012, DIA está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact) cuyo objetivo es conseguir el compromiso voluntario de las entidades adheridas con la Responsabilidad Social, mediante la implantación de los Diez Principios establecidos en el Pacto, basados en el respeto de los Derechos Humanos, laborales y medioambientales y la lucha contra la corrupción.

Política de Medio Ambiente

El Grupo DIA, consciente de su responsabilidad con el medio ambiente, considera fundamental establecer los principios generales que deben regir en la gestión y planificación de la actividad de la empresa, integrando criterios de eficiencia y sostenibilidad.

Es el objetivo de esta política es recoger los compromisos que el Grupo DIA asume en esta materia:

- Cumplir con la legislación vigente en materia de medio ambiente, de aplicación en cada uno de los países en los que el Grupo DIA esté presente.
- Promover el uso responsable de los recursos.
- Aplicar criterios de sostenibilidad y eco diseño al desarrollo de productos y embalajes.
- Gestionar los residuos generados siguiendo el modelo de jerarquización de residuos; priorizando la prevención, la reutilización, el reciclaje y la valorización.
- Adoptar medidas para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Trabajar activamente en la identificación de oportunidades de mejora a través del desarrollo y puesta en marcha de procedimientos que nos permitan el autodiagnóstico en materia medioambiental.
- Alentar al personal a través de la formación y la sensibilización, para que participe activamente en la aplicación de estos compromisos.

Con un compromiso claro de trabajar por la mejora continua, y prevenir los impactos que sobre el Medio ambiente pueda generar la actividad del Grupo.

Política de Relaciones Externas

El Consejo de Administración de DIA tiene atribuida la aprobación de la política de responsabilidad social corporativa que incluye entre otros principios crear y mantener una comunicación fluida y responsable con los grupos de interés de la compañía.

La comunicación con los accionistas queda recogida en la política de comunicación de relación con los inversores.

La comunicación con los empleados queda recogida en la política de RRHH de la compañía. La comunicación con los clientes y con los medios de comunicación en lo referente al uso de la publicidad queda recogida en la política de marketing y relación con los clientes.

La comunicación con los medios de comunicación en su vertiente de relación informativa, así como la comunicación institucional con las administraciones públicas y las relaciones con terceros no incluidos en al apartado anterior se recoge en el presente documento.

De conformidad a lo definido en la política de RSC la política de relaciones externas promueve la consecución de los objetivos de la compañía señalados en su plan estratégico y el mejor posicionamiento de la compañía en el mercado

Principios básicos

- Las relaciones informativas con los medios de comunicación, los organismos reguladores y el tejido asociativo cualquiera que fuera su objeto social, se basan en la transparencia, la accesibilidad, la libertad de expresión, la igualdad de trato y el respeto mutuo.

- herramientas para garantizar que la información se transmite de manera fluida a los medios de comunicación son: la página web corporativa de la compañía que permanecerá siempre debidamente actualizada, su sala de prensa, los comunicados de prensa, los encuentros individuales y en grupo con los medios interesados, y los canales de comunicación en la redes sociales siempre que sea posible.

- Las relaciones con los organismos reguladores se realizarán a través de reuniones bilaterales o a través de las asociaciones sectoriales representativas de la compañía. Cualquier encuentro con el organismo regulador tendrá presente el principio de legalidad , el respeto a la libre competencia, y la neutralidad política. Además, en dichas relaciones, todos los empleados de la compañía tendrán en cuenta los principios recogidos en el código ético de Grupo DIA así como lo señalado en su política anticorrupción.

- Las relaciones con el tejido asociativo, ya sea sectorial o representativo del ámbito civil se desarrollan en el marco de respeto a los intereses de las partes, la libertad de expresión, y la transparencia.

La compañía ha desarrollado un sistema de seguimiento a través de indicadores que revelan el grado de cumplimiento de esta política.

Política fiscal

La estrategia fiscal de DIA está orientada esencialmente a asegurar el cumplimiento responsable de la normativa tributaria atendiendo al interés social y apoyando las estrategias empresariales del Grupo.

DIA reconoce la función social del sistema tributario y desea asegurar que el interés social y el de sus grupos de interés (por ejemplo: accionistas, consumidores, franquiciados, empleados, proveedores, etc.), su responsabilidad social y corporativa, así como el valor que otorga a la confianza de la comunidad en la que opera, reciban la consideración debida en el desarrollo de la función tributaria.

Los fines, principios y buenas prácticas tributarias que conforman la estrategia fiscal de DIA deben guiar la toma de decisiones a cualquier nivel, procurando además, que estos informen, la actuación de las distintas sociedades que conforman el Grupo DIA de acuerdo con el Apartado 5.

Principios Rectores

El cumplimiento de las obligaciones tributarias de DIA se regirá por los siguientes principios:

- DIA observará las disposiciones legales, normativas y reglamentarias de carácter tributario que le sean de aplicación en todas las jurisdicciones en las que desarrolle su negocio y satisfará los tributos que le sean exigibles.

- La estrategia fiscal de DIA se basará en una interpretación razonable y responsable de las normas tributarias. En consecuencia, DIA procurará que la aplicación de la normativa tributaria esté debidamente fundada en Derecho especialmente cuando la norma fiscal no sea clara o esté sujeta a interpretación.

- DIA procurará que las decisiones que afecten a la normativa tributaria se tomen en el nivel adecuado.

- DIA procurará impulsar un clima de buena fe, transparencia, colaboración, y reciprocidad en sus relaciones con las autoridades tributarias, de acuerdo con la ley y sin perjuicio de la defensa de sus intereses legítimos y, en su caso, de la razonabilidad de las interpretaciones realizadas, procurando alcanzar acuerdos o consensos con dichas autoridades para la eventual resolución de conflictos.

- DIA desarrollará la Política de Gestión de Riesgos y establecerá un sistema de control y gestión de riesgos fiscales con el fin de prevenir y minimizar los riesgos fiscales significativos.

- DIA se compromete a seguir, en el marco de su actividad, buenas prácticas tributarias que conduzcan a la reducción de riesgos fiscales significativos y a la prevención de aquellas conductas susceptibles de generarlos. En particular, DIA llevará a cabo las buenas prácticas tributarias que se desarrollan a continuación.

Buenas Prácticas Tributarias

DIA orientará su actividad hacia el seguimiento de las siguientes buenas prácticas:

- DIA no hace uso de estructuras societarias opacas o radicadas en paraísos fiscales cuyo propósito sea ocultar información relevante a las administraciones tributarias.
- DIA evitará la utilización de estructuras de inversión de carácter artificioso con finalidades tributarias.
- DIA evitará prácticas abusivas dirigidas a la elusión de deudas tributarias o a la obtención de ventajas fiscales indebidas.
- DIA reconoce la utilidad de los instrumentos jurídicos de consulta tributaria y acuerdo previo tributario previstos en las leyes para determinar la fiscalidad aplicable, cuando ello sea razonable en función de los instrumentos disponibles, el asunto de que se trate y los plazos previsibles.
- DIA facilitará a la Administración tributaria la información que ésta requiera de acuerdo con los procedimientos legalmente establecidos y en el menor plazo que sea razonablemente posible.
- DIA procurará minimizar los costes derivados del cumplimiento de las obligaciones tributarias formales que la aplicación de la normativa tributaria genere.

Seguimiento y control

DIA integrará la vertiente fiscal en su sistema de control y gestión de riesgos a fin de poder evaluar y gestionar de forma eficiente los riesgos fiscales que se puedan plantear en el desarrollo de su actividad. A estos efectos, DIA procurará establecer criterios definidos de detección, evaluación y gestión de los riesgos fiscales, y favorecerá y promoverá una comunicación fluida entre el departamento fiscal y el resto de los departamentos de DIA, al objeto de asegurar la valoración de los aspectos fiscales relevantes en la toma de decisiones, en la supervisión de procesos y en la evaluación de su cumplimiento.

Para ello, destinará los medios materiales y humanos que permitan el correcto funcionamiento del sistema de control y gestión de riesgos fiscales creados.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de acuerdo con lo dispuesto en su Reglamento, supervisará la eficacia del sistema de control y gestión de riesgos fiscales e informará al Consejo de Administración sobre las cuestiones que sobre esta materia prevé la Ley.

Difusión y actualización

DIA promoverá que los principios y políticas aquí establecidas informen e inspiren la actuación de todas las sociedades de su Grupo, sin perjuicio de que su aplicación práctica en otras sociedades del Grupo deba ser adaptada a la jurisdicción en la que estén operando.

Esta estrategia fiscal tendrá vocación de permanencia, sin perjuicio de que su contenido pueda ser modificado o actualizado si así lo determina la normativa aplicable o el órgano competente de DIA.

Política de relación con las franquicias

La política de relación con las franquicias tiene como principios generales los valores de la compañía; eficacia, iniciativa, respeto, equipo y cliente. La relación de DIA con sus franquiciados toma como referencia el código ético de DIA que está disponible en su página web corporativa www.diacorporate.com .

Los principios rectores para el desarrollo y relación con la franquicia son los siguientes:

- La actividad franquiciadora de grupo DIA se desarrolla siempre, desde el respeto a la legislación de cada país, la veracidad de la información difundida, y el cumplimiento de los acuerdos suscritos con los franquiciados, la independencia jurídica y patrimonial de los mismos, así como la capacidad de organización y dirección efectiva de su personal. Esta relación comercial se regula mediante un contrato de franquicia que recoge en su clausulado los derechos y obligaciones de ambas partes, incluyéndose en dicho acuerdo todos los términos y condiciones por los que se regirá la referida relación durante su vigencia, siempre dentro del marco normativo aplicable".

- La compañía ofrece un modelo de negocio eficaz previamente experimentado en las en las tiendas propias, así como las innovaciones realizadas por DIA en sus diferentes formatos.

- La relación con la franquicia tiene como objetivos:

  - **La mejora constante**

  - **El trabajo en equipo**

  - **El reconocimiento del cliente**

    Dicho servicio se efectúa través de un sistema que utiliza varios canales y herramientas y que se rige por la responsabilidad, la fluidez, la bidireccionalidad. Las principales herramientas de comunicación son: las encuestas de satisfacción del franquiciado, la página web del franquiciado, las newsletter, los focus group y relación personal entre la organización de DIA y sus franquiciados, sin que las enumeradas supongan limitación alguna al desarrollo de nuevos canales de comunicación.

- La formación, el apoyo, la asistencia y el asesoramiento continuos al franquiciado están siempre enfocados al mejor desarrollo de su negocio.
- La resolución de discrepancias está basada en la buena voluntad, la comunicación y la negociación de ambas partes favoreciendo el diálogo y las soluciones de conciliación.
- DIA reconoce la aportación de los franquiciados al éxito de la compañía y a la dinamización local de la economía y el empleo.

La compañía realiza otro tipo de negocios como la exportación de producto o la cesión de marca que aunque no constituyen un negocio de franquicia se rigen por los mismos principios básicos manifestados en esta política.

Política para la prevención de delitos y anticorrupción

La Política de prevención de delitos y anticorrupción tiene por objeto definir y establecer los principios de actuación y pautas de comportamiento que deben regir las actuaciones de los administradores/as y empleados/as del Grupo DIA en el ejercicio de sus funciones con respecto a la prevención, detección, investigación y remediación de cualquier práctica corrupta en el seno de la organización.

Esta política es de aplicación a todos los empleados/as y administradores/as del Grupo DIA, está publicada en la página web corporativa www.diacorporate.com y será aplicable hasta que el Consejo de Administración de DIA apruebe su actualización, revisión o derogación.

Principios de actuación

Los principios de actuación de la Política de prevención delitos y anticorrupción son los siguientes:

- Cumplir con la legislación vigente y con la normativa interna, actuando de conformidad con los valores y el Código Ético del Grupo DIA.
- Promover una cultura de lucha contra la corrupción y prevención de delitos, aplicando, en su máxima expresión, el principio de “tolerancia cero” frente a la corrupción recogido en el Código Ético del Grupo DIA.
- Facilitar los recursos humanos y materiales necesarios para que, de manera eficaz, se pueda llevar a cabo la labor de promoción de la presente política, así como implementar los medios de prevención y detección de actos ilícitos.
- Implementar los modelos de control y prevención de delitos y programas anti fraude en todas las sociedades que forman parte del perímetro del Grupo DIA.

- Analizar e investigar, con la mayor celeridad posible, cualquier denuncia sobre una conducta contraria al Código Ético o a la normativa externa e interna, aplicando los principios de confidencialidad, no represalia y protección de datos de carácter personal a todas la personas afectadas por el proceso de investigación, con especial atención respecto a la persona denunciante y denunciada.

- Colaborar y cooperar con las Fuerzas de Seguridad del Estado y con cualesquier organismo judicial o administrativo, en relación con la investigación de presuntos hechos delictivos por parte de los administradores/as y empleados/as del Grupo DIA.

- Incentivar el uso del canal ético de consulta e información que el Grupo DIA ha puesto a disposición de empleados y terceros, con la finalidad de que se pueda informar sobre posibles hechos delictivos o contrarios al Código Ético.

- Dar la adecuada formación continua sobre ética y cumplimiento, presencial o mediante el método e-learning, a todos los administradores/as y empleados/as del Grupo DIA, prestando especial atención a la lucha contra el fraude y la corrupción.

- Imponer las medidas disciplinarias correspondientes a las personas responsables de conductas corruptas o contrarias al Código Ético, y a quienes con su comportamiento, encubran u obstaculicen la investigación o el esclarecimiento de los hechos presuntamente delictivos, todo ello conforme al régimen sancionador aplicable en cada jurisdicción a cada sociedad del Grupo DIA.

Desarrollo de la Política

La adecuada implementación de la Política de prevención de delitos y anticorrupción tiene como objetivo mitigar el riesgo de prácticas no éticas y corruptas en el seno de Grupo DIA.

Para conseguir este objetivo el Grupo DIA tendrá que llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- Aprobar un Código Ético y crear de un canal de consulta e información ética que sea una vía de comunicación e información sobre comportamientos contrarios al propio Código o sobre conductas corruptas.

- Diseñar e implementar un modelo de prevención de delitos (MPD) en todas las sociedades del Grupo DIA radicadas en España

- Diseñar e implementar un programa antifraude.

- Diseñar e implementar un programa de cumplimiento normativo.

- Implantar un sistema de gestión de riesgos, con especial monitorización de los riesgos sobre cumplimiento normativo, actos corruptos y contrarios al Código Ético y sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas.

- Realizar “ due diligence de compliance” en operaciones estratégicas y corporativas

Código ético y canal de consulta e información

El Grupo DIA dispone de un instrumento para poner en práctica una política de cumplimiento de arriba hacia abajo, guiando a los empleados/as mediante el ejemplo con determinadas líneas de conducta o comportamiento, el Código Ético del Grupo DIA.

El Código establece y desarrolla cinco principios de comportamiento, siendo el primero de ellos el que destaca "el cumplimiento de las normas, tanto las externas, como las leyes y regulaciones, como las internas, que se plasman en políticas, procedimientos y controles", y el segundo "la lucha contra la corrupción".

El Código, como el resto de Normas Grupo DIA, es de obligado cumplimiento para todos los empleados/as.

Partiendo de la premisa de que lo relevante no es la existencia en sí de un Código sino su conocimiento y observancia, existen en el Grupo DIA un Comité Ético a nivel corporativo y un Comité Ético (en adelante "Comité") en cada país o jurisdicción

Los Comités corporativo y país tienen entre sus principales cometidos, el facilitar la difusión e implantación del Código, velando por su observancia, comprensión y respeto, así como implantar, evaluar y revisar los modelos o programas de prevención de delitos y de lucha contra la corrupción.

El Grupo DIA dispone de un Canal Ético de Consulta e Información (vía correo electrónico y vía dirección postal) a nivel corporativo y a nivel de cada jurisdicción en la que opera el Grupo, con la finalidad de aclarar dudas de interpretación y analizar e investigar y resolver posibles incumplimientos del Código o actos corruptos.

Los incumplimientos del Código serán analizados y gestionados por el Comité Ético corporativo y/o país de conformidad con su protocolo de funcionamiento y resueltos de acuerdo con la normativa interna y externa que resulte de aplicación.

Modelo de Prevención de Delitos (MPD)

Las Sociedades del Grupo DIA con sede en España han implementado un MPD en el que se encuentran identificados y evaluados los riesgos de comisión de delitos asociados a cada área y actividad de la estructura organizativa de los que pueda derivarse una responsabilidad penal para la persona jurídica, así como las correspondientes normas, procedimientos y controles para la identificación y prevención de la comisión de dichos delitos.

La finalidad del MPD es establecer los procedimientos y políticas internas de control más adecuadas para prevenir la comisión de actos contrarios a la legalidad y, en su caso, poder eximir de responsabilidad a las Sociedades del Grupo DIA conforme a lo previsto en la vigente Ley Orgánica 1/2015 de 30 de marzo, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, 23 de marzo del Código Penal.

Programa Antifraude y de lucha contra la corrupción

Las sociedades del Grupo DIA dispondrán de un programa antifraude y de lucha contra la corrupción por el que se identifiquen y evalúen los riesgos de corrupción y fraude en atención a su actividad, así como al entorno de control para la prevención y detección de la comisión de prácticas corruptas y fraudulentas. Como consecuencia de este programa, el Grupo DIA dispondrá de una matriz de riesgos de fraude analizados en términos de frecuencia e impacto que deberá incorporar los controles existentes para evitar dichas conductas.

Procesos de cumplimiento de las distintas regulaciones que afectan al Grupo DIA

El Grupo DIA tiene la responsabilidad de identificar, medir y minimizar los riesgos legales observando de manera continua el marco normativo de aplicación e informando sobre el cumplimiento de las obligaciones legales a los responsables internos de las operaciones.

Para realizar adecuadamente las funciones de identificación del marco normativo y de supervisión de su cumplimiento, el Grupo DIA ha instaurado un procedimiento de identificación y monitorización normativa.

Cada sociedad del Grupo DIA dispone de un “mapa de regulación”, en el que se identifica y detalla toda la normativa de aplicación a DIA, con especial atención a la legislación clave en los principales procesos de la cadena de suministro.

Para llevar a cabo esta función, el Grupo DIA ha establecido un procedimiento de seguimiento y actualización de la normativa, en virtud del cual están definidos los recursos, responsabilidades y herramientas internas y externas necesarias para desempeñar esta función y lograr el doble objetivo de disponer de un mapa regulatorio actualizado y de una organización informada sobre sus obligaciones legales.

Due Diligence de compliance

En las operaciones estratégicas y corporativas en las que intervenga cualquier sociedad del Grupo DIA será preceptivo, con carácter previo a la formalización de la operación, revisar el estado de situación en materia de compliance en que se encuentre la sociedad objeto de adquisición o fusión, o el socio, persona jurídica o física con la que se pretenda formalizar un acuerdo de joint venture, comercial o estratégico.

Control y revisión

El Comité Ético tiene entre sus principales cometidos, el facilitar la difusión e implantación del Código, velando por su observancia, comprensión y respeto, así como implantar, evaluar y revisar los modelos de prevención de delitos y de lucha contra la corrupción.

El Comité Ético debe guardar un registro de todas las comunicaciones recibidas en el canal ético, incluyendo los datos de las correspondientes investigaciones y los resultados de estas investigaciones.

Con carácter anual, se presentará un informe a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento del Consejo de Administración, en el que se facilitará información estadística consolidada y detallada a nivel Grupo conforme a la información recibida de cada una de las jurisdicciones.

El Comité Ético controlará la implantación y desarrollo del MPD en las sociedades del grupo DIA en España, siendo la Dirección Jurídica y de Compliance quién coordine y supervise la implantación y desarrollo de Programas antifraude y de lucha contra la corrupción en las demás sociedades del Grupo DIA que operen fuera de España.

Es responsabilidad de la Dirección Jurídica y de Compliance la revisión de esta política con carácter anual, y propondrá al Consejo de Administración su modificación o actualización con el objetivo de optimizar los procesos de lucha contra la corrupción y de prevención de conductas no éticas.