

DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN S.A. (DIA)

1. Datos generales

Distribuidora Internacional de Alimentación (DIA) se constituyó en España en 1966. Su actividad principal es el comercio al por menor de productos de alimentación a través de autoservicios, propios o en régimen de franquicia, que utilizan el rótulo de establecimientos DIA.

Productos/servicios

DIA ofrece a sus clientes los siguientes productos/ servicios:

- La comercialización al por mayor o por menor en el mercado interno y externo de productos del ramo de alimentación y otros productos destinados al consumo.
- La prestación de servicios de colaboración empresarial de todo tipo para la comercialización de productos y servicios de telecomunicaciones, y muy especialmente de telefonía
- La realización de actividades relacionadas con comercialización y/o la venta a través de Internet, así como la prestación de toda clase de servicios a través de Internet o cualesquiera otros medios telemáticos.
- La realización de actividades propias de agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, incluyendo la organización y venta de los denominados viajes combinados.
- La actividad de distribución al por menor de productos petrolíferos así como la explotación de estaciones de servicio y el comercio al por menor de carburantes y combustibles de venta al público.
- La adquisición, tenencia, disfrute, gestión, administración, y enajenación de valores representativos del capital de entidades residentes y no residentes en territorio español.
- La dirección, coordinación, asesoramiento y apoyo a sociedades participadas o aquellas sociedades con las que colabore en virtud de relaciones contractuales como contratos de franquicias y similares.
- La realización de actividades de depósito y almacenaje de toda clase de mercancías y productos, tanto para la Sociedad como para otras empresas.

Alcance geográfico

DIA opera o tiene presencia en los siguientes países:

- España
- Portugal
- Francia
- Brasil
- Argentina
- China

En 2013 el Grupo DIA tomó la decisión de vender su negocio en Turquía, donde operaba desde 1999.

La compañía continuó ampliando su negocio con una apertura neta de 378 nuevas tiendas y alcanzó los 7.328 establecimientos en todo el mundo. La expansión de DIA se basa principalmente en el modelo de franquicia, que en diciembre de 2013 suponía el 40,8% de la red. Esta política de crecimiento se completó durante el ejercicio con la integración de los establecimientos de Schleckner en España y Portugal, para en noviembre, rebautizar la cadena con el nombre Clarel.

Las otras cifras globales del grupo son un total de 46.500 empleados y más de 45 millones de clientes así como 44 almacenes en todo el mundo.

En España, DIA contaba a 31 de diciembre 2013 con 4.151 tiendas y 22.522 empleados de media.

En Portugal, DIA contaba con 641 tiendas y 3.805 empleados de media.

DIA contaba a 31 de diciembre de 2013 con 667 tiendas y 6.868 empleados en Brasil.

En Argentina, la multinacional cuenta a finales el año pasado con 643 tiendas y casi 3.875 trabajadores.

La presencia de DIA en el mercado de China se concreta en 361 tiendas y 2.261 empleados.

DIA contaba en 2013 con 865 tiendas en Francia y 7.181 empleados.

Del total de 7.328 tiendas DIA, 2.991 son franquiciadas que generan 20.188 puestos de trabajo.

Índices de inversión socialmente responsable

No existe constancia de que en el ejercicio 2013 DIA haya cotizado en ningún índice bursátil de inversión socialmente responsable

Normativa Internacional

DIA no informa sobre su compromiso con el cumplimiento de normativa y estándares internacionales.

Estándares voluntarios

En el Informe de Desarrollo Sostenible DIA informa que se ha adherido voluntariamente al Pacto Mundial de Naciones Unidas que refleja en su política de RSC, aprobada por el Consejo de Administración en mayo de 2013, adoptando 8 principios:

- Promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, dando prioridad a la transparencia la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.
- Crear y mantener una comunicación fluida y bidireccional con los grupos de interés (consumidores, empleados, franquiciados, proveedores, sociedad civil y accionistas) para conocer mejor sus expectativas y adaptar el funcionamiento del negocio de manera eficiente a la satisfacción de las mismas.
- Trabajar en la mejora continua de todos los procesos para favorecer el acceso a una alimentación de calidad a los mejores precios para el consumidor, vinculando además la

acción social de la empresa con el acceso a la alimentación de los grupos más desfavorecidos o vulnerables, con especial atención a la infancia.

- Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.
- Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.
- Apoyar la formación y el desarrollo de los las personas que forman parte de la empresa.
- Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, con eficiencia, innovación y eficacia minimizando los impactos negativos derivados de nuestra actividad.

Documentos incluidos en el análisis

Para el análisis de la calidad de la información relacionada con RSC de la empresa, se ha tenido en cuenta la información contenida en la siguiente documentación:

DOCUMENTACIÓN	OBSERVACIONES
Apartado Sostenibilidad y RSC de la web corporativa de DIA	http://www.diacorporate.com/es/sostenibilidad-y-rsc/
Reglamento Junta General Accionistas	http://www.diacorporate.com/es/accionistas-e-inversores/junta-de-accionistas/
Cuentas anuales e Informe de gestión consolidados	http://www.diacorporate.com/recursos/doc/corporativo/20140220/2013/cuentas-anuales-e-informe-de-gestion-consolidados-2013.pdf
Código Ético	http://www.diacorporate.com/es/codigo-etico.html
Memoria anual 2013 online. Incluye: Informe Desarrollo Sostenible completo Informe de Actividades Informe financiero Informe de Gobierno Corporativo	http://memoriaanual2013.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/informacion-general-y-financiera#
Informe Anual Retribuciones Consejeros IBEX	http://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Informes/RemuneracionesIBEX2013.pdf

2. Tabla de resultados

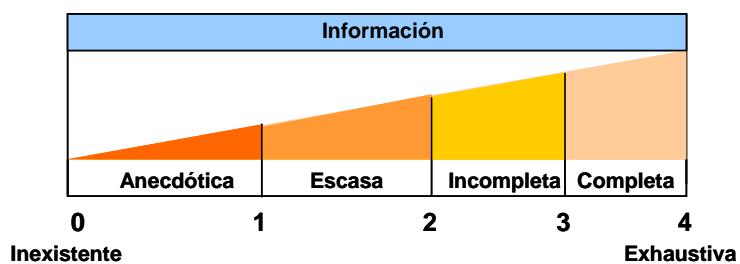
Tabla 1 - Valoraciones por dimensión

DIMENSIÓN	PUNTUACIÓN 2013
MEDIO AMBIENTE	0,79
DERECHOS HUMANOS	0,16
COMUNIDAD	0,87
CORRUPCIÓN	0,40
CONSUMO	0,86
SISTEMAS DE GESTIÓN	0,71
TOTAL EMPRESA	0,63

Tabla 2 - Valoraciones por eje de análisis

TOTAL CONTENIDO	0,61
TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	0,71

Tabla 3 - Grados de calidad en la información



3. Contexto general

DIA es una multinacional que opera en 6 países de tres continentes distintos. Algunos de los países en los que opera la compañía presentan riesgos en aspectos relacionados con la gestión de RSC como derechos humanos, medio ambiente, derechos de los trabajadores o corrupción.

Según el índice de vulnerabilidad al cambio climático de Germanwatch 2012, existe un riesgo climático alto en China, Argentina y España, países en los que tiene implantación DIA y que presentan importantes índices de emisión de CO₂ a la atmósfera, haciéndose necesario que la compañía adopte el principio de "precaución", que exige la adopción de medidas de protección antes de que se produzca un mayor deterioro del medio ambiente.

Otro aspecto importante es el referido a la protección de los derechos laborales de los trabajadores. El índice Global de los Derechos Laborales 2014 de ITUC-CSI evalúa dónde están mejor protegidos, en la ley y en la práctica, los derechos de los trabajadores. En China se presenta un riesgo extremo seguido por un riesgo alto de vulneración en Argentina.

La discriminación por género también ha sido analizada a través del Índice de Brecha de Género Global 2012 del Foro Económico Mundial, en donde China, Brasil y Francia existe un nivel alto en cuanto a la brecha de género se refiere, países en los que DIA dispone de importantes plantillas de empleados.

Con respecto a la corrupción, parámetro analizado por Transparencia Internacional en su Índice de Percepción de la Corrupción 2013, la multinacional opera en países en los que este problema está muy presente como es el caso de China y Argentina, con un riesgo alto.

El riesgo en derechos humanos es otro de los parámetros que DIA debería tener muy en cuenta, dado que opera en países como China, que presenta riesgo extremo y Brasil, calificado con riesgo alto. Ambos países se encuentran en la lista negra de países en los que existe riesgo de vulneración de los derechos humanos. Esta es una de las dimensiones que presenta información más escasa dentro del perímetro internacional de DIA, sin mención a compromisos específicos ni políticas aprobadas en este ámbito.

4. Análisis

4.1. Fiscalidad

DIA cerró el 2013 con un beneficio neto ajustado de 227,7 millones de euros, un 13,5% superior al obtenido el año anterior, y con unas ventas brutas bajo enseña de 11.476 millones de euros, cifra que representa un incremento del 7,2% en relación con el 2012 y el impuesto en 2013 ascendió a 95.495 millones de euros frente a los 101,839 millones de 2012, según la contabilidad expresada.

DIA vendió su negocio en Turquía en julio de 2013, "en esta fecha se ha reconocido en la cuenta de resultados consolidados el resultado de la operación y la cuenta de resultados global del ejercicio 2012 ha sido re expresada por el impacto de este negocio en las cuentas de resultados consolidadas de dicho ejercicio como resultado neto de actividades interrumpidas".

Esta modificación de cálculo en las cuentas anuales dificulta la comparabilidad con otros periodos así como el análisis de su evolución.

A pesar de que, como ya se ha señalado, DIA tiene presencia en varios países, no se aporta información sobre los impuestos devengados en los países en los que opera, circunscribiéndose esta información a España. Dada la importancia creciente que tienen muchos de estos mercados en la cifra de negocio de DIA y por ende en su cuenta de resultados, sería deseable

un mayor ejercicio de transparencia de la multinacional en este asunto al igual que en las subvenciones recibidas. Cabe destacar que la empresa no aporta información sobre su estrategia fiscal, más allá del detalle del gasto por impuesto sobre las ganancias.

Dentro de la operativa internacional de la empresa es destacable la existencia de filiales de DIA que tienen su sede en paraísos fiscales¹ de acuerdo con la metodología utilizada por el Observatorio de RSC. La compañía cuenta con una sociedad, DIA WorldTrade, con domicilio en Suiza y cuya actividad es "prestación de servicios de proveedores de las sociedades del Grupo DIA". Aunque aporta la cifra de activos materiales e intangibles que asciende a 225.000 euros, en 2013 para esta filial, no se detalla más información sobre la misma.

Nombre de la Sociedad	Domicilio	Actividad
DIA WorldTrade	Ginebra (Suiza)	Prestación de servicios de proveedores de las sociedades del Grupo DIA

El operar en paraísos fiscales no es ilegal, sin embargo la falta de información sobre la estrategia fiscal, sobre la actividad exacta de la compañía o el pago desglosado de impuestos, podría inducir a pensar que su actividad responde a una estrategia de ingeniería fiscal. Por tanto sería conveniente que en futuras ediciones informe de su operativa a través de esta sociedad así como un desglose suficiente de impuestos, beneficios, volumen de facturación y operaciones intra grupo por país.

4.2. Medioambiente

DIA asegura en su Informe de Desarrollo Sostenible que "con el fin de preservar el entorno natural, la compañía trabaja e innova para reducir el consumo energético, disminuir la huella ambiental de sus actividades logísticas y gestionar adecuadamente sus emisiones, consumos y residuos". El transporte sostenible y eficiente, la optimización de los recursos y el impacto de su actividad en el medio ambiente son los pilares básicos sobre los que la compañía asegura establecer las líneas de trabajo en este ámbito. DIA no cuenta con una política formal de medioambiente aunque informa en el Informe de Gestión que está trabajando en su elaboración sin indicar el horizonte temporal. Cuenta con un Código Ético en el que menciona el compromiso con el cuidado ambiental y con el estricto cumplimiento de la normativa aplicable en los distintos ámbitos donde actúan.

En 2013, DIA emprendió la normalización del sistema de gestión medioambiental, iniciando el diagnóstico global de sus instalaciones. Afirma que el diagnóstico se ha producido sobre 9 de sus 44 almacenes sin determinar su ubicación. También informa que ha avanzado en el diseño de embalajes, en la gestión eficaz de los residuos y en la eficiencia del transporte.

El grupo mostró su voluntad de profundizar en el cuidado del medio natural, fijando objetivos para el año siguiente además de mantener su adhesión a la Plataforma de Empresas por la Eficiencia Energética.

Entre sus principales resultados, destaca sus tiendas ecosostenibles, que funcionan con energía proveniente de fuentes renovables y cada establecimiento dispone en su entrada de la certificación correspondiente realizada por la Comisión Nacional de la Energía (CNE), con el objetivo de hacer partícipes a los clientes de las políticas medioambientales de la compañía. No obstante, no informa del número total de tiendas ecosostenibles.

La compañía finalizó el año pasado la instalación de sistemas de iluminación LED en todas las tiendas de España y Portugal. Con un coste total de 10 millones de euros, DIA ha instalado unos 320.000 tubos LED en más de 1.500 tiendas del mercado español y 300 establecimientos

¹ Según la metodología del Observatorio de RSC

en Portugal. Hay que señalar que DIA no informa de su intención de ampliarlo a las tiendas del resto de los países o hacerlo extensivo a las tiendas que operan bajo el régimen de franquicia. Si esto no fuera así mermaría mucho la efectividad del plan dado que este tipo de establecimientos suponen una parte importante del negocio de DIA.

Además, durante 2013 DIA ha acometido la instalación de 9.495 metros de puertas frigoríficas en 1.154 establecimientos, con un coste aproximado de 5 millones de euros. Con esta iniciativa se consiguen ahorros de más de 21 millones de KWh de energía eléctrica, que es equivalente a 9.812,29 toneladas de CO2. El proyecto, finalizado con éxito en España, ha comenzado a exportarse ya a otros países, como Francia y Portugal.

A la hora de concretar el ahorro energético logrado por DIA, la compañía aporta datos en los que no incluye información de Turquía (venta del negocio en julio de 2013,), por lo que el ahorro reportado no queda claro si responde a iniciativas de reducción del consumo de energía y aumento de la eficiencia energética o al efecto de no contabilizar el negocio de Turquía.

EN5 Ahorro energía fuentes fijas y móviles
(conservación y eficiencia).

Cantidad total de energía ahorrada en fuentes estacionarias por las iniciativas de reducción del consumo de energía y aumento de la eficiencia energética (GJ).

	2011	2012	2013
Argentina	0	0	0
Brasil	0	0	0
China	0	0	0
España	0	0	0
Francia	0	0	0
Portugal	0	0	0
Turquía	0	0	0

Cantidad total de energía ahorrada en consumo eléctrico por las iniciativas de reducción del consumo de energía y aumento de la eficiencia energética por consumo eléctrico (GJ).

	2011	2012	2013
Argentina	7.166,128	11.831	41.582
Brasil	0	0	0
China	626,4	6.300	6.404,4
España	0	93.441,33	191.115,16
Francia	0	0	0
Portugal	2.049,97	15.894,99	16.695,58
Turquía	5.983,20	15.436,49	0
Total DIA	15.825,694	142.903,810	255.797,142

Energía ahorrada/m²
(kwh/m²·da + almacen).

	2011	2012	2013
Argentina	0,035	0,049	0,139
Brasil	0	0	-
China	0,005	0,046	0,065
España	0	0	0,104
Francia	0	0	-
Portugal	0,007	0,054	0,054
Turquía	0,02	0,054	-
Total DIA	0,004	0,038	0,067

Con respecto a la gestión de emisiones, consumos y residuos, DIA continuó utilizando criterios de ecodiseño en los embalajes de sus productos y sus Planes Bienales de Prevención de Envases y Embalajes que se presentan a Ecoembes, que audita y valida las medidas adoptadas y las mejoras cuantitativas que estas suponen.

Por otra parte, potenció la reutilización y el reciclaje frente al depósito en vertedero que hizo posible que en 2013 el total de los residuos de plástico, cartón y papel gestionados desde su origen, fueran reciclados. Además, DIA ha puesto a disposición de sus clientes productos alternativos a la bolsa de plástico como la bolsa de rafia y depósitos para la recogida de pilas y reciclaje de móviles a disposición de sus clientes y empleados.

No obstante hay parámetros e indicadores en los que directamente no ofrece datos al indicar que se encuentran "en desarrollo" como: Materiales utilizados, Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados, Porcentaje de volumen total de agua reciclada y reutilizada, Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, Número total y volumen

de los derrames accidentales más significativos o Impactos ambientales significativos del transporte de productos

En líneas generales, de la información facilitada por DIA en cuanto al desempeño medioambiental hay que señalar que la misma presenta muchas deficiencias, ya que, como se ha señalado más arriba, no ofrece datos de todos los indicadores básicos. Además, no se ha encontrado en el Informe de Desarrollo Sostenible evidencia de la existencia de ningún plan plurianual de ahorro energético. Asimismo, tampoco queda claro si la información a la que se hace referencia en los cuadros adjuntos se refiere a todos los establecimientos de DIA o sólo a las tiendas propias, lo que significaría dejar a un lado a las tiendas franquiciadas.

DIA ha desarrollado una serie de iniciativas para ahorrar energía o disminuir su huella ambiental vía reducción del consumo de combustible y de la emisión de CO₂, Estos ahorros se producen sobre todo en el ámbito del transporte de mercancías. La empresa asegura que, gracias a las medidas adoptadas, está consiguiendo un importante ahorro en gases contaminantes por su apuesta por el uso de transportes alternativos como el ferrocarril y el barco.

La empresa dice que apuesta por una cadena de valor eficiente y sostenible. El código de conducta menciona que espera un comportamiento coherente con el mismo de las empresas con las que colabora, franquicias, proveedores, contratistas y que se reserva el derecho a colaborar sólo con aquellos que hagan explícito su compromiso. En el informe online dice que realiza auditorías iniciales de homologación de proveedores en las que se evalúan tanto la gestión general de actividades e instalaciones como las condiciones particulares de producción y el sistema de gestión de calidad. Más allá de esta información no hay evidencias que incorporen aspectos relacionados con la gestión medioambiental pues no aporta datos sobre su desempeño en este sentido.

En general, la empresa se centra en explicar cuáles son las medidas adoptadas para preservar el medio ambiente, pero no identifica con claridad cuáles son sus impactos medioambientales que se espera se solventen con la configuración del Sistema de Gestión Ambiental en 2014.

Sus objetivos medioambientales para 2014 son:

- Formalización, difusión e implantación a nivel grupo de la Política Ambiental de DIA
- Completar en 2014 el diagnóstico ambiental de los almacenes de España (no incluido Schlecker) y definir el procedimiento e iniciar el diagnóstico de tiendas.
- Plan plurianual de desarrollo, implantación y mejora continua de los procedimientos que configuren el Sistema de Gestión Ambiental del Grupo DIA

En cuanto a las multas medioambientales sólo declara haber tenido 3 incidentes por incumplimiento en China con resultado de sanción, sin ofrecer una mayor explicación. En este aspecto se considera importante que DIA aportarse una mayor información sobre motivos que causaron las multas y valor de las mismas, dado que China es un país con un alto riesgo en materia medioambiental.

4.3. Protección de los derechos humanos

En el apartado de protección de los derechos humanos, DIA se adhirió en marzo de 2012 al Pacto Mundial de Naciones Unidas y en su política de RSC 2013 afirma impulsar y asegurar el cumplimiento de los principios contenidos en esta iniciativa, entre los que se encuentran la protección de los derechos fundamentales y la no vulneración de los derechos humanos.

En el Código Ético se puede leer: "DIA espera de las empresas con las que colabora, franquicias, proveedores, contratistas un comportamiento coherente asimismo con los principios

anteriores y se reserva el derecho a colaborar sólo con aquellos que hagan explícito su compromiso".

Como se ha señalado previamente, DIA operaba en 2013 en países como China y Brasil donde el riesgo de vulneración es extremo y alto respectivamente. No obstante, la empresa no indica en ninguno de los documentos analizados cómo se asegura de que en sus filiales en estos países se respeten los derechos humanos, ya no solo en el ámbito de la empresa, sino en la cadena de proveedores o de distribución. Tampoco hay evidencias, por ejemplo, si DIA ejerce algún tipo de presión en materia de derechos humanos desde su posición de cliente que realiza importantes compras. Por lo tanto, no se explicitan las medidas que ha adoptado para lograr este compromiso en los países en los que opera con sus 4.816 proveedores de los cuales 83,5% son empresas locales.

En su Código ético también declara "Nadie en DIA es discriminado por razón de edad, género, orientación sexual o política, creencias religiosas, por discapacidad o por cualquier otra circunstancia. Todas las personas tenemos las mismas oportunidades y somos valoradas de acuerdo a los mismos criterios en los procesos de selección, promoción o formación, entre otros", pero en este caso tampoco se especifican procedimientos ni sistemas de gestión para el cumplimiento de estos derechos.

La información en este ámbito es muy escasa y poco relevante dado que DIA no cuenta con una política formal de DDHH. Tampoco hay evidencia de que gestione dichas cuestiones en la cadena de suministro más allá del compromiso incluido en el código ético. Para la mayoría de los indicadores en este ámbito indica que se encuentra "en desarrollo", algunos tan básicos como los relacionados con el trabajo infantil y forzoso y tampoco explica el horizonte temporal en el que espera poder reportar sobre ellos.

4.4. Protección de los derechos de los trabajadores

La plantilla de DIA asciende a 46.500 personas de las cuales el 70,8% se encuentran en Europa (España, Francia y Portugal), el 22,8% en Latinoamérica (Argentina y Brasil) y el 6,4% en Asia (China). Además informa que a través de sus 2.991 franquicias se da empleo directo a 20.188 personas. La información que aporta sobre desempeño en esta materia laboral no incluye las franquicias. Según el Informe de Sostenibilidad 2013 "DIA impulsa los derechos individuales y colectivos de los trabajadores con arreglo a la legislación específica de cada uno de los países en los que está presente, al tiempo que adopta directrices universales para todos los empleados." Se desconoce, si DIA hace extensible sus compromisos en esta materia a los trabajadores de sus franquicias. Por otro lado el Código Ético menciona expresamente que "el equipo de DIA se extiende a los integrantes de la compañía e incluye a las franquicias y empresas proveedoras"² por tanto todos los compromisos recogidos en el mismo se entienden extensibles a franquiciados y proveedores, sin embargo no es posible conocer el desempeño de la compañía con respecto a sus franquiciados al no incluirles en el perímetro de la información cuantitativa.

En lo que respecta al tipo de contrato de sus trabajadores, se informa que el 86,29% de los contratos son indefinidos y que el 13,71% son temporales sin añadir mayor información.

En el campo de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, DIA asegura en su Código Ético que apoya decididamente la igualdad entre géneros. En 2013, la compañía menciona que puso en práctica distintas acciones formativas de igualdad de género, el nombramiento de un agente de igualdad así como la adaptación de protocolos y de códigos de conducta y llevó a cabo campañas informativas y de sensibilización.

² Código Ético DIA página 6.

El Informe de Desarrollo Sostenible no informa sobre la distribución de hombres y mujeres entre las distintas categorías profesionales en la empresa. Sin embargo, en las cuentas anuales de la empresa sí hay un cuadro en el que se hace una distribución por sexos del personal y los consejeros. DIA aporta información de la composición de los órganos de gobierno por género y titulación, así como de la contratación de altos directivos por género y país. En el conjunto de los países en los que opera la empresa, las mujeres sólo representan el 8,7% del total de los miembros del Comité Ejecutivo (57 frente a 5) y en la mayoría de los Comités Ejecutivos nacionales no hay representación femenina.

La empresa no desarrolla en su Informe de Sostenibilidad la relación entre trabajadores y empresa, sino que sólo se limita a aportar una serie de cuadros de desempeño. Todos los países, excepto China, cuentan con convenios colectivos en donde todos los trabajadores están cubiertos por los convenios, excepto en el caso de Argentina que indica que sólo el 75% está cubierto por convenio colectivo. La empresa no aporta ninguna información sobre los motivos por los que el 25% de trabajadores en Argentina se encuentran excluidos de convenios colectivos y tampoco menciona qué medidas pone en práctica para asegurar que los trabajadores fuera de convenio cuenten con todas las garantías de respeto de los derechos laborales. Este punto es importante dado que el riesgo de violación en materia de derechos laborales es extremo en China.

Sólo en España y Francia cuentan con comités de empresa mientras que con respecto a Portugal aclara que solo hay comisiones de trabajadores.

Un aspecto que DIA no menciona en su memoria es la situación de los empleados de Turquía tras la venta de su participación. Recordemos que según datos aportados por la propia empresa en la Informe de Desarrollo Sostenible de 2012, en Turquía los trabajadores no estaban cubiertos por ningún convenio colectivo.

DIA informa que respeta e impulsa el ejercicio de los derechos individuales y colectivos con arreglo a la legislación específica de cada uno de los países en los que está presente. Sin embargo, por ejemplo, opera en China, país calificado como uno de los peores del mundo para trabajar pues si bien la legislación enumera ciertos derechos, los trabajadores carecen efectivamente de acceso a ellos y están por tanto expuestos a unos regímenes autocráticos y a unas prácticas laborales injustas³. Por tanto, sería necesario que la empresa explicara con claridad cuál es la situación de los trabajadores que realizan su labor sin convenio o que no tienen comité de empresa y qué medidas toma la propia compañía para asegurar que estos trabajadores no se ven perjudicados por estas circunstancias.

Tampoco ha sido posible encontrar en el Informe de Sostenibilidad un compromiso explícito con el carácter justo y razonable de la remuneración de sus empleados. Según las Cuentas Anuales, la retribución se establece por la Dirección del Grupo, "en función del mercado, la inflación, acuerdos con los sindicatos y convenios colectivos".

Si uno de los ocho principios de la política de RSC es "promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía" en las Cuentas Anuales, DIA afirma que "en cuanto a los datos de siniestralidad en el trabajo no hubo que lamentar ningún accidente con resultado fatal⁴", sin embargo los indicadores de GRI muestran que en 2013 hubo 2 trabajadores fallecidos por accidente laboral.

³[Índice Global de los Derechos de la CSI: Los peores lugares del mundo para los trabajadores](#)

⁴ Informe de gestión consolidado 2013, página 15.

Número de horas perdidas por accidente laboral - Total.			
Total DIA	0,74%	0,67%	0,71%

Número de horas perdidas por absentismo - Total.			
Total DIA	8,01	7,85%	6,17%

N° trabajadores fallecidos por accidente laboral.			
Total DIA	0	0	2

Tras la consulta con la empresa se nos indica que se produjeron "in itinere", en Francia y que dado que la empresa no participa en la gestión de los desplazamientos de sus empleados, dichos casos no se consideraron siniestralidad sobre la que la empresa pudiese trabajar mejorando los sistemas de prevención de riesgos laborales derivados de la propia actividad empresarial. Esta información no quedó suficientemente explicada en el informe de gestión de las Cuentas Anuales. En este sentido se pone de relieve la importancia de la coherencia entre informes que puede inducir a error a los grupos de interés.

En 2012, se informó de la existencia de un Servicio de Prevención de Riesgos del cual no se aportaba datos sobre su composición, atribuciones y de las medidas que implementaba para mejorar la salud laboral. En 2013, tampoco existe ninguna dato con respecto a dicho servicio.

Además cabe plantearse, por la eficacia e inversión en formaciones específicas sobre prevención de riesgos laborales, en tiendas y almacenes, "donde todos los empleados reciben formación en el uso de la maquinaria específica que van a utilizar en su puesto de trabajo". En este asunto la documentación aportada por DIA no es una rendición de cuentas al incumplir con los requisitos de transparencia, objetividad, precisión y fiabilidad de la información.

4.5. Impacto en la comunidad

El apartado que DIA dedica a la sociedad está sólo referido al impacto en la comunidad a través de la acción social del grupo y en dónde explica la estrategia de acción social orientada al acceso a la alimentación de colectivos vulnerables y exponiendo por países, excepto China, las diferentes iniciativas que han llevado a cabo.

En mayo de 2013 el Consejo de Administración aprobó la Política de Responsabilidad Social en la que se incluyen una serie de principios con el doble objetivo de contribuir al bienestar social y minimizar los impactos negativos de su actividad sobre el entorno.

Con respecto a su compromiso con la sociedad DIA afirma que es motor de riqueza y de creación de empleo en todos los países donde opera. Además favorece el autoempleo y el desarrollo empresarial de cada área donde está presente a través del crecimiento de las franquicias y surtiéndose de proveedores locales.

Aporta información sobre el valor económico generado, distribuido y retenido, pero este cuadro es insuficiente pues no realiza un desglose por país de las diferentes partidas, desconociéndose por tanto cómo la compañía a través de tiendas propias y franquicias, genera valor en los países en los que opera.

No hace referencia a la existencia de una política concreta de contratación de trabajadores locales, salvo la información contenida en un cuadro referida a la contratación de altos directos por género y por país:

En lo que respecta a negocios con proveedores locales, el 83,5% son empresas locales que surten directamente a alguna de las divisiones nacionales de DIA. Este porcentaje es más elevado en países como China (100%), Argentina (97,6%) y Brasil (96,4%). En Europa, por su

parte, las cifras son también significativas: en España y Francia, los proveedores locales representan el 83,3% y el 79,6% respectivamente; mientras que en Portugal el porcentaje de proveedores locales es más bajo (58,5%). Las compras globales realizadas a proveedores locales suponen el 77,8%.

DIA no aporta información sobre el impacto directo e indirecto generado por su salida de Turquía. Según datos aportados por la propia compañía en 2012 en Turquía contaba con 529 proveedores locales.

Un aspecto importante del modelo de negocio de DIA y que resulta fundamental para conocer su impacto en los países en los que hace negocio son las franquicias, que según la compañía representan el 40% del total de la red comercial con 2.991 tiendas en régimen de franquicia que dan empleo a 20.188 personas.

En el Código Ético dice que "DIA espera de las empresas con las que colabora, franquicias, proveedores, contratistas un comportamiento coherente" con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, pero no se mencionan mecanismos de control ni otros estándares internacionales que regulen la RSC son contemplados para especificar, por ejemplo, si las relaciones laborales en régimen de franquicia son idénticas a las de la plantilla de la compañía.

La compañía realizó la Encuesta de Satisfacción de Franquiciados DIA. Este barómetro, que elabora la consultora independiente Nielsen, comenzó a realizarse en 2012 y se repetirá al menos una vez al año. Según la segunda encuesta realizada en 2013, un 50% de los encuestados se encontraba satisfecho respecto a las expectativas iniciales puestas en el negocio, un 57% se lo recomendaría a otra persona y hasta un 37% se veía abriendo nuevas franquicias en un futuro próximo. Teniendo en cuenta que la mitad de los encuestados no están satisfechos se echa en falta información sobre los puntos que originan esta mala puntuación y si la compañía tiene objetivos de trabajar en medidas de mejora.

La compañía tampoco hace referencia a las quejas recibidas por estos franquiciados en 2013, algunas de las cuales ya fueron mencionadas en el informe del 2012. Estas denuncias revelan algunos de los problemas que podría estar teniendo DIA con sus franquiciados. Así, por ejemplo, en 2012, un grupo de franquiciados de DIA/Minipreço de Portugal anunciaron la presentación de una queja ante Bruselas contra la multinacional española, a la que acusan de realizar ventas por debajo de costo, presentarles documentación falsa, amenazas y falta de transparencia.⁵ Según otras informaciones, franquiciados de DIA en Francia y España han seguido los mismos pasos⁶.

Por otra parte, El Syndicat de l'épicerie française et de l'alimentation générale (SEFAG), asegura en sus Notas de Prensa que DIA facilita información engañosa a los franquiciados de la alimentación francesa, que logran alcanzar pocas veces los objetivos económicos fijados así como problemas en el suministro y logística, entre otros. Además, SEFAG afirma en este documento que cuando los franquiciados piden apoyo financiero a la compañía o una moratoria en el pago de su deuda, a menudo DIA les pone como condición el despido de trabajadores⁷.

En 2013, también se encuentra en proceso jurídico con un franquiciado español por delito de estafa, falsificación de documento privado, realización arbitraria de derecho y apropiación indebida⁸.

Todas estas informaciones denotan algunos de los problemas con sus franquiciados que deberían estar incluidos en el Informe de Desarrollo Sostenible 2013 y que son obviados por DIA.

⁵ <http://sicnoticias.sapo.pt/economia/2013/11/18/franchisados-do-diaminipreco-preparam-queixa-a-bruxelas-contra-a-multinacional-espanhola>

⁶ <http://www.asociacion-afectados-franquicias-supermercados.com/comunicaciones/>

⁷ <http://www.sefag.pro/index.php/actualites/commerce/215-franchises-dia-des-commercants-en-grande-difficulte>

⁸ <http://www.levante-emv.com/castello/2013/01/22/vecino-vila-real-denuncia-cadena-dia-estafa-franquicia/968470.html>

Con respecto al diálogo con los grupos de interés, identifica a 6 grupos: los accionistas, los empleados, los clientes, los proveedores, las ONG y la sociedad en general que posibilitan la viabilidad de la empresa y ante la cual tienen distintos intereses.

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

Por último, indica que con respecto a la comunidad su intención es "reforzar sus canales de comunicación en diferentes países con todos los implicados, mejorando aquellos aspectos que sus interlocutores han considerado más relevantes en ejercicios anteriores y planificando nuevas actuaciones sobre cuestiones críticas". Todo ello sin describir procesos, objetivos o medios para mantener una relación abierta y transparente con sus grupo de interés.

4.6. Corrupción

En 2012, el Consejo de Administración de DIA aprobó el primer Código Ético de la compañía, que es de obligado cumplimiento para todos los empleado y en el que, entre otras cuestiones, manifiesta rechazar expresamente la corrupción y el soborno. También menciona que evitan situaciones en las que podría entenderse que existe un conflicto de intereses entre la empresa y los trabajadores o donde una decisión pudiera beneficiar a un familiar.

En 2012 DIA implementó un Plan de Prevención de Delitos en España "con el objetivo de 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 atenuar o eximir de responsabilidad a la compañía". A tal efecto, se han analizado las actividades desarrolladas por las diferentes áreas de negocio de DIA y se ha evaluado el riesgo de cada actividad en relación con la posible comisión de delitos en términos de probabilidad e impacto, teniendo en cuenta los controles ya implantados por DIA para mitigar los riesgos. En el marco de este plan, se ha designado a un responsable de prevención, que informa al Comité Ético a nivel corporativo y se responsabiliza del mantenimiento y adecuado funcionamiento del modelo de prevención".

Sobre el desempeño en esta materia se indica que se ha realizado un análisis de riesgos de aspectos relacionados con la corrupción en España y en Brasil, sin embargo la información aportada sobre el análisis tiene que ver con las medidas que se han realizado más que con un análisis para identificar riesgos en esta materia. Así en España se han realizado acciones de concienciación de los empleados para no aceptar regalos de proveedores y otros tipos de conveniencia o comodidad de terceros o proveedores. Por su parte, en Brasil, se ha iniciado la implantación del Plan de Prevención de Delitos, en concreto durante el 2013 se ha iniciado la ejecución de un Plan Antifraude que culminará en el primer trimestre de 2014. Marca como objetivo, pero sin horizonte temporal, el exportarlo y adaptarlo al resto de países.

Por otro lado se menciona que en 2013, en cumplimiento de uno de los objetivos fijados para el ejercicio en materia de sostenibilidad, ha desarrollado y puesto en marcha un Plan Antifraude, que ya está funcionando en España. El plan ha comenzado a implementarse en Portugal y está previsto que se extienda al resto de los países donde opera. No ofrece mayores explicaciones del mismo⁹.

La información aportada al respecto es confusa pues la Memoria Anual 2013 no hace mención alguna al Plan Antifraude, mientras que se menciona el Plan de Prevención de Delitos, generando dudas sobre si ambos planes son el mismo y, en caso que sean distintos, que regula cada uno.

⁹ Resumen ejecutivo 2013, página 11.

Informa que cuenta con un Canal Ético de consulta e información, general y por países a disposición de los empleados de carácter confidencial. Tiene por objeto aclarar dudas de interpretación, analizar y resolver posibles incumplimientos del Código, de conformidad con la normativa. El canal es gestionado por un Comité Ético pero no informa de quién depende. En 2013 se ha puesto en marcha un plan de comunicación en todos los países para dar a conocer los principios del Código Ético y la existencia del Canal Ético.

Informa que no ha realizado ningún despido o sanción de trabajadores por aspectos relacionados con corrupción, o alguna cancelación de contratos con empresas por estos motivos.

Tampoco ha realizado aportación alguna a partidos políticos y asegura en su Código Ético que su postura es de total neutralidad.

Especifica para algunos países cual es su política de la empresa en relación a las políticas públicas y en relación a su actividad de lobby. Para esto último en el caso de España, asegura que defiende los intereses del sector a través de la patronal. A través de fuentes externas conocemos que la patronal es ASEDAS¹⁰, un lobby de supermercados para reforzar la interlocución con la administración. En Francia reconoce que "para proteger nuestros intereses y hacer presión sobre las autoridades públicas" es miembro de la FCD (Federación Francesa de Comercio y Venta al por Menor) y Perifem (Asociación Técnica Francesa para las Tiendas al por Menor). En Argentina, aunque manifiesta que no tiene una política específica de lobby, DIA participa en la Asociación de Supermercados Unidos.

4.7. Protección de los consumidores

DIA afirma que cuenta con 45 millones de clientes en todo el mundo. Asegura que tiene como uno de sus valores corporativos la permanente búsqueda de la satisfacción de los mismos. Aparte de esta declaración de intenciones, la compañía no hace una mención expresa a su compromiso de cumplir la normativa nacional e internacional sobre protección de los derechos de los consumidores en ninguno de los países en los que realiza operaciones.

Relacionado con la calidad y seguridad de los productos, DIA informa que en 2012 estandarizó la supervisión de los procedimientos de la cadena de suministro en lo que refiere a su dimensión higiénico-sanitaria, y que en 2013 homogeneizó y sistematizó el sistema de auditoría, que ahora se aplica de forma general en todos los países que conforman el Grupo DIA.

En los cuadros GRI, explica el sistema de calidad de los productos e indica que sigue una serie de procesos de homologación, validación y control de proveedores y productos de marca propia y control de fruta y verdura, certificados bajo el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008. Además enumera las medidas que realiza para mantener los requisitos en materia de calidad y seguridad del producto. También enumera los procedimientos de evaluación aunque sin entrar en detalle.

La información sobre desempeño en esta área es más completa aportando datos desglosados por país sobre auditorías, porcentaje de proveedores de artículos de marca propia con auditoría, entre otros.

Para DIA es un aspecto "particularmente relevante" cumplir las normas de seguridad y salud que se aplican a sus instalaciones y a sus productos y que velan por la seguridad y salud de sus empleados y sus clientes. Sin embargo destacan los 13 incidentes jurídicos en China¹¹ derivados del incumplimiento legal o los códigos voluntarios sobre salud y/o seguridad del cliente. También indica que se han producido 107.000 incidentes derivados del incumplimiento respecto

¹⁰<http://www.elconfidencial.com/economia/2013/01/28/dia-se-une-a-mercadona-para-crear-el-gran-lobby-de-los-supermercados-113728>

¹¹Memoria Anual 2013. Indicador GRI PR2A.

a la calidad comercial, salud y seguridad de códigos voluntarios. Una cifra muy elevada, sin tenemos en cuenta que es prácticamente similar al dato aportado en 2012 y en 2013 no incluye información sobre Turquía.

Además de aportar el dato cuantitativo sería deseable que DIA aportase una mayor información más amplia sobre las causas y motivos, y si ha tomado medidas, y cuales, para prevenir que no vuelva a ocurrir.

PR2B Incidentes calidad seguridad.

Número de incidentes derivados del incumplimiento respecto a la calidad comercial, salud y seguridad de códigos voluntarios.

	2011	2012	2013
Argentina	33.938	7.124	6.218
Brasil	2.277	2.440	5.316
China	949	931	1.177
España	87.123	77.436	72.244
Francia	3.228	7.862	12.858
Portugal	7.925	7.779	9.208
Turquía	1.658	4.294	0
Total DIA	137.098	107.866	107.021

Por otra parte, en la información analizada no aparece ninguna referencia concreta al compromiso de DIA sobre la veracidad de la publicidad que emite y no consta que haya presentado ningún proyecto publicitario a Autocontrol o cualquier otra entidad que certifique la calidad y veracidad de la publicidad. Informa de una sanción relacionada con este aspecto por el Instituto Gallego de Consumo por no indicación del precio por unidad de medida en anuncios de TV por importe de 132.546 €. Actualmente está recurrida en vía contencioso - administrativa.

Por lo que respecta a los canales de comunicación con sus clientes y la resolución de posibles quejas de los mismos, la información aportada por DIA es escasa. Existe un servicio de atención al cliente al que se puede acceder vía telefónica o a través de la página web. No se menciona el proceso de análisis y resolución de quejas de los clientes ni tampoco se detalla la naturaleza de las mismas. A pesar de que la tendencia es que han disminuido en 2013 con respecto a 2012, DIA no explica a que se debe que Brasil registre un número tan elevado (9.215 quejas de clientes).

DIA informa igualmente que ha puesto en marcha una serie de canales de comunicación con sus clientes, básicamente redes sociales y varias publicaciones con las que mantiene informados a los clientes de sus novedades.

La multinacional informa que en 2013 registró casi 2.390 incidentes relacionados con la calidad del etiquetado, en concreto sobre el incumplimiento de la regulación. DIA no da explicaciones sobre el porqué de estos datos ni si está adoptando medidas para solucionar el problema.

4.8. Gobierno corporativo

El Consejo de Administración de DIA está compuesto por diez consejeros, de los que seis son independientes, dos dominicales, uno ejecutivo y uno con la calificación de "otros consejeros externos": la Presidenta del Consejo no ejecutiva. Sus funciones y las del Consejero Delegado están delimitadas en el Reglamento del Consejo.

Entre las atribuciones del Consejo de Administración están la definición de la política de inversiones y financiación, los objetivos de gestión y presupuesto anuales, la definición de la estructura del grupo de sociedades, la política de gobierno corporativo, la política de responsabilidad social corporativa y el Plan estratégico o de negocio y la aprobación de la política de retribuciones de consejeros y directivos, política de gestión y control de riesgos así como política de dividendos, autocartera y sus límites.

El Consejo de la multinacional cuenta con dos mujeres, lo que representa el 20% del total. Se informa que el Consejo "velará por que los procedimientos de selección de consejeros no adolezcan de sesgos implícitos que dificulten la selección de consejeras y procurará que la sociedad busque deliberadamente, e incluya entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado", sin dar más información sobre si se adoptan medidas concretas para asegurar una representación más equitativa de mujeres en este órgano de gobierno.

Según queda reflejado en el Informe de Gobierno Corporativo de la compañía, el Consejo de Administración de DIA recibió en su conjunto una remuneración de 1.909.000 euros frente a los 1.757.000 euros del 2012. Para acceder al desglose de las remuneraciones a los miembros del Consejo hay que acudir al Informe Anual de Remuneraciones de Consejeros IBEX 2013: Sueldo 456.000; Remuneración Fija 605.000; Retribución variable a corto plazo 392.000; Remuneración por pertenencia a comisiones del Consejo 110.000; Otros conceptos 6.000; Importe de acciones otorgadas y beneficio bruto de acciones ejercidas 382.000. En cualquier caso, para conocer esta información de manera individualizada hay que consultar el Informe Anual de Remuneraciones de los, ya que la misma no aparece en ningún otro documento. Este informe se somete a votación consultiva por la Junta General de Accionista como punto separado del orden del día, aspecto que está recogido en el Reglamento del Consejo de Administración.

DIA establece el sistema de remuneración del Consejo de Administración en el artículo 39 de los Estatutos Sociales. En el mismo se explica que la retribución de los consejeros consistirá en una asignación mensual fija y en dietas de asistencia a las reuniones del Consejo de Administración y de sus comisiones. "El importe máximo de las retribuciones a satisfacer a los consejeros por tales conceptos será el que determine la Junta General de Accionistas. El Consejo de Administración, dentro del límite fijado por la Junta General de Accionistas, fija en cada ejercicio el importe a percibir por cada consejero. Este importe se gradúa en función de su pertenencia o no a órganos delegados del Consejo; los cargos que ocupe en el mismo o, en general, su dedicación a las tareas de administración o al servicio de la compañía". Estas retribuciones son compatibles e independientes de las demás percepciones profesionales o laborales que puedan corresponder a los consejeros por el desempeño de labores ejecutivas o de asesoramiento distintas de las de su condición de consejeros.

Por otra parte, "los consejeros ejecutivos pueden ser retribuidos con la entrega de acciones de DIA o de otra compañía del grupo al que pertenezca, de opciones sobre las mismas o de instrumentos referenciados a su cotización". Los restantes consejeros podrían ser retribuidos mediante la entrega de acciones, siempre que se obliguen a mantener las acciones hasta su cese como consejeros.

Por otra parte, señalar que la retribución de la alta dirección de la empresa ascendió a 3.633.000 euros. En ningún documento figura que la remuneración que perciben los directivos guarde relación con la consecución de objetivos no financieros tales como cumplimiento de objetivos medioambientales o sociales o el establecimiento de prácticas de buen gobierno.

De los cargos de la Administración y Dirección de DIA, dos tienen contratos blindados: consejero delegado y el director ejecutivo corporativo. En virtud de las cláusulas de estos contratos, ambos directivos tienen derecho a recibir una indemnización en caso de que la compañía decida extinguir su contrato y relación laboral y cualquier otra relación contractual, por cualquier razón que no sea despido disciplinario procedente. En ambos casos informa de las

condiciones de dichas cláusulas. Éstas son aprobadas por el Consejo de Administración y se informa a la Junta General de Accionistas de las mismas.

Por otra parte, DIA ha implantado un Canal Ético cuyas denuncias son analizadas por un Comité Ético a nivel corporativo, que es responsable de gestionar el Canal Ético, difundir su existencia y supervisar su adecuado funcionamiento. "Las comunicaciones y/o denuncias recibidas deben ser nominativas y son evaluadas y tratadas de modo confidencial. Según resalta la empresa, el Comité Ético no tolera represalias contra empleados que hayan hecho uso del Canal Ético para poner en conocimiento del Comité posibles irregularidades".

Las denuncias que no tengan que ver directamente con infracciones al Código Ético y/o puedan tener repercusión legal quedan automáticamente archivadas.

DIA no aporta información del número de denuncias que han llegado al Comité Ético, las que han sido tomadas en consideración ni la resolución adoptada por dicho Comité sobre las mismas. Tampoco deja claro cuál es la composición de este Comité ni la dependencia jerárquica del mismo.

No hay evidencia de la existencia de un canal de denuncias para clientes, proveedores o franquiciados.

5. Conclusiones

La valoración global de la empresa es de **0,63**, situándose en el nivel de *información anecdótica*. La valoración de los contenidos de los distintos aspectos de la RSC y sobre la calidad de la información suministrada, es de **0,61**, situándose en un área de *información anecdótica*. La valoración de la información suministrada sobre el sistema de gestión empleado, es de **0,71**, situándose también en el estadio de *información anecdótica*.

En el área de gobierno corporativo hay que destacar en primer lugar que en julio de 2011 la compañía comenzó a cotizar en Bolsa después de que la Junta de Accionistas de Carrefour aprobara la escisión definitiva de DIA. La composición del capital de DIA a 31 de diciembre de 2013 era de 3,98% de las acciones en manos de Blue Partners, un 5% propiedad de Baillie Gifford & Co., Cervinia Europe un 4,91%, Blackrock INC 3,01%, un 0,91% de autocartera y un 82,16% en manos de pequeños accionistas.

Al igual que el año anterior, El Consejo de Administración de DIA cuenta con diez miembros. DIA cumple de este modo con las recomendaciones del Código de Buen Gobierno, aunque solo dos de los diez componentes del Consejo son mujeres, siendo una de ellas la presidenta del mismo, lo que supone un 20% del total.

La empresa asegura igualmente su compromiso en la conservación del medio ambiente con el desarrollo y la gestión de una actividad sostenible basada en la eficiencia, la mejora continua y la búsqueda de nuevas herramientas para controlar y disminuir los impactos de su negocio. DIA explica que para conseguir este objetivo ha iniciado la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental, objetivo para 2014.

DIA presenta cuadros en los que refleja la evolución de los distintos consumos de energía y emisiones de CO₂ en todos los países en los que opera y generalmente aporta comparaciones con el año anterior. Sin embargo, muchos de estos cuadros están incompletos, sobre todo en lo que se refiere a China, país del que se facilita poca información, y que hay aspectos en los que los consumos de energía han disminuido en parte por no contabilizar la sección de negocio correspondiente a Turquía tras su venta en 2013.

Más allá de sucintas declaraciones de intenciones y su adscripción al Pacto Mundial de Naciones Unidas, en el terreno de los Derechos Humanos llama la atención el significativo número de

parámetros que, según la empresa, se encuentran en desarrollo. Además no se menciona si distribuidores, proveedores y franquiciados cumplen algún estándar, aunque sea básico, de respeto de los derechos humanos. Siendo la inmensa mayoría de sus suministradores locales, la multinacional que opera en algunos países que presentan riesgos en el respeto de los derechos humanos, debería tomar medidas para cubrir la carencia de control.

Por otra parte, sólo en España y Francia existen comités de empresa y en China los trabajadores no están amparados por ningún convenio colectivo aún cuando China tiene un nivel extremo de riesgo de vulneración de derechos laborales. Por otra parte, DIA no informa de una política clara en representación sindical o cobertura legal por convenio en todos los países.

Si bien en el Código Ético de forma muy general se dice que rechazan la corrupción y el soborno e informa de la creación de un Comité Ético, se desconoce la composición y dependencia jerárquica del mismo. Por otra parte, informa de la puesta en marcha de un Plan de Prevención de Delitos, pero aporta pocas explicaciones sobre el mismo, su responsable de prevención, ni su dependencia jerárquica.

DIA manifiesta que no ha realizado aportaciones a partidos políticos y que su postura es de total neutralidad. Sin embargo sí reconoce acciones de lobby en España, a través de la patronal, en Francia y Argentina,.

DIA cerró el 2013 con un beneficio neto ajustado de 227,7 millones de euros, un 13,5% superior al obtenido el año anterior, y con unas ventas brutas bajo enseña de 11.476 millones, cifra que representa un incremento del 7,2% en relación con el 2012.

España fue el país en el que cosechó mejores resultados con unas ventas de 5.199,4 millones de euros, 5,4% más que el año anterior, seguida de Francia con unas ventas por valor de 2.179,4 millones de euros. Argentina con 1.322,4 millones de euros y Brasil con 1.629,6 millones de euros se perfilan como dos mercados que cada vez tienen más importancia en las cuentas de la compañía. Le siguen Portugal con una ventas de 944 millones de euros y China con 201,5 millones de euros.

Una de las principales vías de expansión de la compañía en todos los mercados en los que está presente es el de las franquicias. DIA cerró el año 2013 con 2.991 establecimientos franquiciados frente a los 2.890 del año anterior. Como ya se ha señalado en el apartado correspondiente, se han producido numerosas quejas en varios países por los problemas que se han encontrado los franquiciados y DIA no aporta información sobre las mismas.

El análisis de la información suministrada por DIA se basa en el Informe Anual 2013 online que incluye el informe de actividades, el informe financiero, el informe de desarrollo sostenible y el informe de gobierno corporativa. Además de la información de la web corporativa de DIA y que se ha completado con otras fuentes externas a la propia compañía.

El Informe de Desarrollo Sostenible sólo está online y no es descargable en su totalidad, sino que se descarga un resumen ejecutivo con información muy incompleta, aspecto que dificulta la accesibilidad a la información por parte de los grupos de interés teniendo que consultar diferentes páginas webs para analizar los indicadores GRI.

El alcance del Informe de sostenibilidad no incluye todas las empresas ni actividades del grupo DIA, como se detallan en el apartado de productos y servicios de la compañía, y por lo tanto no ofrece una visión completa de los impactos producidos por la compañía como comercialización de productos y servicios de telecomunicaciones, venta a través de Internet, agencia de viajes o distribución de productos petrolíferos. Aunque aporta información sobre todos los países en los que opera, sin embargo se limita solo a una de sus líneas de actividad, la comercialización de productos de alimentación y otros destinados al consumo. Tampoco informa del porcentaje de negocio que representan, no se pueden considerar su importancia y podría estar vulnerando los principios de *Totalidad* y *Exhaustividad*.

En este sentido, tampoco se realiza una exposición de los impactos significativos, positivos y negativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquéllos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, hecho que incide en la *Materialidad* del Informe de Sostenibilidad.

DIA no menciona la adscripción de la empresa a acuerdos internacionales salvo el Pacto Mundial, ni establece algún tipo de control a sus proveedores para asegurar que los mismos cumplen estos estándares.

Esto queda patente en los cuadros que acompañan al Informe de Sostenibilidad, en el que la expresión "en desarrollo" acompaña a numerosos e importantes indicadores de RSC de los que no aporta información alguna, ni calendario, ni compromiso de implementación, pese a haber aprobado en 2013 su política de RSC.

DIA declara que "uno de los elementos clave de la política de responsabilidad social corporativa de DIA es la relación fluida, cercana y bidireccional con todos sus grupos de interés". La compañía identifica a estos grupos de interés en el Informe de Desarrollo Sostenible y dedica un apartado a cada uno de ellos, a pesar de lo cual en ningún momento se explica el nivel de integración de lo aportado por los grupos de interés en sus procesos de gestión de la RSC, ni tampoco su participación e inclusión en los procedimientos de evaluación y auditoría.

La empresa habla de los canales de comunicación con los grupos de interés, pero no es posible encontrar ni en el Informe de Desarrollo Sostenible ni en ningún otro de los documentos consultados qué procesos sigue la empresa para adaptar las sugerencias de los grupos de interés, como tampoco informa sobre los procesos seguidos para canalizar las quejas de los clientes, el curso que se da a las mismas o las medidas que se adoptan para solucionar los problemas surgidos. En definitiva no se informa de manera completa sobre el desarrollo de denuncias, reclamaciones, sanciones y conflictos abiertos.

Aunque la compañía haya aprobado la política general de RSC no existe información que evidencie un completo sistema de gestión de la RSC que debería desplegarse de la siguiente manera:

- Compromiso.
- Política.
- Objetivos.
- Procedimientos.
- Plan de implantación y resultados.
- Resultados e impactos.
- Indicadores (rendimiento, operativos, percepción).
- Revisión y plan de mejora.

No se puede afirmar que exista una coherencia de estrategias, políticas y procedimientos de negocio y las operaciones con los compromisos sobre la gestión de su RSC, salvo el Sistema de Gestión Ambiental, el objetivo más ambicioso para 2014, detectándose importantes carencias en estrategia al obviar áreas cruciales como los Derechos Humanos o laborales.

Salvo en las cuentas anuales, de difícil comparación con las de ejercicios anteriores al haber sido re expresadas, el Informe de Desarrollo Sostenible permite hacer una comparación de la evolución de los diferentes indicadores de RSC con años anteriores y en los indicadores que desarrolla suele aportar información de los países en los que opera.

La neutralidad es algo que también se echa en falta en el Informe. No aparece información de ninguna fuente externa relacionada con denuncias o aspectos de RSC y se centra en la explicación exclusiva de aspectos positivos. La información sobre cuestiones negativas como, multas, denuncias o violaciones del Código Ético de la empresa solo está accesible en una serie

de cuadros en los que se hace una mención muy tangencial de los problemas, pero no se habla de su naturaleza, causas, responsabilidades o vías de resolución.

La inclusión de los grupos de interés no parece ser uno de los objetivos del Informe de Desarrollo Sostenible al carecer de información sobre el modo en que se ha integrado a los grupos de interés que son los principales destinatarios de la información analizada.

La organización no da una exposición completa de los procesos, procedimientos y supuestos implicados en la elaboración de la memoria siendo la transparencia una cuestión esencial para su credibilidad.

La información aportada por DIA en el Informe de Desarrollo Sostenible es incompleta por lo que resulta necesaria la consulta de varios documentos que no figuran todos en la web lo que dificulta el análisis global de la información.