



# Informe de Desarrollo Sostenible 2013

## RESUMEN EJECUTIVO

**DIA** 



Acerca de DIA /// **01** Página 05

Carta del consejero delegado /////////////// **02** Página 11

DIA y la responsabilidad corporativa /////////// **03** Página 15

DIA y la gestión responsable ////////////////// **04** Página 19

DIA y sus grupos de interés ////////////////// **05** Página 23

Gestión del medio ambiente ////////////////// **06** Página 29

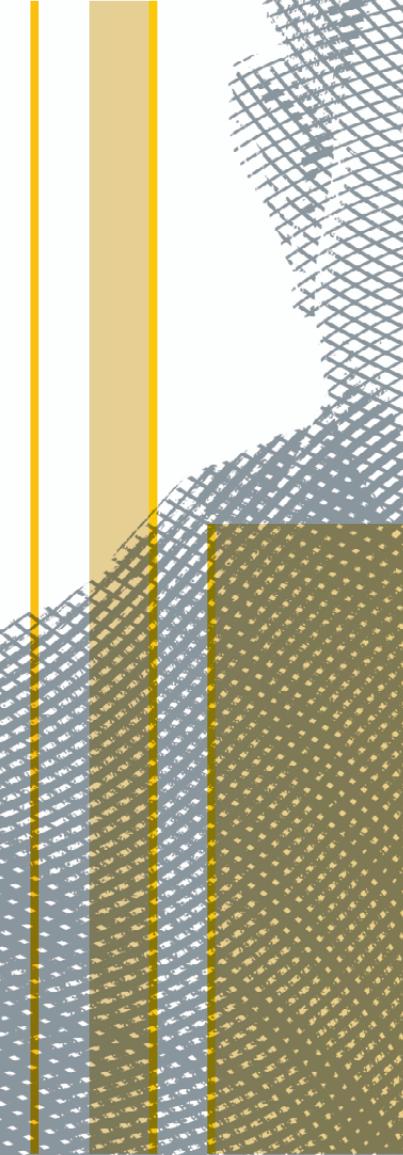
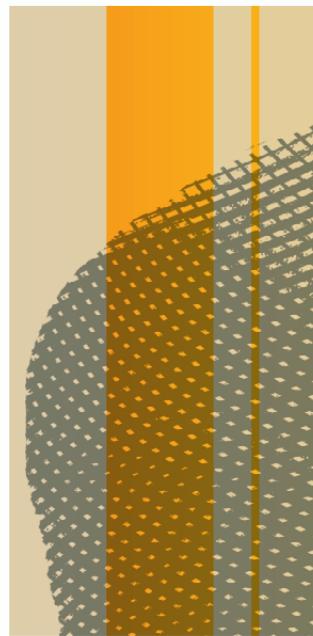
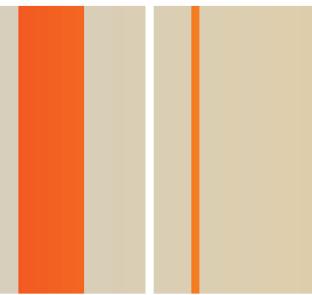
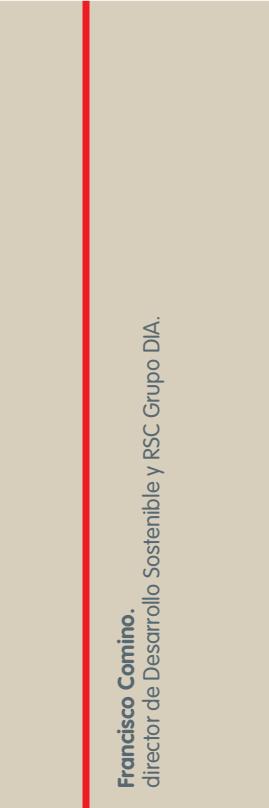


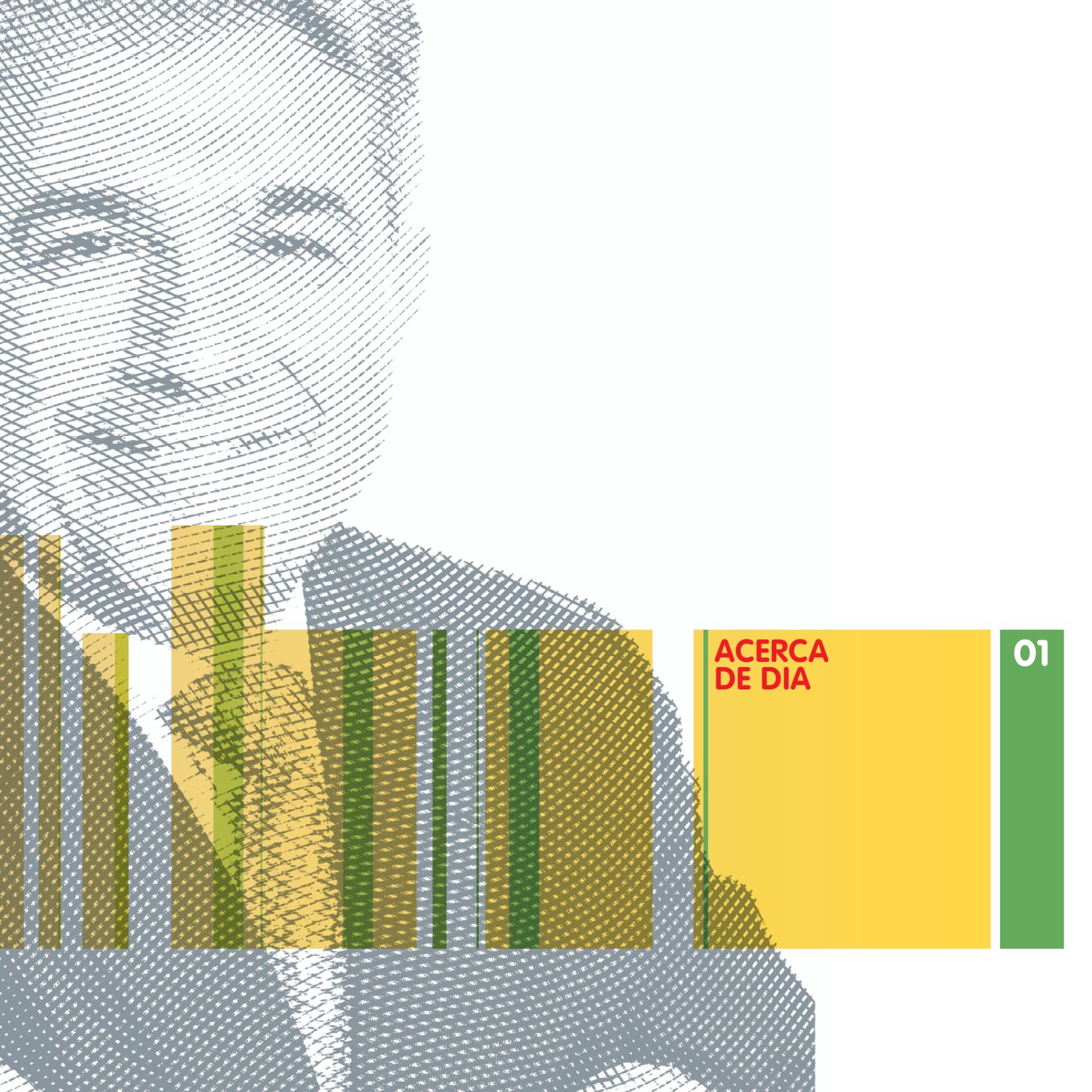
El presente documento es un resumen ejecutivo de la Memoria Anual 2013 que se puede consultar completa en la web

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



**Francisco Comino.**  
director de Desarrollo Sostenible y RSC Grupo D/A.



The background features a large, light gray circle composed of numerous small, dark gray cross-hatching lines. Overlaid on this are several vertical bars of varying heights and colors: dark brown, light brown, yellow, green, and blue. Some bars have internal diagonal hatching. A jagged, dark gray shape resembling a torn paper edge cuts across the bottom right.

ACERCA  
DE DIA

01

## L Valores

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

# EFICACIA INICIATIVA RESPETO EQUIPO CLIENTE

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

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

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

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

Nuestro principal objetivo es conseguir la satisfacción del cliente.



06

ACERCA DE DIA  
01

## Indicadores financieros

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

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

## Indicadores de sostenibilidad

	2013	2012 *
<b>EMPLEADOS</b>		
Número de empleados (plantilla media)	<b>46.512</b>	44.026
Horas de formación (miles)	<b>446</b>	540
<b>SEGURIDAD Y SALUD</b>		
Accidentes de trabajo con baja	<b>2.681</b>	2.728
Absentismo laboral (%)	<b>6,17%</b>	7,85%
<b>ACCIÓN SOCIAL</b>		
Número de acciones	<b>47</b>	56
<b>MEDIO AMBIENTE</b>		
Inversión en mejoras medioambientales (mill. euros)	<b>9,247</b>	11.762
Emisiones de CO <sub>2</sub> (millones de kilos de CO <sub>2</sub> eg)	<b>136,79</b>	164,31
Consumo de agua (millones de metros cúbicos)	<b>1,119</b>	2.237
Consumo total de electricidad (millones de kwh)	<b>992,997</b>	1.058,6

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



Grandes  
cifras

**7.328**  
tiendas

**4.337**  
propias

**2.991**  
franquicias

Más de  
**8.300**  
referencias  
de marcas  
propias

Más de  
**20.100**  
generados  
en franquicias

Más de  
**46.500**  
empleados

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

**44**  
almacenes

08  
09ACERCA DE DIA  
01

## Valor económico generado, distribuido y retenido

	31/12/2013	31/12/2012(*)
<b>Valor económico generado</b>	<b>9.997.536</b>	<b>9.866.543</b>
Importe neto de la cifra de negocios	9.844.338	9.707.554
Otros ingresos	142.927	131.793
Ingresos financieros	9.822	26.211
Resultado procedente de instrumentos financieros	-105	-85
Resultado de sociedades por el método de la participación	554	1.070
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>9.638.347</b>	<b>9.492.378</b>
Consumo de mercaderías y otros consumibles	7.821.780	7.754.444
Gastos de personal	820.273	781.545
Gastos de explotación	737.463	708.094
Resultados procedentes del inmovilizado	10.642	10.539
Gastos financieros	49.467	52.052
Impuestos sobre beneficios	95.495	101.839
Dividendos (**)	103.227	83.865
<b>Valor económico retenido</b>	<b>359.189</b>	<b>374.165</b>

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

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

**Guillermo Maquieira.**

Responsable de compensaciones y beneficios DIA Argentina.



## CARTA A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

02



## Queridos amigos,

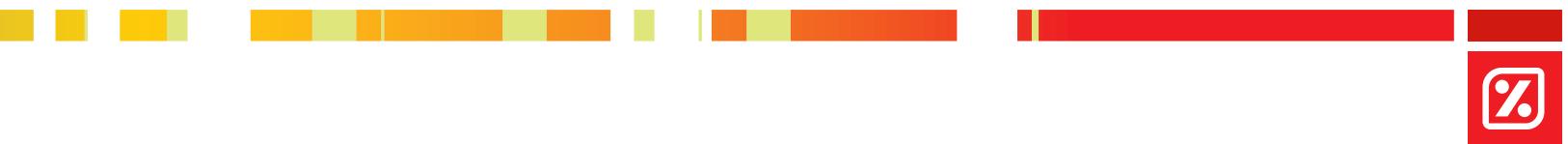
En DIA concebimos la responsabilidad social como parte de nuestra actividad basándonos en la creación de valor a través del aprovechamiento de oportunidades y sobre todo, en una gestión eficaz y eficiente de nuestros recursos.

Nuestro compromiso con el entorno es indudable.

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

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

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



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

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

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

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

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

**Ricardo Currás**  
Consejero delegado

**Ava Gu.**  
Jefa de Proyectos. Departamento Comercial D/A China.



## DIA Y LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

03

# L

## Contribuyendo a la riqueza y al bienestar general

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



## POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

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

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

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

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

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

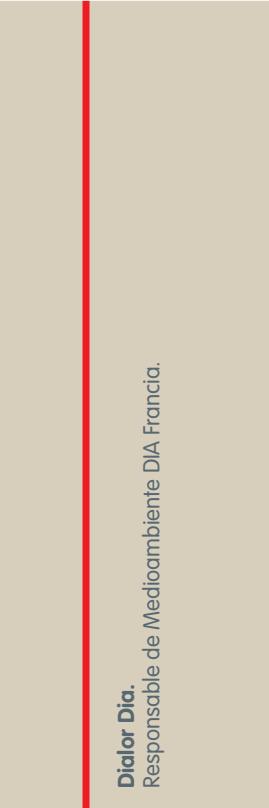
Apoyar la formación y el desarrollo de las personas que forman parte de la empresa.

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

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

16  
17

**Diaor Dia.**  
Responsable de Medioambiente DIA Francia.





DIA Y LA  
GESTION  
RESPONSABLE

04

## **L**Ética, transparencia y gestión eficiente

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

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

20  
21Consejo de  
Administración

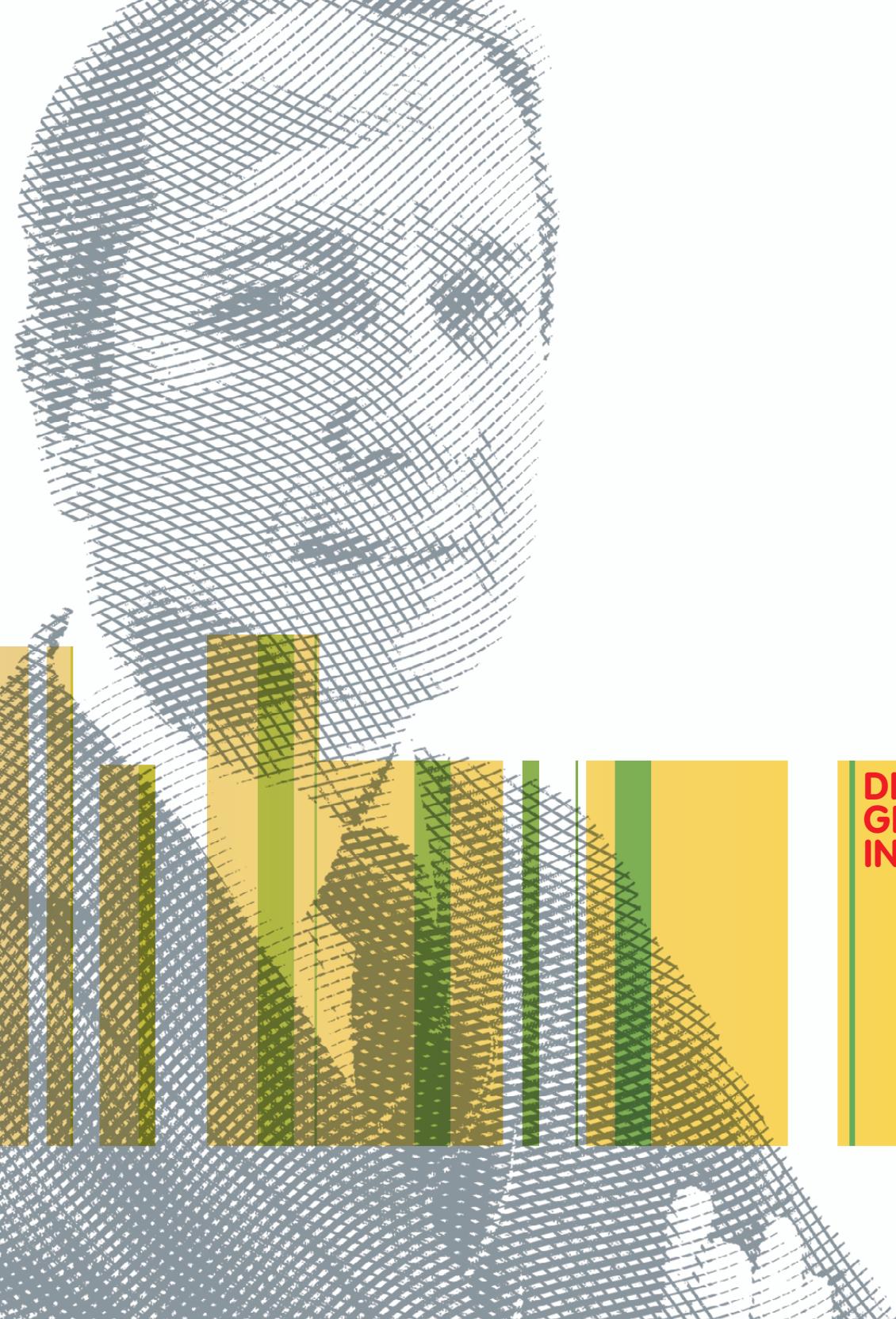
Nombre	Cargo	Carácter del cargo
<b>Dª Ana María Llopis</b>	Presidenta	Otros
<b>D. Mariano Martín Mampaso</b>	Vicepresidente	Independiente
<b>D. Ricardo Currás de Don Pablos</b>	Consejero delegado	Ejecutivo
<b>D. Julián Díaz González</b>	Consejero	Independiente
<b>D. Richard Golding</b>	Consejero	Independiente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

Comisiones del  
Consejo de Administración

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

**Jorge Muguerza.**

Director de compras técnicas y central de suministro Grupo DIA.



**DIA Y SUS  
GRUPOS DE  
INTERÉS**

**05**

## **C**Una relación cercana, fluida y bidireccional

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

Plantilla media por países

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

## **F**Empleados

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

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



24  
25

## F

# Clients

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

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

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

## F

# Franquiciados

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

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

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



## Proveedores

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

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



## Accionistas

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

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

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



## Sociedad

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

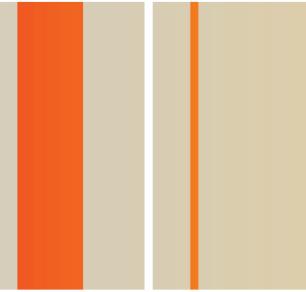
En este contexto, continuó impulsando su política de aprovechamiento de excedentes con la entrega de alimentos a los más necesitados. En 2013, DIA volvió a batir un récord en la entrega de alimentos. En total, la compañía cedió 2,85 millones de kilos (2.850 toneladas), un 185% más que el año anterior.

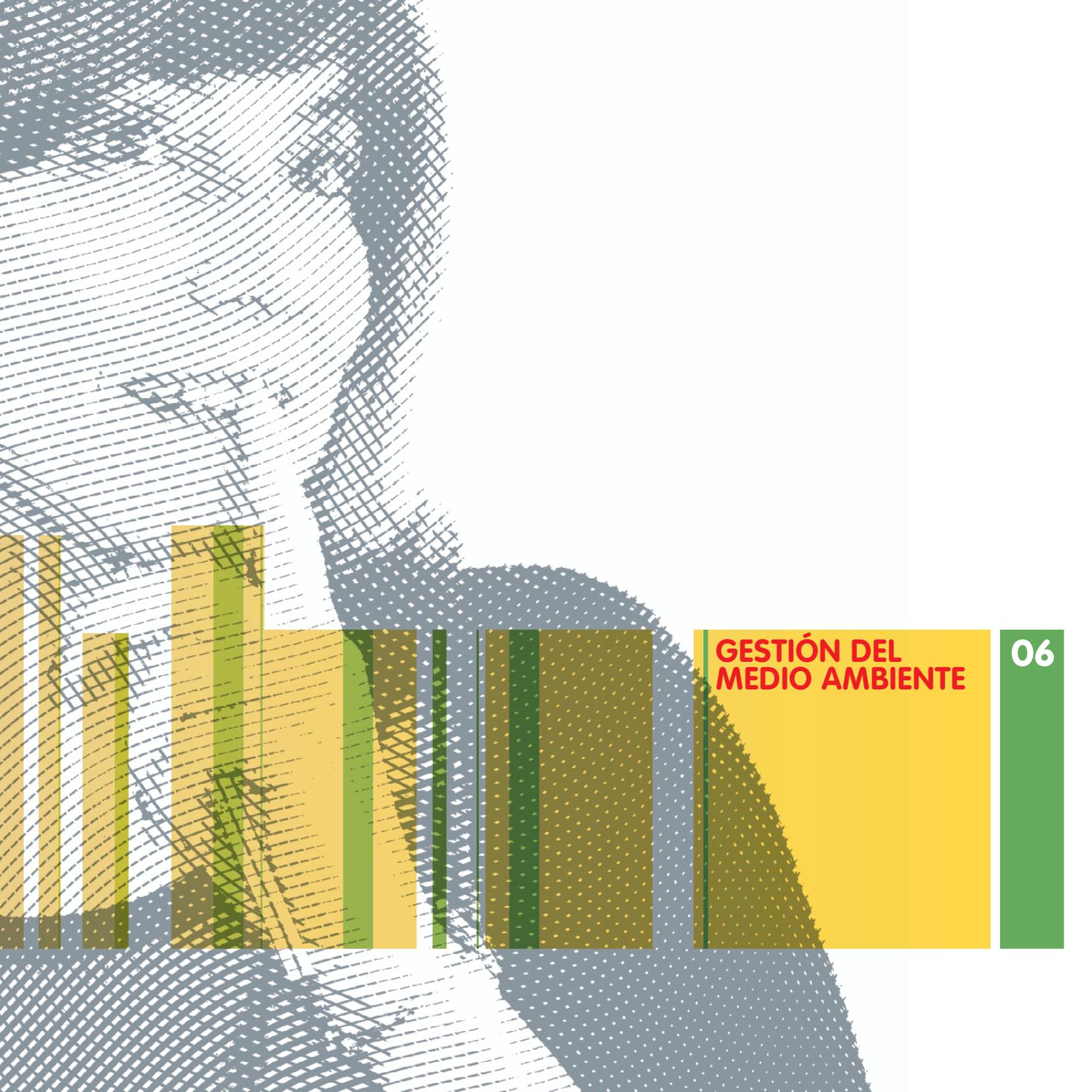
Durante el ejercicio, la compañía colaboró con diferentes ONG y entidades de acción social en diversas actividades solidarias, entre ellas, "20 años 20 causas", con la que DIA celebró el aniversario de su presencia en Portugal; "Sumemos sonrisas" en Argentina; "No dejes que el frío congele tu corazón"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

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

**Maria Helena Jesus.**

Responsable de compras indirectas DIA Portugal.





## GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

06

# **L**Minimizando el impacto en nuestro entorno

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



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



### Ahorro energético

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

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

### Gestión logística

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



El desarrollo de los nuevos formatos de transporte de alta capacidad, el uso del barco y el tren como medios alternativos y el aprovechamiento de los trayectos de distribución para la recogida de mercancía de proveedores permitieron una importante reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.

### Reducción de emisiones, consumos y residuos

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





## LA1.1 [ RR.HH. Tipos de contrato.

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

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

## EN3 [ Consumo directo de energía por fuente primaria de energía. (Fuentes móviles).

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



**EN4**

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

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

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

**EN8**

**Captación  
de aguas.**

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

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



## EN16 Emisiones. Fuentes móviles.

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

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

34  
35



**PRIB**

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

Número de análisis TOTALES / Nº de Tdas.

	2011	2012	2013
Argentina	62	68	75
Brasil	114	132	171
China	38	41	36
España	571	598	631
Francia	111	151	402
Portugal	111	112	103
Turquía	54	62	0
	1.061	1.164	1.418

Número de Auditorias Internas/mes.

	2011	2012	2013
Argentina	2,5	2,9	12,8
Brasil	0,8	2,7	10,9
China	1,7	2,8	3,0
España	82,3	88,7	88,4
Francia	4,4	3,7	11,3
Portugal	0,0	0,0	3,9
Turquía	0,1	2,3	0,0
	91,8	102,9	130,4



## PR2B [ Incidentes calidad seguridad.

Número de incidentes / N° de análisis (%).

	2011	2012	2013
Argentina	85%	16%	13%
Brasil	3%	3%	5%
China	4%	4%	5%
España	24%	20%	18%
Francia	5%	8%	5%
Portugal	11%	11%	14%
Turquía	5%	11%	
Total DIA	20%	14%	12%

## PR4B [ Incumplimientos calidad de etiquetado.

Número de incidentes etiquetado / N° de Análisis.

	2011	2012	2013
Argentina	0,07%	0,20%	0,12%
Brasil	0,11%	0,12%	0,35%
China	0,11%	0,04%	0,20%
España	0,19%	0,56%	0,43%
Francia	0,12%	0,09%	0,04%
Portugal	0,58%	0,15%	0,08%
Turquía	0,39%	0,85%	
Total DIA	0,21%	0,39%	0,26%



PR5

## Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.

Número total de escuchas de clientes.

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

Edita:

**DIA, S.A.**

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

Realización y coordinación:

**DEVA | Comunicación financiera y sostenibilidad**

Diseño:

**STROCEN.COM | New Corporate Design**

Fotografía:

**Jesús Umbría / DIA**

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



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

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

