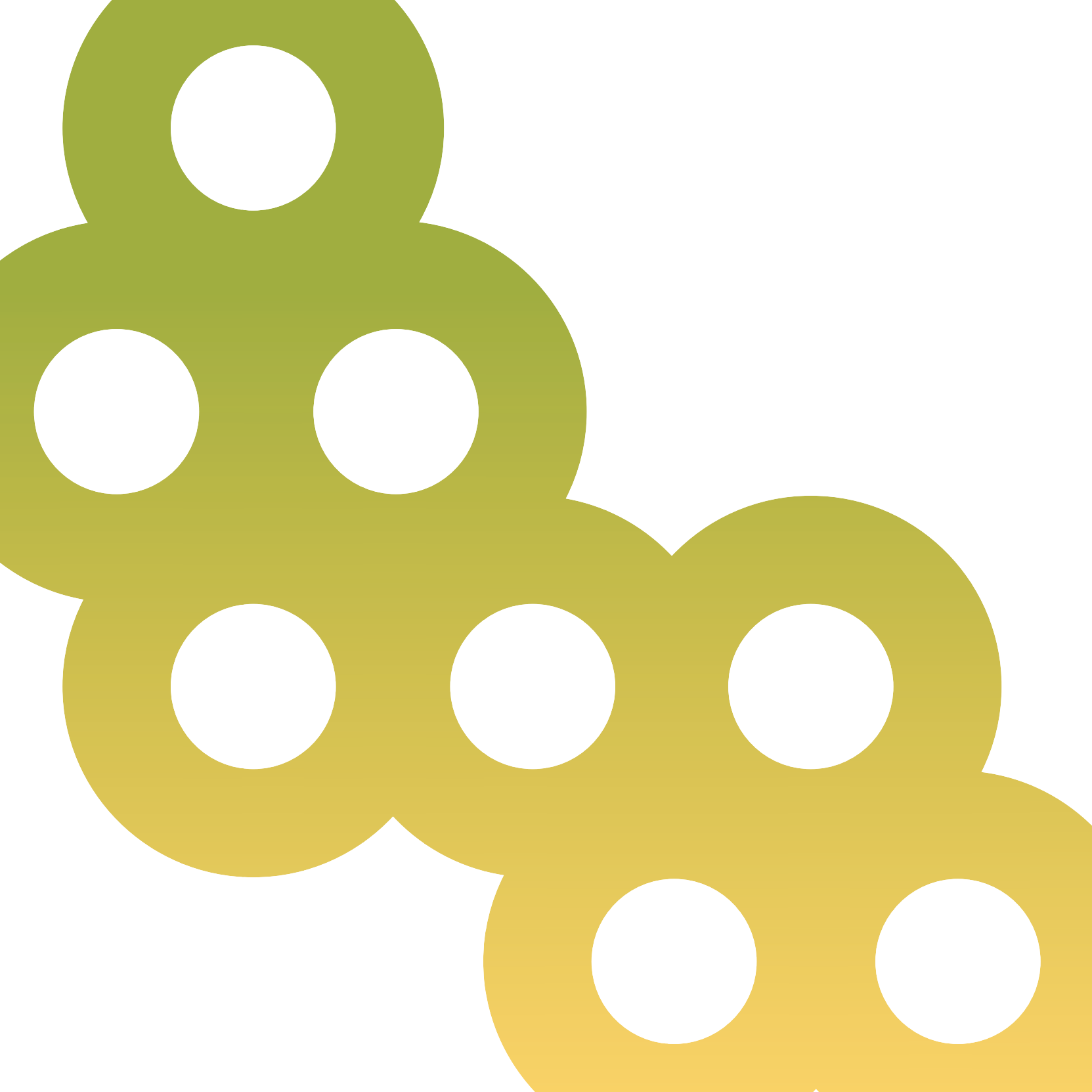




INFORME DE
DESARROLLO
SOSTENIBLE
2015

Grupo
Día %

RESUMEN
EJECUTIVO



01

Acerca de DIA
Página 05



El presente documento es un
resumen ejecutivo de la Memoria
Anual 2015 que se puede
consultar completa en la web

www.diacorporate.com

02

Carta de la presidenta
Página 11

03

DIA y la
responsabilidad
corporativa
Página 15

04

DIA y la gestión
responsable
Página 19

05

DIA y sus grupos de interés
Página 23

06

DIA y el
medio ambiente
Página 31

amería



01

Acerca de DIA

Si quieres
comerte la vida
aquí te damos
la bienvenida



Valores

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.

RESPECTO

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.

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.

EFICACIA

EQUIPO

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.

Conseguir la satisfacción del cliente es nuestro principal objetivo.

INICIATIVA

CLIENTE

Principales magnitudes



01

ACERCA DE DIA

06
07



DIA

Responsabilidad Social

10.546,7
millones de €
de facturación

7.718
tiendas
4.021 propias
3.697 franquicias

Más de
8.500
referencias de
marcas propias*
(*) PGC

Más de
24.000
empleados generados
en franquicia

Más de
40 millones
de clientes

Más de
46.200
empleados

38
almacenes

Indicadores de sostenibilidad

	2015	2014
EMPLEADOS		
Número de empleados (plantilla media)	46.258	40.860*
Horas de formación	374	505
SEGURIDAD Y SALUD		
Accidentes de trabajo	2.522**	1.694*
Absentismo laboral	6,44	6,21%
MEDIO AMBIENTE		
Inversión en mejoras medioambientales (mill. euros)	26,955	15,515
Emisiones de CO ₂ (millones de kilos de CO ₂ eg)	131,498	134,707
Consumo de electricidad (kwh/m ²)	309,08	329,01

(*) Incluida plantilla media de El Árbol de noviembre y diciembre.

(**) Incluidos empleados asumidos tras las nuevas adquisiciones.





Valor generado y distribuido

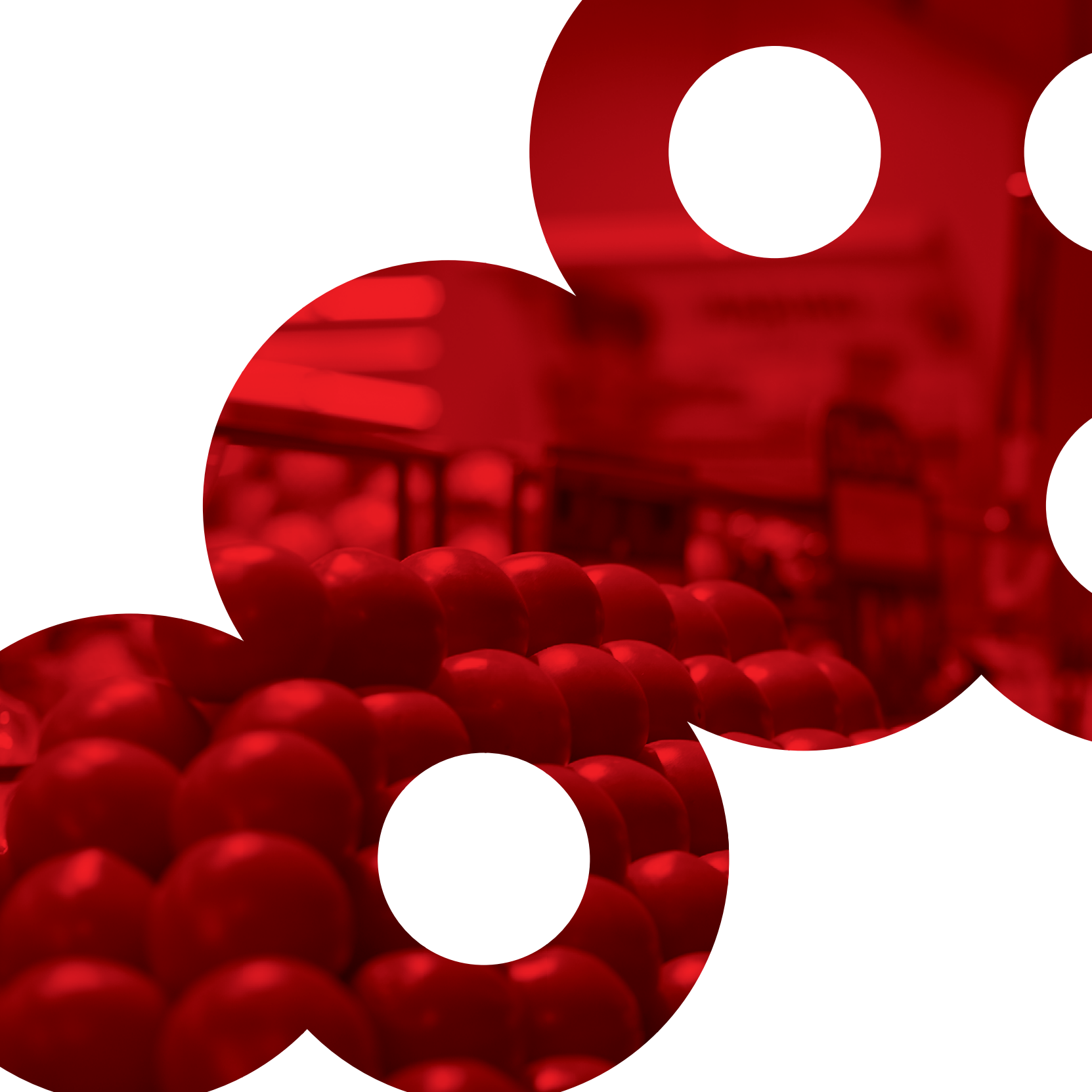
(En miles de euros)

31/12/2015

31/12/2014

Valor económico generado	9.113.544	8.132.767
Importe neto de la cifra de negocios	8.925.454	8.010.967
Otros ingresos	96.215	105.250
Impuestos sobre beneficios	82.610	-
Ingresos financieros	9.265	16.447
Resultado procedente de instrumentos financieros	-	103
Valor económico distribuido	8.710.634	7.846.610
Consumo de mercaderías y otros consumibles	7.018.881	6.350.654
Gastos de personal	847.233	704.940
Gastos de explotación	644.034	535.029
Resultados procedentes del inmovilizado	12.340	11.558
Gastos financieros	65.291	57.259
Impuestos sobre beneficios	-	74.556
Dividendos (*)	122.855	112.614
Valor económico retenido	402.910	286.157

(*) Los dividendos a 31/12/2015 corresponden a la propuesta de distribución de resultados del ejercicio 2015 que se presentará para su aprobación, mientras que los dividendos a 31/12/2014 corresponden a los pagados en el ejercicio 2015 sobre los resultados del ejercicio anterior.



02

Carta de la presidenta



Carta de la presidenta

Queridos amigos,

Un año más, el Grupo DIA ha vuelto a demostrar su excelente desempeño y la solidez de un modelo basado en la rentabilidad y el crecimiento sostenible. Pese a que no han sido pocos los desafíos a los que nos hemos enfrentado durante 2015, en un contexto general marcado por el débil comportamiento del consumo y la consecuente caída de la confianza del consumidor, la compañía se ha mantenido firme en su apuesta por la innovación, nuevos formatos y mejores precios. Siempre con el cliente y sus necesidades en el centro de su actividad.

Gracias al excelente trabajo de nuestros más de 46.000 empleados y a los más de 3.500 franquiciados en todo el mundo que han decidido emprender con nosotros, DIA es hoy uno de los actores principales del sector de la distribución internacional. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento. Hemos integrado a equipos profesionales de nuestras adquisiciones de El Árbol, Caprabo y Eroski incorporando y aprendiendo de su experiencia en frescos, carne y pescado.

Por el lado del cliente, hemos incorporado mas de 3,3 millones de clientes al Club de fidelización de DIA, y hemos empezado un programa de formación y actividades para mejorar la experiencia del cliente en nuestras tiendas con más de 3.000 empleados formados en esta primera etapa en España. Esta experiencia está ya dando sus primeros frutos, pero sobre todo ha encendido un nuevo vector por el que sentirse orgullosos de nuestros equipos.

En nuestra línea de seguir innovando, Grupo DIA ha lanzado este año más de 750 nuevas referencias de sus marcas propias de beauty care para las tiendas Clarel y más de 100 referencias de su marca gourmet, Delicious, respondiendo así a las necesidades de nuestros clientes.

En materia de Gobierno Corporativo hemos trabajado en la adaptación de la organización a las recomendaciones de Buen Gobierno y a los cambios acontecidos en la Ley de Sociedades de Capital, con el objetivo de avanzar e incidir aún más en la transparencia organizativa y la gestión ética de nuestro negocio. En este sentido, hemos aprobado una nueva Política General de Responsabilidad Social, que recoge 12 principios basados en la relación con nuestros grupos de interés, así como en una modificación de los estatutos sociales y de los reglamentos que regulan el funcionamiento de nuestros Órganos de Gobierno.

Fomentar un marco de trabajo ético y transparente con nuestros grupos de interés constituye una prioridad para nuestra compañía. Es por ello que en 2015 hemos actualizado nuestro Código Ético y abierto su canal de consulta, información y denuncias a nuestros proveedores, franquiciados y contratistas, hasta el momento destinado exclusivamente a nuestros empleados. En línea con esta relación de confianza y de respeto mutuo, el Consejo ha aprobado también una serie de Políticas Corporativas, que pueden ser consultadas en nuestra web corporativa, y que fijan el marco de relaciones con



DIA 

Buen Gobierno Corporativo

nuestros grupos de interés con el objetivo de dotar a las mismas de mayor transparencia. El desarrollo del conjunto de las políticas continuará a lo largo de 2016.

En materia de Recursos Humanos, hemos puesto en marcha un sistema de gestión del talento para los puestos clave de la organización que persigue una mejor identificación del valor que la persona genera a la organización a través de su desempeño.

En el ámbito de la gestión del impacto en el medio ambiente de nuestra actividad, hemos desarrollado un sistema de medición de la huella de carbono, con el que hemos dado respuesta por primera vez al cuestionario del Carbon

Disclosure Project, organización independiente sin ánimo de lucro que mantiene la mayor base de datos mundial de información corporativa sobre cambio climático y que aglutina a inversores de todo el mundo interesados en inversión responsable. Quiero felicitar desde aquí a todos nuestros equipos porque este trabajo fue premiado con el Best Newcomer Award Spain 2015, reconocimiento que otorga la propia organización a la compañía con la máxima puntuación entre todos los grandes grupos que se han incorporado este año al índice.

Seguimos trabajando en el compromiso de la gestión eficiente de todos nuestros recursos, que nos permiten, además, reducir nuestro

impacto en el entorno. Hemos invertido más de 10 millones de euros en avanzar en la eficiencia de nuestros sistemas, con la incorporación de iluminación LED en gran parte de nuestras tiendas y almacenes, así como en el cambio progresivo de mobiliario de frío más eficiente y moderno en nuestros establecimientos más antiguos. Un esfuerzo inversor que nos ha llevado a reducir nuestro consumo eléctrico por metro cuadrado entre todos los países en más de un 6%.

Además, en 2015 Grupo DIA se ha incorporado al índice bursátil FTSE4Good, que valora en especial criterios y prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Nuestro compromiso con la acción social permanece inalterable año tras año. Nuevamente hemos vuelto a marcar un récord en materia de entrega de alimentos, con más de 3,9 millones de kilos entregados a los bancos de alimentos y asociaciones de todos los países en los que DIA está presente. Esta cifra supera en un 44% lo entregado el año anterior y sólo en España supone la cesión de 9.000 kilos diarios para los que más lo necesitan.

El apoyo a la infancia de la compañía y nuestros empleados avanzó también con diferentes iniciativas como nuestro habitual apoyo a la carrera anual de FEDER, en la que participaron más de 800 empleados en Madrid y cerca de 100 en la primera carrera de Barcelona, el patrocinio de un torneo de fútbol en Portugal en contra de la exclusión social de los niños desfavorecidos, la compra de ropa y zapatos en Navidad por parte de los empleados de DIA en Brasil para jóvenes en situación de pobreza o la compra de material escolar en DIA Argentina coincidiendo con el comienzo del curso entre otros muchos proyectos.

Por todo esto y por lo que seguro está por llegar, GRACIAS. Gracias a nuestros clientes, empleados, franquiciados y proveedores de España, Portugal, Argentina, Brasil y China, así como a nuestros accionistas de todo el mundo. Porque sois todos vosotros los que hacéis del Grupo DIA una compañía comprometida con el éxito y con mejorar el entorno y la sociedad donde vivimos.

Ana María Llopis
Presidenta



03

DIA y la responsabilidad corporativa



Política General de RSC

Grupo DIA respeta y fomenta los valores sociales, ambientales y de buen gobierno internacionalmente reconocidos. La compañía asegura la integración de estos valores en su gestión diaria mediante el seguimiento de su Política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). El 11 de diciembre de 2015, la compañía aprobó la ampliación de esta política en línea con las recomendaciones de la CNMV.

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

Gestionar de forma responsable tanto los riesgos financieros y no financieros como las oportunidades derivadas de la evolución del Grupo y del entorno.

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

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



Promover buenas prácticas de compra responsable y alimentación saludable, así como proporcionar información nutricional exhaustiva sobre los productos en beneficio del consumidor.

Asegurar la máxima protección y privacidad de los consumidores y franquiciados mediante un cumplimiento exhaustivo con la regulación existente.

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

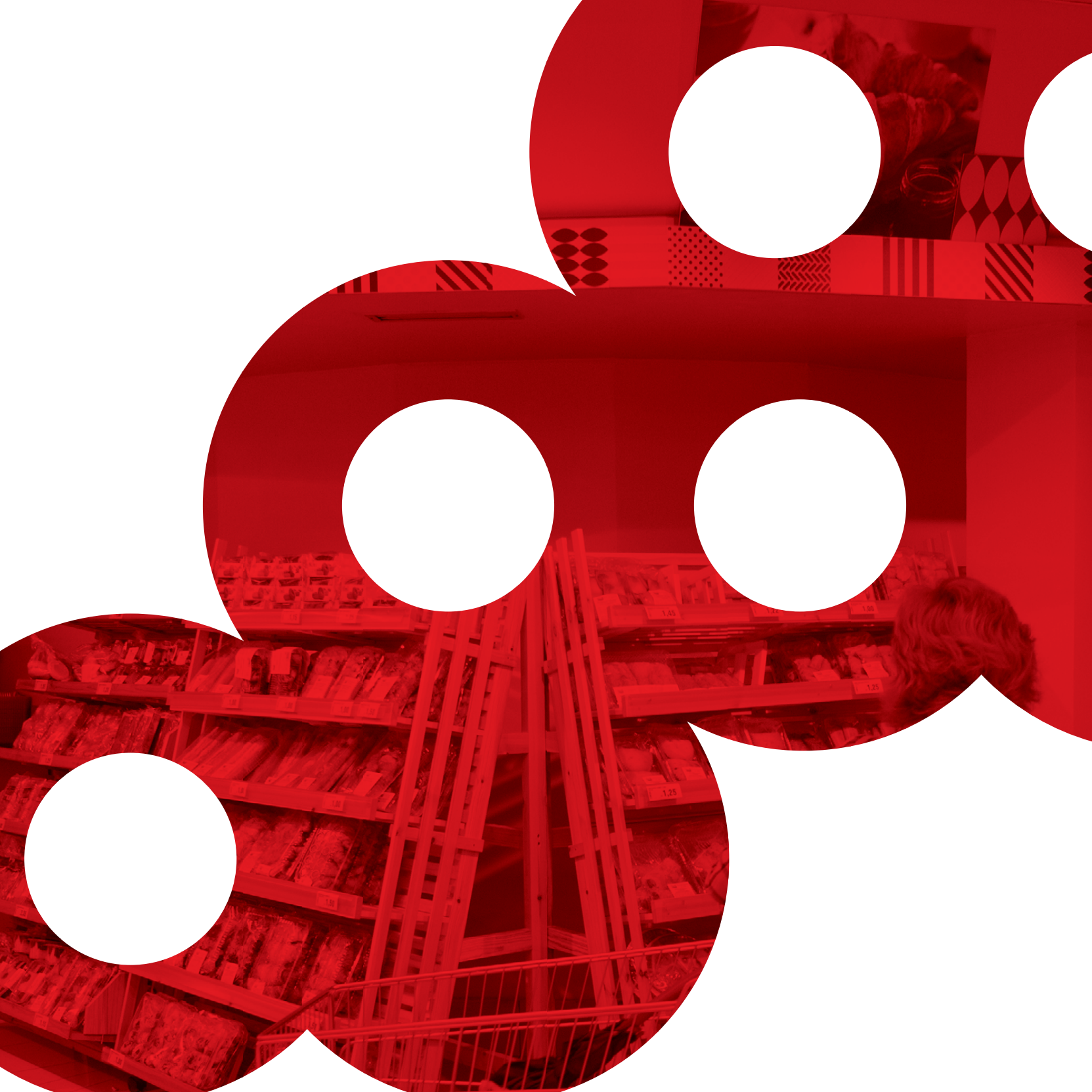
Apoyar la igualdad entre hombres y mujeres.

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

Apoyar la formación y el desarrollo profesional de las personas que forman parte de la empresa, fomentando la conciliación.

Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de la eficiencia energética, la innovación y la concienciación de los empleados para minimizar los impactos negativos derivados de nuestra actividad.

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



04

DIA y la gestión responsable



Los cambios afectaron a sus Estatutos Sociales y a los reglamentos que regulan el funcionamiento de sus principales órganos de gobierno: la Junta General de Accionistas (JGA) y el Consejo de Administración.

Entre las recomendaciones de la CNMV figura, además del establecimiento de una Política de Responsabilidad Social, la aprobación de diferentes políticas corporativas. En 2015,

DIA revisó, adaptó y aprobó cuatro políticas corporativas (Política de Comunicación con el Accionista, Política Fiscal, Política de Gestión de Riesgos y Política de Medio Ambiente) y tiene previsto aprobar el resto a lo largo de 2016.

La compañía actualizó su Código Ético y abrió su canal ético de consulta e información a proveedores, franquiciados y contratistas.

Grupo DIA acometió en 2015 una modificación de su normativa interna para adecuarse a las recomendaciones de Buen Gobierno de la Comisión Nacional de la Competencia e incorporar los cambios de la Ley 31/2014, que modifica a su vez la Ley de Sociedades de Capital para mejorar el gobierno corporativo.



Consejo de Administración

Nombre	Cargo	Carácter del cargo
D.ª Ana María Llopis	Presidenta	Otros
D. Mariano Martín Mampaso	Vicepresidente	Independiente
D. Ricardo Currás de Don Pablos	Consejero Delegado	Ejecutivo
D. Julián Díaz González	Consejero	Independiente
D. Richard Golding	Consejero	Independiente
D. Pierre Cuilleret	Consejero	Independiente
D.ª Rosalía Portela	Consejera	Independiente
D. Antonio Urcelay Alonso	Consejero	Independiente
D. Juan María Nin Génova	Consejero	Independiente

Comisiones del Consejo de Administración


Nombre	Comisión de retribuciones y nombramientos	Comisión de auditoría y cumplimiento
D.ª Ana María Llopis	-	-
D. Mariano Martín Mampaso	Presidente	-
D. Ricardo Currás de Don Pablos	-	-
D. Julián Díaz González	-	Vocal
D. Richard Golding	-	Presidente
D. Pierre Cuilleret	Vocal	-
D.ª Rosalía Portela	-	Vocal
D. Antonio Urcelay Alonso	Vocal	-
D. Juan María Nin Génova	-	Vocal



05

DIA y sus grupos de interés





Como empresa socialmente responsable, DIA colabora e interactúa con aquellos colectivos que se ven afectados por el desarrollo de su actividad: clientes, accionistas, franquiciados, empleados, proveedores y, en general, la sociedad.

Durante 2015, reforzó los lazos de comunicación con sus grupos de interés para mantener su confianza.



CLIENTES

La satisfacción de sus más de 40 millones de clientes es el eje sobre el que gravita la actividad de DIA. El grupo avanzó en su oferta comercial de proximidad y precio, ampliando su red comercial hasta las 7.718 tiendas y su surtido de productos propios, especialmente de sus artículos de beauty care y de su marca gourmet, Delicious.

Como parte de su escucha activa de las necesidades y preferencias de sus clientes, DIA fomenta la participación de los mismos a través de la organización de eventos innovadores que guardan en su mayoría un trasfondo solidario y de apoyo a la sociedad.

En este sentido, DIA ha creado y dinamizado comunidades de clientes ligadas al grupo, como “Expertas en Ahorro” en Argentina y “Demos la vuelta al DIA” en España, que además de reforzar los lazos con la empresa a través de diferentes eventos comerciales, demuestran también su implicación con los colectivos más desfavorecidos.

En el III Encuentro Nacional de “Expertas en Ahorro” celebrado en Buenos Aires, al que acudieron 3.200 personas, las expertas tuvieron que donar un libro o un juguete en buen estado destinado a los niños de la Fundación Garrahan y de la Asociación Cooperadora del Hospital de Niños Dr. Ricardo Gutiérrez. Una aportación que DIA completó con 30.000 dólares en productos. Por su parte, los miembros “Demos la vuelta al DIA” –comunidad gastronómica de referencia en España ubicada en la web www.demoslavueltaaldia.com– participaron en la tradicional 38 Marcha Asprona en defensa de los derechos de las personas con discapacidad intelectual y de su familias en Valladolid (España). En concreto, doce cocineros, ganadores del concurso gastronómico “Demos la vuelta al DIA” elaboraron una paella, apta para celíacos, para más de 5.000 participantes.



DIA Y SUS GRUPOS
DE INTERÉS

24
25



Responsabilidad Social

ACCIONISTAS

En 2015 aumentó la remuneración de los accionistas a través del incremento del dividendo en un 20% y con una reducción de su capital del 4,16%. Además, siguió protegiendo los derechos de los inversores al aprobar su Política de Comunicación con los Inversores.

En diciembre, Grupo DIA fue incorporado al índice bursátil internacional FTSE4Good. Creado con la colaboración de UNICEF, este índice incluye a las empresas cotizadas de todo el mundo que cumplen con los requisitos preestablecidos por el índice bursátil: prácticas de responsabilidad social corporativa en medio ambiente, relaciones con los accionistas y derechos humanos, basados en los principios de inversión responsable.

Número de franquicias

	2015	2014
España	1.954	1.646
Portugal	260	288
Argentina	584	486
Brasil	621	495
China	278	170
TOTAL	3.697	3.085

FRANQUICIADOS

Más de 3.600 tiendas franquiciadas operaban bajo las enseñas DIA en todo el mundo al término de 2015, el 47,9% del total de establecimientos del grupo y el 61,1% de la red comercial DIA. Estos establecimientos dieron empleo a más de 24.000 empleados.

En 2015, la compañía dio respuesta a sus requerimientos poniendo a su disposición a toda la organización para aumentar la rentabilidad de su negocio y transfiriéndoles su know how, la fortaleza de sus marcas y una imagen de precio imbatible. Favoreció esta colaboración con encuentros periódicos y diversas publicaciones.





EMPLEADOS

DIA cuenta con 46.258 empleados en España, Portugal, Argentina, Brasil y China. Esta fuerza laboral diversa y multicultural creció en 5.398 empleos durante el ejercicio para sostener su crecimiento y la evolución de los formatos comerciales hacia la especialización en productos frescos.

A lo largo de 2015, la compañía afrontó la integración de los supermercados El Árbol y modificó y evolucionó el sistema de Gestión de RRHH por adaptarse a las necesidades de una empresa del volumen y complejidad del Grupo DIA.



la pla

05

DIA Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

26
27



DIA

Responsabilidad Social

qué poco cuesta co

animamos a que elabores
receta, descubrien
productos a los r



PROVEEDORES

DIA cuenta con 4.687 proveedores en todo el mundo, cifra que creció en un 24% en 2015 gracias a la innovación de nuevos formatos comerciales y a la apuesta por la omnicanalidad.

El escenario comercial se vio reforzado por la creación junto al grupo Intermarché de CINDIA, una nueva central de negociación en Portugal, y por las alianzas para la mejora de las condiciones de negociación con Eroski y Casino, si bien cada uno de las empresas mantiene políticas comerciales totalmente independientes. La firma de estos acuerdos amplía el mercado de los grandes distribuidores para los proveedores y simplifica, al mismo tiempo, el proceso de negociación con las cadenas.





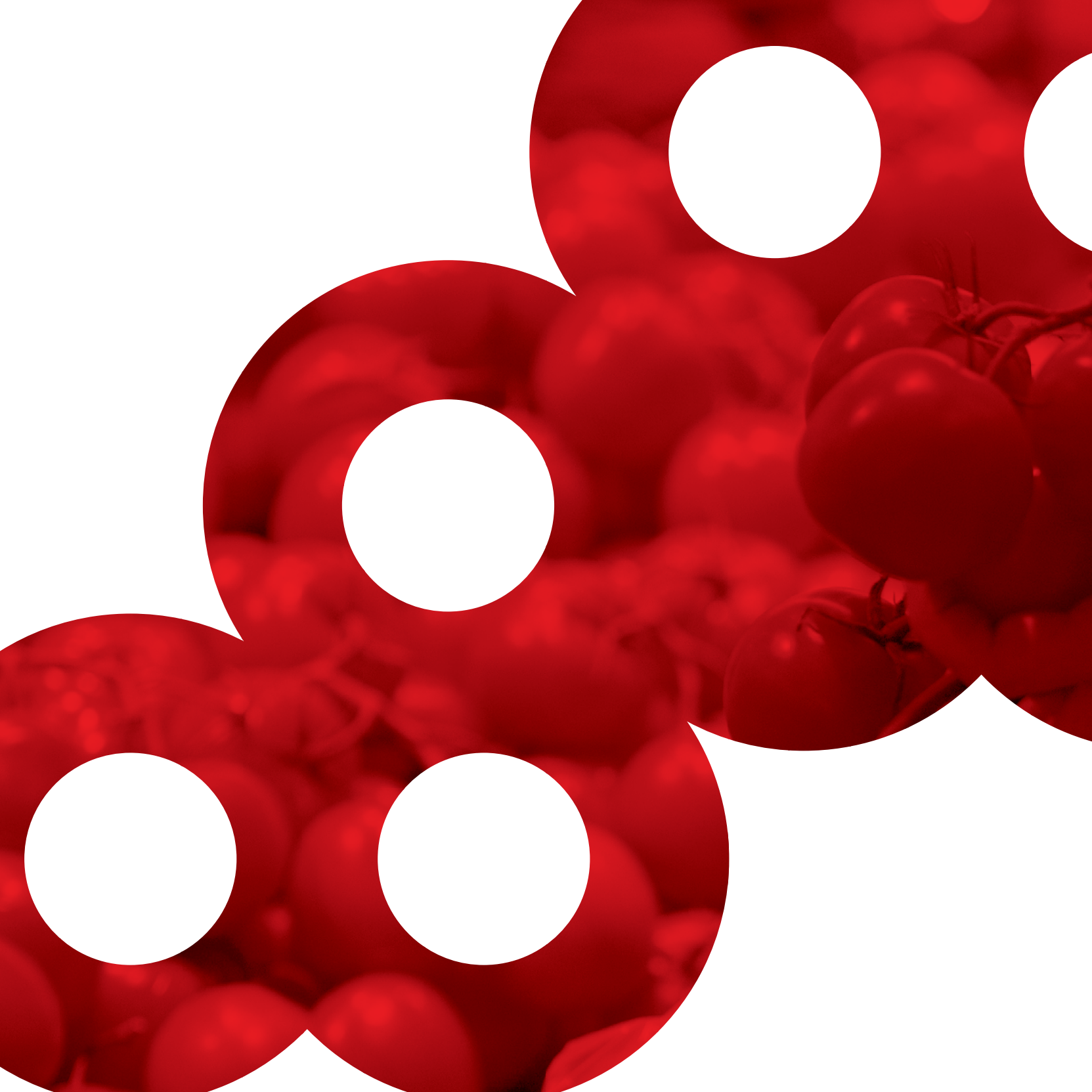
SOCIEDAD

DIA se implica en el progreso económico y social de las comunidades donde tiene presencia a través de su actividad y mediante su lucha contra el desperdicio alimentario y el desarrollo de diferentes campañas de acción social.

Destacan, entre ellas, las entregas a bancos de alimentos y organizaciones de todos los países en los que opera, con 3,96 kilos entregados, un 44% más que el año anterior, y su apoyo a la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) en España.

En 2015, mantuvo su relación con el entorno a través de una comunicación abierta que canalizó a través de su web, los medios de comunicación y diversas organizaciones públicas.





06

DIA y el medio ambiente



Política ambiental de DIA

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 y evitando en lo posible su eliminación.

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.

DIA reforzó en 2015 su compromiso con el medioambiente con un aumento de los gastos e inversiones ambientales del 74%, hasta alcanzar los 26,95 millones de euros y con la revisión y ratificación de su Política Medioambiental.

Cálculo de la huella de carbono

La compañía puso en marcha una herramienta que le permite el cálculo de la huella de carbono de sus instalaciones y actividades, y estableció nuevos indicadores de información medioambiental.

Durante 2015, DIA dio el paso de compartir públicamente la información sobre sus emisiones de gases de efecto invernadero y sus medidas para mitigarlos dando respuesta al cuestionario CDP-Climate Change.

Por esta labor fue premiada con el Best Newcomer Award Spain 2015, que otorga la organización internacional Carbon Disclosure Project (CDP) por obtener la máxima puntuación entre todas las compañías que se incorporan al índice.



06

DIA Y EL MEDIO AMBIENTE

32
33



DIA
Sostenibilidad



Ahorro energético

La utilización eficiente de los recursos energéticos es uno de los pilares del modelo de crecimiento sostenible de DIA porque contribuye a reducir su impacto ambiental y a disminuir sus costes. En 2015, la compañía redujo su consumo eléctrico por metro cuadrado entre todos los países del grupo en un 6,06% frente al 2,41% que disminuyó en el ejercicio anterior.

Entre las medidas adoptadas, sobresale la colocación de tubos LED y de arcones de congelado más eficientes en El Árbol y Max Descuento, que supuso una inversión de 8 millones de euros.





Compromiso con la reducción de emisiones contaminantes

El compromiso de la compañía con la reducción de las emisiones es prioritario en su estrategia de desarrollo sostenible, dada su importancia como operador logístico y el uso intensivo de energía que requiere la distribución.

Durante 2015, la actividad logística de DIA en todos los países generó una emisión de gases de efecto invernadero equivalente a 131.498.024 kilogramos de CO₂.

Todos los países vieron reducir esta cifra con respecto al año anterior con la excepción de España, que la incrementó como consecuencia directa del aumento de su red logística y de establecimientos.

Consumo de materiales y gestión de residuos

DIA siguió empleando en 2015 fórmulas innovadoras para evitar la degradación ambiental y promover, al mismo tiempo, un crecimiento rentable y sostenible. La compañía hizo un uso responsable de los recursos aplicando criterios de sostenibilidad y ecodiseño, con lo que consiguió reducir el consumo de materiales un 29% hasta los 15,402 millones de kg.

En la gestión de los residuos, DIA sigue un modelo de jerarquización, priorizando la prevención y evitando en lo posible su eliminación. Así, la implantación de un sistema de separación en origen de los residuos favoreció que en 2015, todos los residuos de plástico, cartón y papel gestionados fueron reciclados. También fueron reciclados el 100% de los aparatos eléctricos y el 93,97% de la chatarra.

En 2015 DIA pasó a ocupar un puesto en el Consejo de Ecoembes, organización que contribuye al cuidado del medio ambiente a través del reciclaje y el ecodiseño de los envases en España.



Resumen Cuadros GRI

LA1 RR.HH. Tipos de contrato.

	Contratos indefinido (%).			Contratos temporal (%).		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Total Grupo DIA	86,29%	87,24%	86,83%	13,71%	12,76%	13,17%

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

	Eficiencia Total (km)/mil uds. de productos vendidos.		
	2013	2014	2015
Argentina	18	9	6
Brasil	9	8	8
China	14	24	18
España	19	19	19
Portugal	29	25	245
Total DIA	18	17	16

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

	Año 2013	Año 2013	Año 2014	Año 2014	Eficiencia Año 2015 vs Eficiencia Año 2013
	Consumo eléctrico anual (Kwh).	Eficiencia= Consumo kwh / Superficie m².	Consumo eléctrico anual (Kwh).	Eficiencia= Consumo kwh / Superficie m².	
	TOTAL	Sin FOFO	TOTAL	Sin FOFO	Sin FOFO
Argentina	114.332.126,00	521,49	131.168.617	551,78	5,81%
Brasil	57.789.427,00	171,14	70.288.011	179,21	4,72%
China	16.579.000,00	221,47	15.076.417	206,31	-6,85%
España	506.080.346,76	348,81	503.118.769	331,74	-4,89%
Portugal	89.164.311,00	367,35	91.600.000	372,17	1,31%
Grupo	783.945.210,76	337,12	811.251.813,97	329,01	-2,41%

EN8 Captación de aguas.

Eficiencia = m ³ agua/m ² (superficie venta COCO y COFO + almacén).			
	2013	2014	2015
Argentina	0,060	3,523	3,094
Brasil	0,716	0,597	0,311
China	0,838	0,706	1,159
España	0,249	0,179	0,242
Portugal	1,451	1,021	1,243
Total DIA	0,516	0,542	0,569

*Los datos de 2013 han sido recalculados excluyendo Francia,
que sí estaba incluida en el perímetro de DIA ese año.

EN16 Emisiones fuentes móviles.

Eficiencia. Emisión de CO ₂ por total fuentes móviles (kg CO ₂ eq /mil unidades de productos vendidos).			
	2013	2014	2015
Argentina	14,963	7,353	4,906
Brasil	9,378	9,144	8,390
China	1,550	17,126	13,114
España	17,068	17,162	17,495
Portugal	30,055	301,859	229,396
Total DIA	15,921	15,911	14,637

PR1B Evaluación de los impactos del producto en la salud y seguridad del cliente. Control Calidad.

Número de análisis TOTALES.			
	2013	2014	2015
DIA			
Argentina	48.065	57.950	80.684
Brasil	110.180	136.868	152.112
China	23.114	11.471	11.108
España	405.439	398.861	491.703
Portugal	66.083	74.016	73.200

Número de Auditorias Internas realizadas (Cadena de frío, Limpieza e higiene, Laboratorios Internos, Auditoría de Tienda).			
	2013	2014	2015
Argentina	154	205	247
Brasil	131	375	386
China	36	91	76
España	1.061	1.130	1.113
Portugal	47	175	340
Total	1.061	1.976	2.162

PR2B Incidentes calidad seguridad.

Número de incidentes / N° de análisis (%).			
	2013	2014	2015
Argentina	13%	10%	11%
Brasil	5%	6%	6%
China	5%	5%	2%
España	18%	17%	19%
Portugal	14%	12%	11%

PR4B Incumplimientos calidad de etiquetado.

Número de incidentes etiquetado / N° de Análisis.			
	2013	2014	2015
Argentina	0,12%	0,30%	0,12%
Brasil	0,35%	1,18%	0,78%
China	0,20%	0,10%	0,05%
España	0,43%	0,49%	0,70%
Portugal	0,08%	0,16%	0,23%

PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente.

Número total de escuchas de clientes.			
	2013	2014	2015
Dia			
Argentina	1.582	2.438	26.939
Brasil	57.077	69.588	78.376
China	831	659	420
España	3.918	3.809	4.718
Portugal	353	484	322
Total	63.761	76.978	110.775



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 Umbria / 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 2015 que se puede consultar completa en la web

www.dia.corporate.com

