

DISTIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A (DIA)

1. Datos generales

Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. (DIA) se constituyó en España el día 24 de julio de 1966 como sociedad anónima. Su domicilio social y fiscal está situado en Las Rozas de Madrid. 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 de cualesquiera 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 o cualesquiera medios telemáticos de toda clase de productos y servicios de lícito comercio.
- La realización de actividades propias de agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, incluyendo entre otras, 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 a 31 diciembre 2014:

- España (segmento Iberia).
- Portugal (segmento Iberia).
- Suiza (segmento Iberia).
- Brasil (segmento Países Emergentes).
- Argentina (segmento Países Emergentes).

- China (segmento Países Emergentes).

Tras la venta del subgrupo encabezado por DIA France (segmento Francia) el 30 de noviembre de 2014, los segmentos operativos, al 31 de diciembre de 2014, son Iberia y Países Emergentes.

Con fecha 2 de julio de 2014 DIA ha suscrito un acuerdo para la compraventa del 100% del capital social de Grupo El Árbol Distribución y Supermercados, S.A. ("El Árbol"), que a su vez posee la mayor parte de la participación en Compañía Gallega de Supermercados, S.A. (controlada en un 94,24% de su capital). La consumación de la operación ha tenido lugar el 31 de octubre de 2014, fecha en la que el Grupo DIA ha tomado el control.

El segmento Iberia, está compuesto por España, Portugal y Suiza (DWT). España y Portugal son los países más antiguos del Grupo y los que sirven de modelo para los otros países. Tienen una rentabilidad muy elevada y parecida entre ellos. En Suiza, se encuentra la sociedad DWT, que presta servicios a los proveedores de las sociedades del Grupo DIA. El segmento Países Emergentes está compuesto por Brasil, Argentina y China. Estos países se caracterizan por un fuerte potencial de expansión.

La composición de las tiendas por países del grupo presenta la siguiente distribución (a 31 diciembre 2014):

- España: 4.781 tiendas (+15% vs. 2013) con una plantilla media de 23.219 (+3,1% vs. 2013).
- Portugal: 634 tiendas (-1,1% vs. 2013) con una plantilla media de 3.358 (-6,5% vs. 2013).
- Argentina: 724 tiendas (+12,6% vs. 2013) con una plantilla media de 4.567 (+17,9% vs. 2013).
- Brasil: 799 tiendas (+19,8% vs. 2013) con una plantilla media de 7.613 (+ 10,4% vs. 2013).
- China: 368 tiendas (+1,9% vs. 2013) con una plantilla media de 1.903 (-15,8% vs. 2013).

El grupo DIA, a nivel comparativo con la situación del año anterior, cuenta con un incremento neto en el número de tiendas de 843 (+13% vs. 2013), siendo España el país que concentra la mayor expansión (+630) y el resto, a gran distancia, Brasil (+183), Argentina (+81) y China (+7), siendo Portugal (-7) el único país que retrocede en número de tiendas.

A nivel de plantilla, todos los países, con diferentes proporcionalidades, presentan una correlación positiva entre el número de tiendas y la plantilla media, salvo en el caso de China, en donde el incremento neto de tiendas arroja una caída de la plantilla media respecto al ejercicio anterior.

Del global de 7.306 tiendas para el grupo DIA a cierre de 2014, 4.221 lo son bajo la modalidad de tiendas en propiedad (58%), mientras que 3.085 (42%) lo son bajo la modalidad de franquicias. No se ha podido encontrar desglose por país de la composición de las tiendas entre propias y franquiciadas.

La Sociedad DIA World Trade, S.A. está ubicada en Ginebra, Suiza, y se dedica a prestar servicios a los proveedores de las sociedades del Grupo DIA, sin computar, por ende, como establecimiento comercial.

Índices de inversión socialmente responsable

En el ejercicio 2014 no existe constancia en ninguno de los documentos consultados para el presente análisis de que DIA cotice en ningún índice bursátil de inversión socialmente responsable.

Normativa Internacional

DIA no informa sobre su compromiso con el cumplimiento de normativa y/o estándares internacionales. En su Resumen Ejecutivo de RSC 2014, hace referencia explícita a que *“su actuación en materia de responsabilidad social corporativa (RSC) se rige por normas y principios de actuación propios”*¹.

Estándares voluntarios

DIA informa que se ha adherido voluntariamente a los siguientes estándares relacionados con contenidos y sistemas de gestión de RSC:

- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (desde mayo 2013).
- Forética.

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
Informa Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas 2014	http://goo.gl/n9TGJS
Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de Sociedades Anónimas Cotizadas 2014	http://goo.gl/NXzRqS
Código Ético	http://goo.gl/f8DRM9
DIA Resumen Ejecutivo 2014	http://goo.gl/TDwxNW
DIA Resumen Ejecutivo RSC 2014	http://goo.gl/H24kDs
Cuentas Anuales e Informe de Gestión DIASA 2014	http://goo.gl/NH6TzF
Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados DIASA 2014	http://goo.gl/DJgGil
Presentación de Resultados 2014	http://goo.gl/pr78bG
Reglamento del Consejo de Administración	http://www.diacorporate.com/recursos/doc/corporativo/20150318/2015/reglamento-del-consejo-2015.pdf

¹ Página 17 Resumen Ejecutivo de RSC 2014.

Reglamento de la Junta General de Accionistas	http://goo.gl/6CWDJE
Informe anual de Remuneraciones de los Consejeros de las compañías del IBEX 35 (2013)	http://goo.gl/OAvAMk
Memoria Anual 2014 que incluye: <ul style="list-style-type: none">• Informe de actividades• Informe de Desarrollo Sostenible• Informe Financiero• Informe de Gobierno Corporativo	http://goo.gl/zUhKdq

2. Tablas de resultados

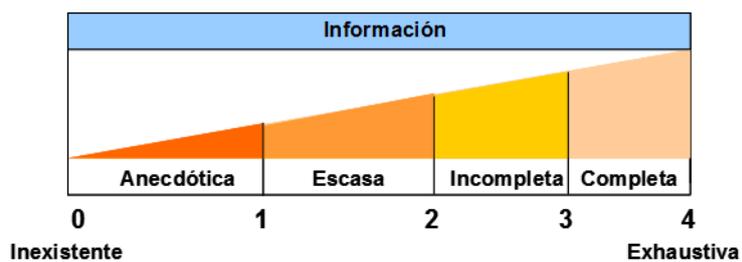
Tabla 1 - Valoraciones por dimensión

DIMENSIÓN	PUNTUACIÓN 2014
MEDIO AMBIENTE	0,86
DERECHOS HUMANOS Y LABORALES	0,30
COMUNIDAD	0,95
CORRUPCIÓN	0,40
CONSUMO	0,63
SISTEMAS DE GESTIÓN	0,73
TOTAL EMPRESA	0,64

Tabla 2 - Valoraciones por eje de análisis

EJE DE ANÁLISIS	PUNTUACIÓN 2014
TOTAL CONTENIDO	0,63
TOTAL SISTEMAS DE GESTIÓN	0,73

Tabla 3 - Grados de calidad en la información



3. Contexto general

A cierre del ejercicio 2014, la composición de capital se reparte de la siguiente manera: 8,056% en posesión de Baillie Gifford & CO; 5,013% para Cervinia Europe; 3,986% para Blue Partners, Sà.r.l y 3,145% para Blackrock INC, quedando el restante 79,8% en manos de pequeños accionistas sin participaciones significativas.

DIA y sus sociedades dependientes (Grupo DIA) tienen presencia física y desarrollan actividad en 6 países de tres continentes distintos (Europa, América y Asia). Algunos de los países en que desarrolla su actividad presentan riesgos en algunas de las diferentes dimensiones que suelen englobarse bajo el paraguas de la RSC. De esta manera, Derechos Humanos, Corrupción, Desempeño Ambiental, Derechos Laborales, Brecha de Género y Riesgo Climático quedan clasificados, atendiendo a diferentes índices internacionales, en los segmentos de riesgo extremo y alto para determinados países. A continuación se detalla de manera pormenorizada cada una de estas dimensiones que presentan riesgos extremos y altos por países.

Según el Índice de Riesgo de Vulneración de Derechos Humanos², China presenta un riesgo extremo en materia de Derechos Humanos, mientras que Brasil queda clasificado con un riesgo alto. La presencia en ambos países, dentro del Segmento Emergente, y considerados con un alto potencial de expansión, debería comportar un posicionamiento claro por parte de la misma en materia informativa y de rendición de cuentas.

Según el Índice de Percepción de la Corrupción 2014³, China, Argentina y Brasil presentan un riesgo alto de corrupción en sus instituciones políticas. La empresa rechaza expresamente la corrupción y el soborno, tal y como se puede leer en su Código Ético.

Según el Índice de Riesgo Climático 2014⁴, Argentina, España y Portugal se considera que tienen un riesgo elevado con relación al nivel de exposición y vulnerabilidad a eventos externos, y a China se la clasifica con riesgo extremo. Siendo las emisiones de CO₂ responsables de la contribución a la aceleración del cambio climático. En estos casos, la aplicación del principio de prevención, mediante la adopción de medidas de protección antes de se produzca un mayor deterioro, ayuda a garantizar la reducción de impactos al medio ambiente.

Otro aspecto importante es el relativo a la protección de los Derechos Laborales de los trabajadores. El Índice Global de los Derechos Laborales 2014⁵ evalúa dónde están mejor protegidos, en la ley y en la práctica, los derechos de los trabajadores. De los diferentes países en los que el Grupo DIA tiene presencia, China presenta un riesgo extremo de vulneración. Los países clasificados en el grupo 5 (caso de China y Turquía) son los peores países del mundo para trabajar. Si bien la legislación puede enumerar ciertos derechos, los trabajadores carecen efectivamente de acceso a ellos y están por tanto expuestos a unos regímenes autocráticos y a unas prácticas laborales injustas. Argentina tiene un riesgo considerado alto, pudiéndose producir violaciones sistemáticas de Derechos Fundamentales.

² [Índice de Vulneración de los Derechos Humanos 2014 - Maplecroft](#)

³ [Índice de Percepción de la Corrupción 2014 - Transparencia Internacional](#)

⁴ [Índice de Riesgo Climático 2014 - Germanwatch](#)

⁵ [Índice Global de los Derechos Laborales 2014 - Confederación Sindical Internacional](#)

Como último aspecto sensible en el que el Grupo DIA corre riesgos en la dimensión de la RSC es el relativo a la Brecha de Género. Así, el Índice Global de la Brecha de Género 2014⁶ sitúa a 5 de los 6 países en que tiene presencia el Grupo DIA con riesgo alto: China, Brasil, Portugal, Argentina y España. De esta manera, el 100% de la plantilla de la que se ofrece información en los diferentes documentos analizados (no se aportan datos sobre DIA World Trade, S.A. ubicada en Ginebra, Suiza), lo está en países con brecha importante entre hombres y mujeres en términos de salud, educación, economía e indicadores de políticos.

La política de RSC, adoptada por el Consejo de Administración, se apoya en los siguientes 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.

4. Análisis

4.1. Fiscalidad

DIA tiene presencia en varios países, sin embargo en la información analizada no se identifica 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. En relación a las subvenciones recibidas en la información analizada figura que DIA ha recibido Subvenciones por 2 Millones de euros en 2014 y por 2,7 Millones en 2013,

⁶ [Índice Global de la Brecha de Género 2014 – Foro Económico Mundial](#)

pero sólo a nivel agregado para todo el grupo. No aporta ninguna información adicional, ni por conceptos y con un desglose por país.

Dentro de la operativa internacional de la empresa es destacable la existencia de una sociedad participada de DIA que tiene su sede en paraísos fiscales⁷ 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". DIA WORLD TRADE, S.A. fue creada en 2011, según figura en una entrevista la empresa explica el propósito de esta nueva empresa : "... a través de esta compañía, DIA negociará con unos 70 proveedores -empresas como Procter & Gamble, Cadbury, Nestlé o Coca-Cola-, mientras que las relaciones con las industrias que fabrican la marca blanca de DIA se seguirán llevando como hasta ahora, desde la propia firma en España⁸."

Esa información no figura en las cuentas anuales, donde sólo figura que "se dedica a prestar servicios a los proveedores de las sociedades del Grupo DIA"

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

Cuenta con una Estrategia Fiscal (no figura cuándo fue aprobada), dentro de sus Políticas Corporativas, en la que referida a la utilización de paraísos fiscales recoge las siguientes buenas prácticas:

- DIA no hace uso de estructuras societarias opacas o radicadas en paraísos fiscales cuyo propósito sea ocultar información relevante a las administraciones tributarias.
- DIA evitará la utilización de estructuras de inversión de carácter artificioso con finalidades tributarias.
- DIA evitará prácticas abusivas dirigidas a la elusión de deudas tributarias o a la obtención de ventajas fiscales indebidas.

Sería interesante que en futuras ediciones informe de su operativa a través de DIA WorldTrade así como un desglose suficiente de impuestos, beneficios, volumen de facturación y operaciones intra grupo por país.

En relación a las exenciones y créditos fiscales, DIA no aporta ninguna información sobre la naturaleza de las exenciones o deducciones de las sociedades del grupo, pero sí aporta una tabla donde recoge de 9 de las 20 Sociedades que forman el Grupo la cuantía de las bases imponibles acumuladas, deducciones y exenciones a compensar en los ejercicios futuros (pg 70 IA). Estas sociedades, entre las que se incluye la matriz, están domiciliadas en España (6), Portugal (1) y China (2).

⁷ Según la metodología del Observatorio de RSC

⁸ <http://www.invertia.com/noticias/articulo-final.asp?idNoticia=2616811>

4.2. Medioambiente

El Grupo DIA en su política de RSC, menciona que uno de los principios sobre los que se basa la misma pasa por “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”. Así, los ejes del compromiso medioambiental del DIA quedan clasificados en:

- Reducción del consumo energético.
- Reducción del consumo de la bolsa de plástico.
- Innovación en el embalaje y envasado de productos.
- Minimización de la huella medioambiental.

En relación al consumo energético, en la carta del consejero delegado, contenida en el Informe de Desarrollo Sostenible, se hace mención al compromiso del Grupo DIA con el ahorro energético, apostando por los sistemas más eficientes de consumo en tienda y almacenes que, para el 2014, han proporcionado un ahorro superior al 1,5% marcado como objetivo para el Grupo en 2013. En la misma carta también se refiere que se han producido mejoras para ampliar información en los indicadores y adaptarlos a los estándares reconocidos, uno de los fines es dar respuesta al cuestionario CDP (Carbon Disclosure Project).

En el Código Ético del Grupo, disponible en la web corporativa, se hace mención al medioambiente en dos momentos. Uno, relativo a los productos, refiere que los mismos serán sometidos a controles para, entre otras razones, prevenir los riesgos asociados al medioambiente. El segundo momento es cuando se hace referencia al compromiso de DIA con las normativas de los lugares donde actúa la empresa, incluyéndose la referida al medio ambiente.

En 2014, se formalizó, difundió e implementó a nivel de Grupo su Política Ambiental, que rige su gestión en la materia atendiendo a criterios de eficiencia y sostenibilidad, y por la que se aplican criterios de sostenibilidad y eco diseño a productos y embalajes, se adoptan medidas conducentes la reducción de emisiones, se promueve el uso responsable de recursos y se fomenta la identificación de oportunidades que permitan un mejor desempeño en la materia.

La referida Política Ambiental sólo aparece citada en el documento Resumen de la RSC 2014, no encontrándose más que la presentación arriba mencionada y no encontrándose en ningún otro documento un desglose más amplio de cómo se concreta y articula la misma, ni en cuanto a objetivos y horizontes de cumplimiento se refiere.

En el reconocimiento de los principales impactos en materia ambiental, el Grupo DIA sitúa sus palancas de actuación en el ahorro energético, la gestión logística y la reducción de emisiones, consumos y residuos, cuya finalidad es la reducción de la huella ambiental. Tales impactos no son evaluados desde la perspectiva de riesgos en que incurre la empresa en sus diferentes líneas de negocio. Tampoco se proporciona información por países ni se menciona un análisis de materialidad que haya dado como resultado las actuaciones mencionadas, para las que se desconoce por tanto un contexto de

sostenibilidad más amplio que hubiera justificado su priorización y un calendario claro de actuación y de objetivos.

El ahorro energético, fundamental para el grupo cuando reconoce el uso energético intensivo del sector, se centra en la implementación y desarrollo de proyectos con el objetivo de disminuir el consumo en tiendas (mobiliario más eficiente, iluminación LED, central de frío de menor consumo de potencia frigorífica, arcones de congelado y murales de frío).

Un 70% de la red de tiendas de España recibe energía procedente exclusivamente de fuentes renovables, habiendo renovado en 2014 la certificación E.On que acredita el uso de este tipo de energía. La sede de la empresa en Madrid ha recibido la certificación LEED Oro C&S. En 2013, en una muestra de la voluntad de la empresa por profundizar en el cuidado del medio ambiente, se fijó como objetivo para 2014 adherirse a la Plataforma por la Eficiencia Energética, hito conseguido en el presente ejercicio.

En el apartado logístico, se finaliza en 2014 para España el diagnóstico ambiental de almacenes iniciado en 2013 (no se menciona si al final se han incluido o no los almacenes de Schlecker) cuyo fin es extenderse a todas las instalaciones del Grupo en todos los países. Asimismo, se trabaja en un proyecto para analizar motores más eficientes para su flota, mixtos y de gas, iniciándose un piloto con estos últimos motores en 2014 y siendo el objetivo para 2015 realizar pilotos con motores híbridos. DIA trabajó durante 2014 en el desarrollo de una herramienta propia que permitirá calcular la huella de carbono de sus instalaciones y actividades, permitiendo homogeneizar el cálculo de estándares internacionales reconocidos. No se ha podido encontrar una hoja de ruta que marque los plazos para el completo desarrollo e implementación operativa de la herramienta.

En lo relativo a la gestión de emisiones, consumos y residuos, el Grupo DIA, en su Informe de Desarrollo Sostenible, hace de la reducción en consumos y el incremento en reutilización y reciclaje una piedra angular del marco definido en el presente ejercicio para el desarrollo de un Sistema de Gestión Medioambiental (SGM). El ecodiseño, aportando criterios ecológicos, económicos y sociales, ha seguido desarrollándose en 2014 con el conocido como sistema shelf ready packaging, cuya finalidad es conseguir en un único packaging la función de transporte y exposición. La reducción del gramaje de los cartones utilizados y la simplicidad gráfica de sus diseños redujeron pesos, materiales utilizados y sustancias como tintas y barnices, así como la apuesta por monomateriales que faciliten la reutilización. Siguen trabajándose los 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.

En 2014 el total de los residuos de plástico, papel y cartón fueron reciclados mediante el proceso de separación de fracciones. No obstante, tal aseveración parece contradecirse con los datos de los Indicadores EN1 y EN2, en los que el consumo total de los materiales utilizados no coincide con el total de los materiales utilizados que son valorizados. Se requeriría un comentario que explique tal discordancia.

La política de promoción de conducta responsable de DIA se extiende en una comunicación sobre los destinos de reciclaje que puede leerse en los productos de marca propia de DIA, la puesta a disposición de los clientes de productos alternativos a la bolsa de plástico, como la bolsa de rafia, y mediante depósitos para la recogida de pilas y

reciclaje de móviles a disposición de los clientes y empleados, todo ello comunicado para transmitir el compromiso con una conducta responsable.

El Grupo DIA dispone de un Modelo de Gestión de Riesgos corporativos (MGR) que, según puede leerse en el Informe Anual de Gobierno Corporativo⁹, debe ser “aplicable en los siguientes niveles: (i) ejecución de la estrategia de DIA; (ii) concesión de los objetivos de negocio; y (iii) correcta realización de las operaciones”. Tal uso del verbo deber suscita dudas sobre si el modelo de gestión considera o no todas sus actividades y si se aplica realmente en todos los niveles.

Cuando se señalan los principales riesgos que pueden afectar los objetivos de negocio, si bien se hace mención al medio ambiente en su dimensión de riesgo a nivel operacional, el foco es muy amplio y no se especifica en qué consisten esos riesgos, cuando deberían estar definidos y evaluados anualmente, tal como puede leerse en el Informe Anual de Gobierno Corporativo¹⁰.

La respuesta a una eventual materialización de un riesgo en lo relativo a aspectos de RSC, queda expuesta haciendo alusión a la Política de Responsabilidad Social Corporativa (mayo 2013) y a sus 8 principios, sin que se encuentre referencia a los riesgos asociados a la dimensión de medio ambiente y a las respuestas previstas ante desviaciones en los indicadores que pudieran iniciar la puesta en marcha de planes de mitigación.

En lo relativo a la existencia de un Sistema de Gestión Medioambiental (SGM), se lee literalmente en el Informe de Gestión Consolidado: “En 2014 se ha definido el marco sobre el cual construir el sistema de gestión medioambiental y se han redactado, difundido e implementado a nivel internacional los primeros procedimientos como medida para garantizar la aplicación homogénea a todos los niveles, de los estándares definidos por el Grupo DIA. Este sistema de Normalización tendrá continuidad en el tiempo, ya que los procedimientos que se definen estarán sometidos a revisión y actualización continua”. Este marco se refiere a la Política Ambiental del Grupo DIA, fijada como objetivo para el 2014. No se establece un calendario para la definición e implementación del SGM que recoja los elementos contenidos en la Política Ambiental. Cabe destacar que resulta curioso el diseño de un SGM sin atender a las directrices de normativa establecida y ampliamente reconocida como podría ser la Norma ISO 140001, que daría solidez, consistencia y garantía al propio sistema. La Política Ambiental como marco para el desarrollo del SGM es imprecisa y pobre en su formulación.

A nivel valorativo, no se ha encontrado en el Informe de Desarrollo Sostenible un *road map* y una calendarización para todos los elementos que vertebran el enfoque medioambiental de DIA. Si bien la empresa está trabajando para conseguir reducciones de su huella ecológica, no se encuentran objetivos concretos que se pretendan alcanzar en medidas como el ahorro energético, las emisiones de gases contaminantes, los volúmenes de reciclado, usos de transportes alternativos (tren, ferrocarril) y, lo más importante, si el diseño e implementación del SGM se hará extensible a todos los franquiciados, que representan un 42% de las tiendas del Grupo. Así, para los indicadores relativos a la dimensión medioambiental no queda claro si se incluye la importante dimensión de franquiciados del grupo. De la misma manera, en el Código Ético DIA dice hacer propios los compromisos recogidos en los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas,

⁹ Página 26 Informe Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas.

¹⁰ Página 27 Informe Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas.

comprometiéndose a promoverlos entre aquellos con quienes se relaciona, esto es, por ejemplo, franquicias, proveedores y contratistas, reservándose el derecho a colaborar con quienes hagan explícito su compromiso al Pacto Mundial.

En el informe de desarrollo sostenible se menciona el proceso de homologación de los proveedores de la marca DIA en lo relativo a seguridad, la gestión de las actividades e instalaciones y el sistema de gestión de calidad. La gestión medioambiental no aparece como elemento explícito decisorio en el proceso de criba de proveedores para la marca del grupo, o así no queda reflejado, aportándose datos sobre el desempeño en ese sentido. Siendo el comercio minorista la actividad principal del Grupo DIA, y comercializándose muchos productos bajo su propia marca fabricados por terceros, DIA tiene una obligación ineludible en el control mediante seguimiento y auditorías del desempeño ambiental de sus proveedores, aspecto que no se desarrolla con datos cuantitativos y cualitativos que reflejen los esfuerzos de la empresa en pasar del nivel de compromiso al de control efectivo del mismo.

Por último, DIA hace mención a la existencia de un registro de normativa ambiental y registro de incumplimientos que está activo para todos los países del grupo menos para Brasil y Argentina. Cabe recordar que Argentina es un país con riesgo alto de cambio climático (gran y rápida pérdida de masa forestal como se indica en el Índice de Desempeño Ambiental¹¹) y la empresa debería incluir al país cuanto antes para conocer in extenso sus obligaciones y completar su mapa de riesgos. A nivel de multas por incumplimiento ambiental, el indicador EN28 informa de que no se ha recibido ninguna en los países de actividad del grupo.

4.3. Protección de los derechos humanos

En la página web del grupo DIA, en su apartado de Sostenibilidad y RSC, se encuentra la ya mencionada adhesión al Pacto Mundial, cuyos ejes estratégicos incluyen aspectos tan capitales como la protección de los Derechos Fundamentales, la no vulneración de Derechos Humanos, la eliminación de trabajo forzoso y bajo coacción y la erradicación del trabajo infantil. En su Código Ético no hay una mención explícita a estos derechos y compromisos, salvo la mención al derecho de colaboración con empresas que cumplan con los principios del Pacto Mundial, pero sin extenderse en los aspectos de esta dimensión o la concreción de cómo se implementan los mismos. En el documento Resumen de RSC de 2014, se encuentra la siguiente afirmación: “La relación con los proveedores está regulada por las normas internas de conducta, que establecen un trato de lealtad en un marco de prácticas comerciales transparentes. Según esta regla, los proveedores deben ser seleccionados exclusivamente en función de competencia, calidad de sus productos y condiciones de compra”. No parece que se incluyan el resto de principios relativos a los Derechos Humanos en la selección y criba de proveedores, pese a la existencia de una cláusula que DIA incluye en sus contratos con proveedores, en virtud de la cual se hacen extensibles contractualmente los principios del pacto a los mismos. No se ha encontrado mención específica a si esta cláusula se desglosa para cada uno de los principios del pacto o si es más bien una referencia genérica al mismo.

De lo visto en el análisis contextual y material del Grupo DIA, se observa que la dimensión de Derechos Humanos está en riesgo extremo en China y con un nivel alto en Brasil.

¹¹ [Índice de Desempeño Ambiental - Universidad de Yale](#)

Ambos países están en la órbita del segmento emergente y se continúa con la política de apertura de tiendas en regiones con alto potencial de crecimiento. DIA apuesta por mantener una cadena de valor eficiente a la vez que contribuye al desarrollo de la zona en que opera, de manera que para el ejercicio 2014 un 84% de los proveedores globales del grupo, más de 3.000, son empresas locales. No existen evidencias de que DIA, en su posición de gran comprador, ejerza presiones relativas a cumplimientos y controles de Derechos Humanos en mercados tan vulnerables en la materia e importantes en su estrategia de crecimiento.

En el Informe de Desarrollo Sostenible se puede leer que “como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, DIA rechaza cualquier forma de discriminación por razón de raza, color, sexo, religión, opiniones políticas, nacionalidad de origen o extracción social. Asimismo, es contraria a cualquier forma de trabajo forzoso u obligatorio, no acepta ni consiente ninguna forma de trabajo infantil, respeta la libertad de asociación de sus trabajadores y reconoce su derecho a la negociación colectiva”. Esta es la única referencia explícita al trabajo forzado e infantil en todos los documentos analizados para el presente ejercicio, sin que se encuentren menciones a directivas, principios y normativas más específicas al respecto.

No se ha encontrado mención a una Política de Derechos Humanos ni a la existencia de un sistema de Gestión de Derechos Humanos. No se hace distinción ni se tiene especial cautela en la dimensión de Derechos Humanos en los países con riesgo extremo ni alto, ni se traza una hoja de ruta para aportar información en los indicadores de la dimensión, que siguen encontrándose en desarrollo como ya lo estaban en el Informe de Desarrollo Sostenible del 2013. No se concretan objetivos ni calendarios. La falta de información precisa sobre cómo se monitorean y cuáles son las cláusulas que se introducen en el control de proveedores y contratistas para velar por el cumplimiento de los Derechos Humanos, y de aspectos tan sensibles como el trabajo forzoso e infantil, no aporta rigor ni posibilidad de rastreo de la materia, siendo insuficiente la simple mención al Pacto Mundial que hacen extensible a sus proveedores.

Esta dimensión presenta una información escasa, sin que se haga mención explícita a políticas y procedimientos concretos y aprobados que garanticen el cumplimiento de los Derechos Humanos a los que como empresa se compromete por su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas. La batería de Indicadores de desempeño social en su apartado de Derechos Humanos está en desarrollo, por lo que se espera mejor esta información en el futuro.

4.4. Protección de los derechos de los trabajadores

La plantilla del Grupo DIA asciende a 40.860 personas a finales de 2014 (no incluye la división francesa DIA France cuya venta se concretó en Noviembre de 2014). Europa concentra el 66% de la plantilla, Latinoamérica el 30% y Asia el 5%. Con respecto a 2013, Europa, sin tener en cuenta DIA France, ha experimentado un crecimiento del 2%, pese a que en el Informe de Gestión Consolidado 2014 se dice que “en el caso de España y

Portugal la plantilla es más estable y no hay variaciones"¹², lo que induce a error. Latinoamérica ha incrementado un 13%, mientras que en Asia ha decrecido un 16%, que se explica por la interrupción de operaciones en Pekín en favor de conseguir una "eficiencia de estructura en Shanghai y posicionar a la unidad de negocio en una situación más competitiva".

A través de sus 3.085 franquicias da empleo a 20.204 personas, lo que supone el 49,4% del empleo del Grupo. España representa el volumen más bajo de empleo generado por franquicia, el 26,6%, mientras que Argentina representa el valor más alto, el 66,5%. Los datos extraídos de diferentes páginas del Resumen Ejecutivo de 2014, arrojan una incoherencia para Brasil en relación al empleo generado por la franquicia respecto del total, ya que en la página 4 el empleo total para Brasil se cifra en 7.613 personas, mientras que en la página 26 del mismo documento se dice que el generado por las franquicias es 8.080 personas. Para el resto de países el empleo total siempre es superior al generado por la franquicia, siendo igual el empleo total al generado por las franquicias cuando no existiesen tiendas propias. Salvo que haya algún cambio en el alcance de la información en Brasil, los datos de empleo presentados son inconsistentes.

En el Código Ético de DIA se dice que "Generamos un ambiente de confianza y aceptamos la diversidad y la diferencias de opiniones, así conseguimos trabajar en un clima de seguridad, credibilidad y respeto a la persona", que se encuentra, también, en la web, en el apartado relativo a sus valores. En la misma dirección, en el mismo documento¹³ se encuentra que "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". La promoción y cuidado en lo relativo a la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía, y el apoyo y formación de las personas que forman la empresa, constituyen dos principios más que estructuran la política de RSC del Grupo en los aspectos humano y laboral.

En la mención a la corrupción en el Código Ético se dice que el equipo de DIA se extiende a los integrantes de la compañía e incluye a las franquicias y empresas proveedoras, socios críticos [...]", declaración coincidente con lo que se comunica en el apartado Empleados de su Informe de Desarrollo Sostenible, al afirmar que la empresa es respetuosa con la legislación de cada país, basándose sus relaciones laborales en los Derechos Humanos y Laborales reconocidos internacionalmente y en las Políticas de Responsabilidad Social Corporativa aprobadas por el Grupo.

La extensión de su compromiso parece que abarca a toda la plantilla del Grupo, propia y ajena, pero en la información relativa a su desempeño en los Indicadores Laborales, si bien desglosados por país, salvo en el indicador LA 1.1, Tipos de contrato, no queda claro si se refiere a la plantilla de tiendas propias o incluye también la de los franquiciados. De no incluirse la plantilla de las franquicias, nos encontraríamos que el alcance de la información facilitada sólo abarcaría el 50,5% de la plantilla del grupo, aspecto a corregir para completar el perímetro informativo de esta dimensión, máxime cuando la estrategia de crecimiento pasa en gran medida por la evolución de los franquiciados, como se reconoce en el Informe de Desarrollo Sostenible al considerar "a sus franquiciados como excelentes

¹² Página 16 Informe de Gestión Consolidado 2014.

¹³ Página 5 Código Ético.

embajadores de la marca y pieza fundamental de su expansión internacional", o en el Informe de Gestión Consolidado cuando dice que "el modelo de franquicia es idóneo para gestionar tiendas de proximidad y es un factor clave para mejorar y fortalecer el modelo DIA".

La política de retribución para el resto de empleados que no son miembros del consejo de administración ni altos directivos, se establece por la Dirección del Grupo, en función del mercado, la inflación, acuerdos con los sindicatos y los convenios colectivos. En el Informe de Gestión Consolidado¹⁴ se detallan los principios y fundamentos sobre los que descansa esta política, sin aportarse cifras, como sí sucede en los documentos relativos a los consejeros y altos directivos. Tal política de retribución no permite evaluar, a falta de más información, si la misma permite garantizar el carácter justo y razonable de los salarios al resto de los empleados del Grupo. Además, sería deseable que se facilitaran datos sobre las diferencias salariales entre los empleados del grupo respecto al mejor pagado y respecto al salario mínimo local, lo que permitiría comprobar el desempeño por país de la compañía en este aspecto.

Como firmante del Pacto Mundial, la empresa suscribe la "Libertad de afiliación y negociación colectiva", pacto que se menciona en su web y en el Código Ético del grupo. Este aspecto es muy importante para aquellos países en los que tiene presencia el grupo e identificados con riesgo extremo y alto, esto es, China y Argentina respectivamente. Como ya se puso de manifiesto en el Informe de Desarrollo Sostenible de 2013, el indicador LA4, relativo al convenio colectivo, vuelve a ofrecer la misma situación sobre la existencia de convenios colectivos por países: China aun no dispone de convenio colectivo. Asimismo, tampoco existe comité de empresa ni representantes de los trabajadores. Argentina sí dispone de convenio colectivo pero no de comité de empresa. DIA no explica por qué un 25% de los trabajadores en Argentina no tienen su contrato bajo el paraguas del convenio. Asimismo, ni en este caso ni en el más flagrante de China, manifiesta una hoja de ruta sobre como remediarlos, ni de cómo actualmente está velando por el libre ejercicio de los derechos de los trabajadores en estos países.

En lo relativo a aspectos de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, se lee en el Código Ético que "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".

Si bien a nivel agregado todos los países, salvo Argentina, tienen más de un 60% de su plantilla configurada por mujeres, el detalle de los cuadros directivos refleja que, salvo China, el reparto es abrumadoramente favorable a los hombres en las funciones directivas. Para el resto de categorías profesionales no se ha encontrado desglose.

En relación a los accidentes laborales, se aprecia que a nivel agregado se produce una caída del 0,4% con respecto al 2013, reduciéndose los accidentes con baja en todos los países salvo en China y Brasil, experimentando este último un importante crecimiento. La cifra de accidentes totales no coincide en los diferentes documentos analizados. Así, en el indicador LA7.B refiere 1.861 accidentes con baja, mientras que la que se proporciona en el Resumen Ejecutivo¹⁵ es de 1.873, igual que en el Resumen de RSC 2014¹⁶. Existe, pues, una

¹⁴ Página 19 Informe de Gestión Consolidado.

¹⁵ Página 8 Resumen Ejecutivo 2014.

¹⁶ Página 8 Resumen RSC 2014.

diferencia de 12 accidentes según la fuente consultada. Se desarrollan diversas acciones formativas, aunque en Brasil no se centran en prevención de accidentes, salvo la llamada semana interna de prevención de accidentes.

Se produce en 2014 un accidente mortal que queda reflejado en la Tabla del indicador LA7.B, pero no se especifican motivos, país, ni circunstancias, ni se ha encontrado referencia al mismo en ninguno de los otros documentos consultados para el presente análisis.

A modo de valoración, la información suministrada por el Grupo DIA en los documentos de acceso público se considera escasa y con carencias en aspectos en los que existen riesgos de incumplimiento en países con alto riesgo en estas materias, y se hace incompleto a su vez al no especificarse si la información suministrada alcanza a franquicias, empresas proveedoras y socios críticos, a quienes considera parte del equipo y a quienes extiende su compromiso fehacientemente recogido en códigos y en declaraciones de principios.

4.5. Impacto en la comunidad

DIA ha identificado seis grupos de interés que contribuyen a su actividad y se ven beneficiados o perjudicados por ella: empleados, clientes, franquiciados, proveedores, accionistas y, en general, la sociedad. La Política de RSC tiene como uno de sus principios "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".

Según se lee en el Resumen de RSC 2014, en el apartado de DIA y sus grupos de interés, el Grupo continuó "promoviendo el diálogo con estos colectivos para conocer y dar respuesta a sus legítimas inquietudes". En el apartado de Gestión Responsable del citado documento, DIA dice contar con un modelo de gestión eficaz que posibilita el cumplimiento de sus objetivos y garantiza los derechos de sus grupos de interés.

No se ha encontrado cómo queda procedimentado este diálogo con los diferentes grupos de interés, cómo se prioriza la atención a los mismos, qué temáticas se han abordado, qué soluciones se han alcanzado, si los procedimientos son estándar o adecuados a la realidad de los diferentes países en los que operan, etc. Esta información resulta fundamental para conocer el desempeño de la compañía en la integración de las expectativas de sus grupos de interés, por lo que sin ella resulta difícil evaluar si realmente DIA está incorporando en sus actividades y procedimientos las demandas de la comunidad donde opera.

En la selección de proveedores, y con el fin de mantener una cadena de valor eficiente y contribuir al desarrollo de las zonas donde opera, DIA prioriza la selección de proveedores locales que, para el ejercicio 2014, se situaron en un 84% a nivel de Grupo, siendo China el país con un porcentaje mayor de proveedores locales, 100%; y Portugal, con un 54,5% el de menor del grupo con diferencia, sin mencionarse las particularidades que determinan esta situación o de si hay planes para solucionarla.

En el apartado relativo a empleados del Informe de Desarrollo Sostenible, DIA dice apostar por la estabilidad en el empleo, en su convencimiento de ser la mejor manera de gestionar las relaciones laborales y contribuir a la alineación de los trabajadores con la empresa. A

nivel de Grupo la contratación indefinida se sitúa en el 87% de los trabajadores, siendo la más alta del período 2011-2014, pero sin aparecer en el indicador LA1.1 un desglose por países ni por género de la misma. No se encuentra mención específica a políticas de contratación local.

DIA considera a sus franquiciados como elemento fundamental en su modelo de negocio y la manera más eficiente de gestionar la proximidad, y dice mantener una relación con ellos de mutuo beneficio, mediante el conocimiento del mercado local brindado por los emprendedores/franquiciados y la transferencia de know how y garantía de rentabilidad que proporciona DIA. En 2014 se celebran los 25 años de las franquicias en España premiando a 5 franquiciados destacados en aspectos de eficacia, iniciativa, respeto, equipo y cliente. El 2014 se aceleró la captación de franquicias, mejorado los canales de comunicación con los emprendedores.

Resultaría de interés poder contar con mayor detalle con respecto a la III Encuesta de Satisfacción del Franquiciado, en la que desaparece el porcentaje de satisfacción del franquiciado con las expectativas iniciales del negocio, que se situó en 2013 en un 50%. La indagación de los motivos de insatisfacción, discordia o desacuerdo deberían servir a la empresa para reconfigurar aspectos de esta relación si quieren ser congruentes con el valor estratégico que le dan al franquiciado y los contenidos y expectativas que transmiten a los mismos.

En años anteriores y durante 2014, franquiciados en diferentes países se están agrupando para denunciar a DIA por prácticas que consideran irregulares e incluso abusivas. La Asociación de afectados Franquicias de Supermercados (Asafras) en palabras de su presidente, Francisco García, acusa a DIA de “llevar a cabo una mala praxis cimentada en una documentación precontractual engañosa y un falso estudio de mercado, seguida de la firma de un contrato abusivo”. Diferentes noticias aparecidas en medios de gran difusión ponen de manifiesto esta mala relación y las denuncias presentadas que están ya siendo estudiadas por la CNMC, como las que se recogen en los diferentes enlaces¹⁷.

Como resultado de sus investigaciones, la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia (CNMC) ha declarado la no incoación del procedimiento sancionador y el archivo de las actuaciones tras la denuncia presentada por la Asociación de afectados Franquicias de Supermercados (Asafras) contra la cadena de supermercados por posibles prácticas abusivas hacia los franquiciados. La CNMC ha considerado que no se aprecian indicios de infracción en las conductas examinadas¹⁸.

En cualquier caso, en la información que contienen los documentos relativos a los franquiciados, no se hace mención en ningún momento a toda la controversia entre empresa y franquiciados, produciéndose claramente un sesgo en favor de una visión sin discrepancias que no refleja la situación actual por la que atraviesa la compañía, siendo el Informe de Desarrollo Sostenible un medio que no cumple con la finalidad de rendición de cuentas exhaustiva de los aspectos positivos y de impacto negativo de la empresa y, por ende, del principio de neutralidad y calidad de la información.

¹⁷ [La rebelión de los franquiciados](#)

[El PSOE pide al Gobierno investigar a los supermercados DIA por su relación con los franquiciados](#)

[Los franquiciados de España, Francia y Portugal denuncian a DIA en Bruselas](#)

[La reacción de DIA: los franquiciados que se quejan ya no trabajan para la cadena](#)

¹⁸ [La CNMC no encuentra indicios de prácticas abusivas por parte de DIA](#)

Los dos ejes básicos de la acción social de la compañía en su “implicación en el desarrollo y bienestar de las comunidades” se centraron en 2014 en el acceso a la alimentación de los colectivos más vulnerables, la lucha contra el desperdicio y las necesidades de la infancia. Colabora estrechamente con ONG que previamente han sido sometidas a auditoría de la Fundación Lealtad, de la que DIA es entidad amiga. Se ofrece información amplia sobre actividades, programas, donaciones y campañas, pero se detallan sólo para España, Argentina y Brasil.

DIA dio respuesta junto con varias empresas del sector de la distribución, a un cuestionario de FACUA en que se aborda el despilfarro alimentario y se detalla la política social corporativa para donar productos. Se informa de que la empresa “redistribuye desde 2009 todos los productos que si no son entregados correctamente acabarían convirtiéndose en desperdicio alimentario”¹⁹. En este sentido, DIA “dispone de reglamento propio que regula el procedimiento de entrega a Bancos de Alimentos de aquellos productos que, encontrándose en perfecto estado para su consumo, no pueden ponerse a la venta por una normativa interna”²⁰, poniéndose en línea con la Ley de Transición Energética aprobada en Francia²¹ en 2015, que especifica que “los supermercados de más de 400 metros cuadrados no podrán tirar a la basura los productos perecederos, debiendo donarlos a organizaciones dedicadas a la alimentación animal o a la fabricación de abonos agrícolas”. Coincidiendo en 2014 con el Año Europeo contra el Desperdicio de Alimentos²² declarado por la Comisión Europea, DIA redobló esfuerzos en la distribución y donación de alimentos, lo que supuso para España “duplicar las cantidades entregadas con más de 2 millones de kilos, mientras que DIA Portugal transfirió más de 527.000 kilos de donaciones, un 40% más que 2013. Argentina, Brasil y China superaron los 5.000 kilos a través de distintas entidades benéficas”²³.

No parece que la empresa confunda acción social con RSE, aunque sin mayores detalles con respecto a lo comentado anteriormente sobre los procedimientos de interlocución, resolución de conflictos, e integración de expectativas legítimas y realistas de los grupos de interés en los sistemas de gestión de negocio de la empresa, el mayor contenido comunicativo recae sobre la acción social. La mencionada acción social se centra en proyectos relacionados con su actividad, sin embargo, resulta difícil determinar si esas acciones corresponden a las necesidades materiales de sus distintos grupos de interés y en concreto la comunidad local, ya que no se ha encontrado información de la interlocución ni de sus resultados con los mismos. Esto resulta fundamental para conocer las expectativas de los grupos afectados por su actividad y enfocar sus acciones a mejorar la calidad de vida de las comunidades en aquellos aspectos más relevantes.

4.6. Corrupción

DIA está comprometida “en el fondo y en la forma”, “tomando como punto de partida el estricto cumplimiento de la ley”, y “comprometida con la comunidad y la prevención de malas prácticas como la corrupción y el soborno”. El Código recoge un compromiso con la Ética y lanza un no rotundo a la corrupción. Así, en este sentido, explicita literalmente la integridad, objetividad e imparcialidad en las relaciones con terceros, de los que no acepta

¹⁹ [El sospechoso silencio de los supermercados sobre el despilfarro alimenticio](http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-grupos-de-interes/sociedad)

²⁰ <http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-grupos-de-interes/sociedad>

²¹ [Los supermercados franceses no podrán tirar alimentos a la basura](http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-grupos-de-interes/sociedad)

²² [La Eurocámara pide reducir el desperdicio de alimentos a la mitad para 2025](http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-grupos-de-interes/sociedad)

²³ <http://memoriaanual2014.diacorporate.com/capitulo/informe-sostenible/DIA-grupos-de-interes/sociedad>

regalos, comisiones ni atenciones que pudieran condicionar e influir el desarrollo de sus relaciones, evitando situaciones en que pudiera percibirse conflicto de intereses y poniéndolo en conocimiento del Comité Ético en caso de duda. La adhesión al Pacto Mundial conlleva la aceptación y promoción de la “lucha contra la corrupción, la extorsión y el soborno”, aspecto que queda inserto en la Política de Responsabilidad Social Corporativa cuando se menciona que “impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas” es uno de sus principios.

En el Informe de Gestión Consolidado 2014, se encuentra la mención a la implementación de un Modelo de Prevención de Delitos para España, con el fin de prevenir la comisión de actos contrarios a la legalidad y poder eximir a la Sociedad de responsabilidad tras la reforma del código penal de Noviembre de 2014. No se menciona que exista modelo análogo para otros países en los que, según se ha mencionado anteriormente, el Grupo tiene presencia y el riesgo de corrupción es elevado en: China, Argentina y Brasil.

El indicador SO2 sobre análisis de riesgos de corrupción revela que el pertinente análisis de riesgos se ha desarrollado en Brasil, China y España. No se ha realizado para Portugal (ni en DIA ni Clarel), y para Argentina se menciona simplemente la aplicabilidad del Código Ético, consideración insuficiente para responder al indicador. En DIA España se han realizado acciones de concienciación a los empleados para no aceptar regalos de proveedores, otros tipos de conveniencia o comodidad de terceros a proveedores. Para Clarel, re denominación de la cadena Schlecker desde su incorporación al grupo en 2013, el Código Ético es igualmente de aplicación. En 2014 se finaliza la implementación del Plan Antifraude y para 2015 está prevista la implementación de un modelo de prevención de delitos. La formación en prevención de corrupción tiene mucha disparidad entre países; así, el 100% de los trabajadores en España y en Argentina han recibido formación a través de la implementación del Código Ético, mientras que para Portugal el dato que aparece para DIA y Clarel es 0. No se sabe con seguridad si esta información, de nuevo, se refiere en exclusiva a las tiendas propias o abarca a la red de franquiciados, ni por qué, siendo el Código Ético de aplicación a todo el grupo, no existe formación para Portugal, ni qué planes y calendarios existen para alcanzar el 100% de la plantilla del resto de países.

Se ha implementado un Programa Anti-Fraude en España, que seguirá la misma metodología del Modelo de Prevención de Delitos, analizándose las actividades del grupo, y evaluándose los riesgos en relación a conductas y comportamientos susceptibles de ser fraudulentos, reportando al Director de Cumplimiento Normativo y al Comité Ético. No se menciona extensión a otros países en el Informe de Gestión Consolidado, pero en los objetivos para el 2015, en su dimensión de Gobierno Corporativo, se especifica la implementación de un Plan Antifraude en Portugal. Si bien es deseable y necesario contar con planes y procedimientos para estas temáticas, el Grupo ha empezado por aquellos países en donde el riesgo es medio, y no menciona cuándo ni de qué manera abordará planes similares para China, Argentina y Brasil. Esto revela una falta de análisis de materialidad por país que desvelaría donde centrar los esfuerzos de la compañía en los diferentes territorios donde tiene actividad.

En relación a las actividades de lobby y a la neutralidad respecto a posicionamientos políticos, el Código Ético recoge la declaración de la organización con la siguiente aseveración: “no colaboramos ni financiamos a partidos políticos en ninguno de los países en los que actuamos”.

El indicador SO5 aporta información relativa a la posición de la empresa respecto a las políticas públicas desagregada por países. Si bien el compromiso del Código Ético se extiende a todo el Grupo DIA, se observa que para China y Portugal no se menciona de manera específica el talante neutral de la organización, así como tampoco para Clarel en España. Las actividades de lobby recogidas en el mismo indicador, indican la pertenencia en Argentina a la Asociación de Supermercados Unidos (SAU), y en España la defensa de los intereses empresarial se canaliza a través de la pertenencia de la empresa a la CEOE. Para el resto de países se informa de que no existe tal política de Lobbying (Brasil) o no se menciona nada en absoluto (China y Portugal). Las aportaciones, financieras y/o en especie, se desglosan por países en el indicador SO6, siendo cero la valoración de las mismas para cada país.

En el Informe de Desarrollo Sostenible se informa de la existencia de un “Canal Ético de Consulta e Información (mayo 2012), general y por países, que tiene por objeto denunciar posibles incumplimientos del Código Ético así como resolver dudas de interpretación y analizar posibles incumplimientos del Código, de conformidad con la normativa vigente”. Se garantiza la confidencialidad de las comunicaciones recibidas y la no represalia contra los empleados que comuniquen irregularidades conductuales o incumplimientos de la ley. Se ha constituido un Comité Ético Corporativo y un Comité Ético en cada país o jurisdicción, cuya finalidad es gestionar el Canal Ético de consulta en cada jurisdicción, promoverlo y supervisar su funcionamiento. Relativo a la operativa y funcionamiento del citado Comité, en el documento *Annual Corporate Governance Report of Publicly Traded Companies* de 2014, se menciona que “The formal specification of the activities carried out by the corporate Ethics Committee is included in the DIA Group Regulations, which include the formation and functions of the Ethics Committee at corporate level and the country Ethics Committees, and the duties of the Group Human Resources Department as a guarantee of implementation of the actions needed to guarantee that all the workers have knowledge of the Ethics Code”. El documento DIA Group Regulations no ha sido encontrado entre los disponibles en la web.

En 2014 se recibieron siete denuncias a través de este canal, de las cuales cinco estaban ya resueltas y dos permanecían abiertas al cierre del ejercicio. No se menciona en qué países, por qué motivos, ni qué acciones se desarrollaron para atajar las irregularidades, así como tampoco se detallan las posibles consecuencias que hubieran podido acarrear para los implicados.

4.7. Protección de los consumidores

En el Código Ético del Grupo se indica como principal objetivo de la empresa conseguir la satisfacción del cliente, ofreciéndoles “productos y servicios de la más alta calidad al mejor precio”. El mismo documento continúa con la declaración de que “los productos que ponemos a la venta deben haber seguido todos los controles establecidos por la compañía para prevenir la aparición de riesgos relacionados con la salud, con la propiedad industrial o medio ambiente, entre otros”.

En el análisis de los riesgos operativos se exponen los riesgos de responsabilidad civil al comercializar productos alimenticios, por lo que, en aras de mitigar la materialización de este riesgo, el Grupo DIA (sin precisar fecha) implementó un programa de gestión integrada de calidad, que abarca calidades de productos/ingredientes, seguridad e higiene

y control de producto terminado, dotándose de manera preventiva de una política de seguros que cubra la responsabilidad civil sobre productos defectuosos.

El indicador PR1B informa sobre la evaluación de los impactos del producto en la salud y seguridad del cliente (control de calidad), y proporciona datos sobre el volumen de análisis realizados en laboratorios internos y externos, siendo crecientes en relación al ejercicio 2013 salvo en China, para ambos casos, mientras en España se reduce el número de análisis en laboratorios internos. Sorprende asimismo el descenso en relación al porcentaje de auditorías de proveedores de productos de marca propia en España, siendo a su vez el menor de los 5 países en los que tiene actividad comercial. No se reportan datos sobre auditorías para los proveedores de las tiendas Clarel en España ni en Portugal.

No se registran incidentes jurídicos derivados del incumplimiento legal o los códigos voluntarios sobre salud y/o seguridad del cliente para ningún país, ni para DIA ni para Clarel, ni se han derivado, por ende, multas ni sanciones.

Los incidentes detectados en relación a la regulación del etiquetado, crecen en todos los países salvo en China, sin que se especifique por qué motivos se ha incumplido y como es que se produce para todos los países (salvo China).

El número de quejas por parte de los clientes desciende en China, España y Portugal, mientras que sube en Argentina y lo hace muy notablemente en Brasil, pasándose de las 9.215 quejas registradas en 2013 a las 16.827 quejas en 2014 (+82,6%), sin que se aporten datos sobre los motivos aunque sea de manera agregada por naturalezas. No se explican los procesos de análisis ni de resolución de las quejas.

DIA cuenta desde 2006 con un Sistema de Gestión de Calidad certificado bajo la Norma ISO 9001:2008, cuya auditoría externa ha revalidado el buen funcionamiento del mismo para el ejercicio 2014. No obstante lo anterior, no se proporciona información sobre el alcance de la certificación por países. Las auditorías relativas a la gestión general de actividades e instalaciones y a las condiciones particulares de producción, se realizan para proveedores de marca propia, pero nada se dice para productos comercializados de otras marcas. Tales controles y auditorías deben ser extensibles no solo a la dimensión de calidad, sino también a aspectos de Derechos Laborales, Derechos Humanos, Medioambiente, etc. De la misma manera, debería englobarse en los procesos de auditoría a todos los proveedores de productos vendidos en sus establecimientos, ya sean bajo la modalidad de marca propia o no. No se ha encontrado información que permita validar correctamente la afirmación que se hace sobre la renovación de la certificación en 2014.

El Grupo DIA dispone de un “mapa de regulación”, por el que se tiene catalogada la diferente normativa y legislación que aplica al Grupo en sus diferentes procesos, y que reconoce, el en relativo a sus clientes, la protección de datos de carácter personal, consumo, forma de pago, publicidad y promoción de ventas, etc.

DIA se compromete a realizar una competencia leal, sin manipular, engañar o realizar comportamientos conducentes a mejorar de manera irreal su posición. Asimismo, la promoción de productos y de la propia compañía, se realiza atendiendo a criterios objetivos, sin utilizarse desacreditaciones de la competencia ni ninguna argucia susceptible de no ajustarse al derecho de la competencia. Los indicadores GRI que deberían acreditar el cumplimiento de este compromiso en la materia de comunicaciones de Marketing (PR6 y PR7) están en desarrollo, y así, por ejemplo, se desconoce si algún organismo como

Autocontrol, cuya finalidad es velar por la veracidad y calidad de la publicidad, ha certificado los contenidos y campañas publicitarias del Grupo (ni en España ni en ninguno de los países en los que tiene presencia). Se informa mediante el indicador SO8 de la imposición de una multa en España por importe de 132.546€, sanción motivada por la no indicación del precio por unidad de medida en anuncios de TV (Instituto Gallego de Consumo). Se informa de que la sanción ha sido recurrida en vía contencioso-administrativa. Es importante destacar que esta sanción ya se produjo en 2013 y que, por tanto, la empresa no ha tomado las medidas oportunas para corregir el motivo de la sanción. Puesto que el indicador sólo da información sobre el 2014, no es posible saber si la referida sanción es la misma o se ha producido de nuevo en 2014. Facilitando la información en algunos indicadores para sólo un ejercicio se falta al principio de comparabilidad, que pretende conocer la evolución y desempeño de la empresa en aspectos concretos. El mismo indicador informa sobre sanción monetaria en China, de la que no se especifican importe ni motivo de la misma.

El indicador SO7 indica que en 2014 no se han producido acciones de carácter monopolístico o que puedan atentar contra la libre competencia. La consulta en fuentes externas pone de manifiesto que DIA ha sido multada en 2014 por parte de la Dirección General de Consumo de Murcia por realizar ventas a pérdida en algunos productos²⁴. La empresa falta al principio de neutralidad y equilibrio, puesto que omite información de actuaciones que impactan negativamente en su actuación y reputación.

4.8. Gobierno corporativo

El Consejo de Administración está compuesto por 10 miembros: 1 consejero ejecutivo, 2 consejeros externos dominicales, uno considerado como "otros consejeros externos" y 6 consejeros independientes.

Entre las atribuciones del Consejo de Administración figuran la definición de la política de inversiones y financiación, el plan estratégico o de negocio y 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, la política de retribuciones y evaluación del desempeño de los altos directivos, política de gestión y control de riesgos así como política de dividendos, autocartera y sus límites.

Existen cláusulas de garantía o blindaje, cuyos beneficiarios son el Consejero Delegado (Don Ricardo Currás de Don Pablo) y el Director Ejecutivo Corporativo (Don Amado Sánchez Falcón). Así, la cláusula de garantía del contrato de Consejero Delegado, prevé la indemnización, cuando no sea motivada por despido procedente, "equivalente a 45 días de salario por año de servicio (por el periodo comprendido entre el 24 de noviembre de 1986 y el 30 de abril de 2009), más 8 días de salario por año de servicio (por el periodo comenzado el 1 de mayo de 2009), con el límite de su último salario bruto anual, con exclusión del salario en especie, las ganancias de capital o los ingresos obtenidos en virtud de la obtención o ejercicio de opciones sobre acciones o acciones gratuitas o en virtud de otros beneficios similares", tal como puede leerse en el Informe Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas²⁵. La cláusula de garantía del Director Ejecutivo Corporativo, en caso de extinción del contrato que no sea por causas de despido

²⁴ [Carrefour y Día, sancionadas por venta a pérdidas tras ser denunciadas por UPA](#)

²⁵ Página 21 Informe Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas.

precedente, fija la siguiente indemnización: "(i) 548 días de salario; más (ii) El importe equivalente a 8 días de salario por año de servicio para la empresa. Ambos contratos son comunicados y aprobados por el Consejo de Administración, mientras que la Junta General de Accionistas sólo recibe comunicación de los mismos, sin posibilidad de desautorización.

El reglamento el Consejo de Administración establece que "no se podrá nombrar consejeros que formen parte – además del Consejo de la Sociedad – de más de seis Consejos de Administración de sociedades mercantiles". Se detallan los consejeros de DIA que son miembros de otros Consejos de Administración de otras entidades cotizadas en mercados oficiales y que hayan sido comunicados a la empresa.

Un 60% de los consejeros son catalogados como independientes, y se indica que "ningún consejero independiente percibe de la Sociedad cantidades en conceptos diferentes de su remuneración como consejero, ni ha mantenido relaciones de negocio con la sociedad o su grupo". El Reglamento del Consejo de Administración menciona que los consejeros independientes podrán ser reelegidos "pero siempre que no permanezcan como tales durante un periodo continuado superior a los 12 años"²⁶.

En 2012 el Consejo de Administración de DIA aprobó la creación y establecimiento de un Canal Ético y de Consulta e Información (vía correo electrónico y vía dirección postal) a nivel corporativo y a nivel de cada jurisdicción, cuya finalidad es aclaratoria y de denuncia de incumplimientos del Código. Este canal se caracteriza por: confidencialidad, no represalia y protección de los datos de carácter personal. El Canal Ético está disponible para la plantilla de DIA²⁷, pero no se hace mención sobre si queda disponible para otros grupos de interés que pudieran estar interesados en comunicar incidencias o anomalías en su cumplimiento.

El procedimiento para la gestión de las comunicaciones/denuncia requiere que el Comité Ético determine si la comunicación está relacionada con infracciones del Código Ético o si, por el contrario, supone una irregularidad que pudiera derivar en alguna repercusión de carácter penal, suponiendo para ambos casos la apertura de un expediente. Si las quejas/comunicaciones no se ajustan a alguno de estos dos criterios, se archivan sin la previa apertura de un expediente de seguimiento. No existen datos sobre el número de expedientes de comunicaciones/denuncias en ninguna de las dos categorías, ni del volumen desestimado por no encajar en las mismas.

El Consejo de Administración de la multinacional cuenta con dos mujeres, manteniéndose estable desde 2011. Se informa de que "el consejo de administración velará por que los procesos de selección de consejeros no adolezcan de sesgos implícitos que dificulten la selección de consejeras". Las medidas que se adoptan para conseguir este punto no quedan explicitadas y DIA aduce que cuenta con un 20% de mujeres consejeras "y es de los pocos Consejos de las sociedades del Ibex-35 en los que la Presidencias del Consejo recae también en una mujer".

A nivel de Política Salarial, se encuentra detalle sobre la política de remuneraciones en el documento "Informe anual sobre remuneraciones de los consejeros de las sociedades anónimas cotizadas" y en el "Informe anual de la comisión de nombramientos y retribuciones de distribuidora internacional de alimentación, s.a". Esta comisión presenta

²⁶ Página 18 Reglamento del Consejo de Administración de Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A.

²⁷ Página 11 Código Ético.

el sistema y la cuantía de las retribuciones anuales, la retribución individual de los consejeros ejecutivos y altos directivos y de las demás condiciones de sus contratos al consejo de Administración. La aprobación de la misma pasa por la Junta General de Accionistas.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo de las Sociedades Anónimas Cotizadas, recoge el dato de la remuneración global del consejo, que ascendió en el ejercicio 2014 a 1.875.000 euros, sin que se incluyan los derechos acumulados por los consejeros en materia de pensiones, cuya valoración es 0. La remuneración del Consejo en el ejercicio 2013 se situó en 1.909.000 euros, produciéndose una disminución del 1,8% con respecto a 2014, y un incremento respecto a la del ejercicio 2012 del 6,7%. El detalle individual de las remuneraciones puede encontrarse en el apartado D del Informe Anual sobre las Remuneraciones de los Consejeros de las Sociedades Anónimas²⁸.

Según puede leerse en el anexo al informe anual sobre remuneraciones de los consejeros de DIA, "la retribución variable de los consejeros ejecutivos se configura como una visión de medio y largo plazo, que impulsa su actuación en términos estratégicos, además de la consecución de resultados a corto plazo". Acto seguido se concreta que el sistema retributivo está orientado hacia la generación de valor para la compañía, buscándose el alineamiento con los intereses de los accionistas, sin que el mismo pueda amenazar la capacidad de la sociedad para mantener una adecuada solvencia y situación financiera. No se ha encontrado en el anexo ni en el propio informe una conexión entre la remuneración variable que perciben los directivos y consejeros y la consecución de objetivos no financieros tales como cumplimiento de objetivos medioambientales o sociales, establecimiento de prácticas de buen gobierno, etc.

El Grupo DIA dispone de un modelo de gestión de riesgos corporativos, (MGR en adelante) que "debe considerar todas sus actividades en los diferentes niveles de la organización, desde aquellas a nivel corporativo, hasta las unidades de negocio" y debe, por ende, ser aplicado en los siguientes niveles: ejecución de la estrategia de DIA, consecución de los objetivos de negocio y correcta realización de las operaciones. En la agrupación de riesgos que realiza la empresa se distinguen riesgos de gobierno corporativo, entre los que se hace alusión a nivel genérico a la Responsabilidad Social Corporativa y a riesgos medioambientales en el apartado de operaciones. Dentro del apartado de riesgos de entorno se mencionan riesgos de contexto político y social de los países en los que opera la empresa. No se amplía ni se da mayor detalle de estos riesgos dentro del MGR. Tampoco se ha encontrado mayor detalle en los planes de respuesta y supervisión ante una posible materialización de los riesgos, por lo que no se puede realizar una lectura clara de los riesgos medioambientales y sociales identificados, ni sobre cómo se gestionan. Sólo existe una alusión a los principios y compromisos en que se basa la Política de Responsabilidad Social Corporativa. Esta política de RSC, como ya se ha mencionado anteriormente, fue aprobada en 2013 y, entre sus principios, se recoge el compromiso de "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", pero no se ha encontrado mayor concreción ni articulación de procesos y acciones que garanticen el cumplimiento del compromiso voluntariamente adquirido.

²⁸ Página 11 Informe Anual sobre las Remuneraciones de los Consejeros de las Sociedades Anónimas.

5. Conclusiones

La valoración global de la empresa es de **0,64**, 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 **0,63**, situándose en un área de *información anecdótica*. La valoración de la información suministrada sobre el sistema de gestión empleado, es de **0,73**, situándose en el estadio de *información anecdótica*.

Una vez se han presentado en detalle los contenidos y comentarios asociados a las diferentes dimensiones de análisis, se procede a presentar las conclusiones más destacadas para cada una de ellas.

La dimensión de medioambiente es de gran importancia para el Grupo, reconociéndose de manera explícita en los diferentes documentos analizados. El 2014 se formalizó e implementó a nivel de Grupo la Política Ambiental que, a su vez, sienta las bases del Sistema de Gestión Medioambiental (SGM). No se fija calendario de desarrollo ni implementación del mismo, ni se menciona si este SGM abarcará en su monitorización la totalidad del Grupo, incluyéndose tanto a tiendas y almacenes propios como a franquiciados, proveedores.... Si bien la empresa se centra en aspectos como la eficiencia y la sostenibilidad, la reducción de consumo energético y emisiones, el uso responsable de recursos y la innovación en embalajes, con el fin último de reducir la huella ambiental del grupo, no se encuentra mención explícita a aspectos diferenciales que requieren las operaciones en determinados países con riesgo extremo o alto en esta dimensión, y las respuestas presentadas ante la aparición de riesgos en esta materia son vagas y poco concluyentes, retro trayéndose de nuevo a los principios de los que emana la Política Ambiental y la Política de RSC. Según el Environmental Performance Index²⁹, China y Argentina presentan valores inferiores al 50% en la clasificación de países según el desempeño ambiental de las políticas públicas, lo que supone un factor multiplicador para los riesgos en materia ambiental que tienen estos dos países. Ambos estados quedan situados por debajo de la mitad de la tabla de países.

En esta dimensión no se ofrece información sobre DIA France, cuya venta se produjo en noviembre de 2014 y de la que no se realiza rendición de cuentas ni seguimiento de indicadores que reflejen los impactos de la actividad de la empresa en el país.

La dimensión de Derechos Humanos presenta la puntuación más baja de todas las dimensiones analizadas, encontrándose referencias a la misma sólo en el ámbito de los compromisos que asume la empresa por su adhesión al Pacto Mundial y en el redactado del Código Ético. De nuevo, si se pone esta dimensión en un contexto más amplio y se analiza la vulnerabilidad por países, se aprecia que China presenta un riesgo extremo y Argentina un riesgo alto en la materia. La empresa pone especial énfasis en el gran volumen de contratación a proveedores locales, con voluntad explícita de mantener una cadena de valor eficiente y contribuir al desarrollo de las zonas donde opera. Sin embargo, la dimensión de Derechos Humanos es trasladada a todos estos proveedores mediante una cláusula contractual de observancia de los principios del Pacto Mundial, sin que se haya podido concretar si existe referencia explícita a los mismos o es simplemente una cláusula no desglosada por ámbitos y por tanto genérica para todos los principios. Asimismo, se desconoce el alcance de esta cláusula a franquiciados. Los indicadores de

²⁹ [Índice de Desempeño Ambiental - Universidad de Yale](#)

esta dimensión siguen en desarrollo, como ya lo estaban en el ejercicio 2013, de manera que no se puede realizar un seguimiento por parte de los grupos de interés. La empresa debería abordar adecuadamente la información en esta materia y establecer unos objetivos y un calendario de actuación, máxime cuando se trata de mercados en los que el Grupo deposita expectativas de crecimiento y que a día de hoy no pueden ser evaluados y se carece de herramientas de monitorización y control.

Los derechos de los trabajadores presentan un riesgo extremo y alto en China y Argentina respectivamente. DIA afirma ser respetuosa con la legislación de cada país, basándose sus relaciones laborales en los Derechos Humanos y Laborales reconocidos internacionalmente y en las Políticas de Responsabilidad Social Corporativa aprobadas por el Grupo. La extensión de los compromisos del Grupo abarca a todo el equipo, considerándose como tal a empleados propios, franquiciados y proveedores. Sin embargo, no se puede determinar si la información de los indicadores en la materia tenga este alcance global. De no ser así, y siendo el volumen de empleo generado por las franquicias el 49,4% del total de empleo del Grupo, se estaría en una situación de reducido alcance de la información suministrada. De nuevo, y según se ha ido refiriendo en el presente documento, no han podido encontrarse referencias concretas a procesos que garanticen la traslación de los compromisos asumidos en la materia laboral a prácticas que puedan trazar y monitorear su cumplimiento, quedando la dimensión sujeta a la “espera de que las empresa con las que colabora, franquicias, proveedores, contratistas tengan un comportamiento coherente con los principios del Pacto Mundial”. Este aspecto es claramente insuficiente, puesto que la reiterada mención al Pacto Mundial nada tiene que ver con el desarrollo subsiguiente de sistemas, mecanismos y herramientas que permitan su cumplimiento, lo que constituiría un paso determinante para pasar de la asunción nominal de compromisos a la realidad de su monitorización.

En relación a la libertad de asociación y el derecho a la sindicación, no ha podido encontrarse información que permita confirmar que el Grupo DIA extiende su compromiso a todos los países donde opera, y por encima de regulaciones estatales que, de facto, podrían ser más laxas y que no obligarían a la empresa a tal comportamiento. En China, que presenta riesgo extremo en la materia, no existe convenio colectivo, comité de empresa ni representantes de los trabajadores (como ya pasaba en los tres casos en 2013). Argentina, con riesgo alto, tiene a un 25% de la plantilla fuera del amparo del convenio colectivo (como ya pasaba en 2013). No se proporciona información de por qué no se ha avanzado en estos dos países, ni de si existen objetivos ni calendarios de actuación.

El grupo DIA ha identificado seis grupos de interés que contribuyen a su actividad y se ven beneficiados o perjudicados por ella: empleados, clientes, franquiciados, proveedores, accionistas y, en general, la sociedad. La relación fluida, cercana y bidireccional con los mismos es un elemento clave de la Política de RSC. Sin embargo, y pese a la mención de los canales de comunicación con los grupos de interés, no es posible, a partir de la información analizada, conocer cómo la empresa recoge las sugerencias legítimas y razonables de los mismos, qué mapa de stakeholders tiene, y si es diferente según el país y, en definitiva, cómo integra los acuerdos o las preocupaciones de los grupos en los procesos de gestión del negocio y cómo estos grupos pueden participar en los procedimientos de evaluación y auditoría.

DIA hace una apuesta por la contratación indefinida para todos sus trabajadores (aunque no se especifica si esto atañe también al empleo generado por los franquiciados) y sitúa en un 87% el empleo del Grupo bajo esta modalidad. Sin embargo, no se encuentra desglose

por países según tipo de contratación, de manera que no es posible conocer las diferencias entre países ni las razones que podrían argüirse al respecto en caso de haber diferencias significativas.

Cabe destacar la ausencia de información relativa a las controversias entre empresa y numerosos franquiciados, que se han unido bajo la representación de la Asociación de afectados Franquicias de Supermercados (Asafras), denunciando la mala praxis, documentación engañosa y condiciones contractuales abusivas y que han presentado ante la CNMV. Si bien es cierto que la CNMV ha considerado que no se aprecian indicios de infracción en las conductas examinadas, la empresa no hace mención en absoluto a la incoación de tales procesos en su Informe de Desarrollo Sostenible, presentando unos datos sobre la satisfacción de los encuestados que no se comentan en absoluto y en los que no aparece la mala relación con una parte del colectivo de franquiciados.

DIA ha implementado en España un Modelo de Prevención de Delitos y un Programa Anti-fraude. No se ha encontrado que existan planes para el resto de países en los que el Grupo tiene presencia y en los que el riesgo es elevado, como China, Argentina y Brasil. Si se menciona para Portugal la implementación de un Plan Antifraude, siendo objetivo para el 2015. No se menciona la extensión de estos planes para Clarel ni en España ni en Portugal.

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, y en Argentina, a través de la Asociación de Supermercados Unidos (SAU).

DIA se compromete a que todos “los productos que ponemos a la venta deben haber seguido todos los controles establecidos por la compañía para prevenir la aparición de riesgos relacionados con la salud, con la propiedad industrial o medio ambiente, entre otros”. La empresa ha implementado un programa de gestión integrada de calidad (sin precisar la fecha de implementación), que abarca calidades de productos/ingredientes, seguridad e higiene y control de producto terminado, dotándose de manera preventiva de una política de seguros que cubra la responsabilidad civil sobre productos defectuosos.

DIA cuenta desde 2006 con un Sistema de Gestión de Calidad certificado bajo la Norma ISO 9001:2008, cuya auditoría externa ha revalidado el buen funcionamiento del mismo para el ejercicio 2014.

No se ha podido verificar si la extensión del Sistema de Gestión de Calidad abarca todos los productos, ya sean comercializados bajo marca propia o bajo otras marcas comerciales, ni si el mencionado SGC está disponible para la red de franquiciados y sus relaciones con los proveedores locales o sólo para las tiendas propias de DIA.

No se explica porque el porcentaje de productos de marca propia auditados para España es la más baja de entre todos los países y la más baja de la serie historia que se presenta.

Las quejas registradas por países presentan un incremento importante para Argentina y notable para Brasil, sin que se aporte más información al respecto. Los incidentes relacionados con el etiquetado suben en todos los países, salvo en China.

DIA ha sido sancionada por importe de 132.546€ por parte de Instituto Gallego de Consumo, al no indicarse el precio por unidad de medida en anuncios de TV. Esta sanción se produce de nuevo en 2014, como ya se produjo en 2013.

DIA cuenta con dos contratos blindados o de garantía para el Consejero Delegado (Don Ricardo Currás de Don Pablo) y para el Director Ejecutivo Corporativo (Don Amando Sánchez Falcón). El informe anual de gobierno corporativo de las sociedades anónimas cotizadas recoge las cuantías de las indemnizaciones pagaderas en caso de extinción de contrato por causas no procedentes. Tales cláusulas de garantía o blindaje son autorizadas sólo por el Consejo de Administración, pero no por la Junta de Accionistas, que recibe simplemente notificación de las mismas pero sin capacidad para revocarlas.

El porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración se sitúa desde 2011 en el 20%, siendo a su vez la presidenta el Consejo una mujer. DIA cumple con el Código de Buen Gobierno en su objetivo de lograr una adecuada diversidad de género en los Consejos de Administración. Así, el Consejo de Administración vela porque los procesos de selección no adolezcan de sesgos implícitos de dificulten la selección de mujeres consejeras. La búsqueda de potenciales candidatos tiene en cuenta a las mujeres que presenten un perfil profesional adecuado. La Comisión de Nombramientos y Retribuciones asume como función el establecimiento de un objetivo de representación para el sexo menos representado en el Consejo, elaborando recomendaciones sobre cómo alcanzar los objetivos. No se ha encontrado qué objetivos de representación por género se marca la empresa y explícitamente no se considera escaso el hecho de tener dos consejeras.

En lo que respecta a las remuneraciones variables de los consejeros, no se ha encontrado que esté relacionada con objetivos no financieros, tales como objetivos medioambientales, sociales o de prácticas de buen gobierno. No ha podido establecerse una correlación entre objetivos de RSC en sus diferentes dimensiones y las remuneraciones de los consejeros.

El alcance de la información suministrada por DIA falta al principio de totalidad y exhaustividad, puesto que todo el Informe de Desarrollo Sostenible, así como el resto de documentos consultados, se centra en proporcionar información sobre las actividades de comercialización que realiza el grupo, sin encontrarse ninguna referencia a las otras actividades o líneas de negocio que el Grupo comunica que tiene: comercialización de productos y servicios de telecomunicaciones, distribución productos petrolíferos, etc.

En esta misma línea, DIA no aporta información sobre la actividad mantenida por DIA France hasta su venta en noviembre de 2014, de manera que no se comunica a los grupos de interés información relativa a los impactos de la misma.

Los documentos utilizados para realizar el presente análisis son los que se encuentran disponibles a través de la web del Grupo. Algunos de ellos pueden ser fácilmente descargados, mientras que otros, como el Informe de Desarrollo Sostenible, está disponible online y de manera fragmentada, pudiéndose descargar resúmenes ejecutivos que no son exhaustivos en relación al contenido web. Todo ello dificulta la accesibilidad y la facilidad de análisis para los GI, obligando a consultar diferentes enlaces sin que exista, por ejemplo, un repositorio completo de indicadores GRI. Se han realizado consultas a otras fuentes para tratar de dilucidar puntos que pudieran quedar incompletos o para corroborar cierta información. Tal ha sido el caso relacionado con las multas sobre vulneración de competencia o el relativo a las controversias y denuncias con los franquiciados, que en ambos casos han puesto de relieve omisiones importantes que han cambiado la imagen que la empresa ofrece en sus documentos.

No para todos los indicadores se ha encontrado información de años anteriores, por lo que la comparabilidad puede quedar incompleta en algunas dimensiones sin que pueda realizarse un análisis de los resultados conseguidos con la implementación de políticas concretas. Cuando han aparecido valores para indicadores que presentan una diferencia significativa con los de años precedentes, no se ha encontrado información que permita contextualizar los resultados y entender el valor del ejercicio. La necesaria comparabilidad entre diferentes ejercicios para un mismo país y la comparabilidad entre países no siempre está presente para todos los indicadores, lo que imposibilita realizar análisis de comportamiento de la empresa en las diferentes dimensiones de la RSC para los diferentes países. Especial relevancia tiene cuando en determinadas dimensiones los riesgos-país que enfrenta la empresa por su actividad en los mismos son destacables, y se requeriría especial celo y cuidado en la implementación de políticas y en la comunicación de información y rendición de cuentas. La agregación de datos en algunos indicadores compromete la transparencia y el alcance de la información. Es significativo el número de indicadores, algunos tan importantes como los relativos a los Derechos Humanos, cuyo estatus es en desarrollo, sin que se precise un calendario para reportar la información.

Se echa en falta que la empresa suscriba compromisos con diferentes regulaciones, estándares o declaraciones que sean más específicos en algunas dimensiones, como la de Derechos Humanos, Derechos Laborales, trabajo forzoso... El Pacto Mundial es el único compromiso públicamente manifestado, siendo piedra angular del desarrollo de la Política de Responsabilidad Social Corporativa y elemento de extensión del compromiso de la empresa para con, por ejemplo, sus proveedores, sin que hay podido encontrarse documentado de qué manera se desgranar estos principios genéricos en actuaciones concretas que garanticen el cumplimiento de los principios por parte de todas las terceras partes con quienes se relaciona la compañía.

En lo relativo a la neutralidad de la información, se encuentra a faltar la inclusión de información externa, ya sea proveniente de partes interesadas o de otras fuentes, que pudiera completar la que la empresa presenta en sus documentos. Hubiera sido deseable, en aras de esta neutralidad y buena fe, encontrar informaciones sobre la situación de la empresa con sus franquiciados, por la importancia del desencuentro y por el volumen de referencias a la misma en medios de información generalistas.

En esta línea, cabe mencionar también la ausencia específica del cómo se ha consensuado con los grupos de interés el qué se comunica y el cómo se hace, sin que pueda decirse que exista un proceso de retroalimentación y más bien estemos ante una presentación de la información sujeta a los criterios de la empresa. Si bien es cierto que la empresa utiliza el GRI para presentar la información y estructurar su contenido, no puede concluirse que exista una co-construcción de indicadores y contenidos a comunicar con los GI. DIA realiza una identificación de los grupos de interés, pero no se ha encontrado concreción sobre los expectativas y necesidades que éstos hayan podido trasladar a la empresa y cómo han podido integrarse estas necesidades, acuerdos y compromisos con los diferentes GI en los sistemas de gestión. La falta de información al respecto no permite validar que la comunicación fluida y bidireccional que la empresa dice mantener con los grupos de interés haya servido para tener presente sus posturas y demandas, tanto en los sistemas de gestión como en los análisis y evaluaciones de procedimientos para abordar temáticas de diversa índole en el marco de la RSC. No se ha encontrado información sobre denuncias, reclamaciones, sanciones y conflictos abiertos que proporcione una imagen sobre contenidos y estado de relaciones empresa/GI.

Cuando se analizan los riesgos que atañen a las diferentes dimensiones de la RSC, no se encuentra 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.

Pese a que DIA aprobara en 2013 su Política de RSC, no puede afirmarse que de este compromiso empresarial se haya desarrollado un Sistema de Gestión de la RSC como tal, que recoja, por tanto, las diferentes dimensiones y las integre de manera congruente en los procedimientos y operaciones de negocio de la compañía. Más bien parece existir un estancamiento en los primeros estadios del proceso que debería conducir a la implementación de un sistema de gestión de la RSC transversal. Los compromisos, vehiculizados a través del Pacto Mundial y el desarrollo del Código Ético han derivado en la concreción de algunas políticas (Ambiental, Anti fraude, Corrupción), sin que se haya profundizado en la exposición de objetivos, procedimientos, calendarios de implementación, resultados, baterías de indicadores, etc. Al no darse mayores pasos en la integración de un sistema de gestión de la RSC con carácter transversal, la empresa realiza el análisis de sostenibilidad presentando información descontextualizada en relación a los objetivos perseguidos y apuntala muchas de sus explicaciones en diversas dimensiones de la RSC a principios generalistas contenidos en el Pacto Mundial. Existe una interrupción entre los compromisos adquiridos y el resto de acciones que deberían construir procedimientos que impactaran en la gestión de la empresa para la efectiva consideración y seguimiento de los objetivos de RSC.

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. No se ha encontrado mención a una validación externa del procedimiento y de la información contenida en la memoria, lo que supone contravenir el principio auditabilidad y fiabilidad de la información publicada.