

# EROSKI, una empresa socialmente responsable

LA COMPAÑÍA RENUOVA LA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL SA 8000 DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



EROSKI cuenta de nuevo con la certificación internacional con mayor reconocimiento para la gestión de los derechos humanos en el puesto de trabajo: la norma SA 8000 de Responsabilidad Social. Esto supone que la empresa no solo respeta la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, y los principales acuerdos sobre derechos laborales propugnados por la Organización Internacional de Trabajo, sino que los cumple y está comprometida a trasladar una serie de responsabilidades y valores en este sentido a sus proveedores, trabajadores, consumidores y la sociedad en general.

La cooperativa ha renovado recientemente la acreditación SA 8000, tras pa-

sar una exhaustiva auditoría externa. Ya en 2003 EROSKI fue la primera empresa de distribución española y la segunda en Europa en obtener este reconocimiento creado por la entidad estadounidense Social Accountability International, con el propósito de promover mejores condiciones laborales en las empresas que de forma voluntaria quieren alcanzar la certificación.

Como en los años 2006 y 2009, ahora de nuevo con la revalidación de la SA 8000, se pone en valor interna y externamente el buen hacer de EROSKI en cuanto a la gestión responsable de todas sus personas en el ámbito laboral. De hecho, gracias a esta norma, también se garantiza que los fabricantes de productos de Asia con los que EROSKI trabaja también respetan los de-

rechos humanos en toda su cadena de producción.

La acreditación se homologa cada tres años con un examen profundo como el que acaba de pasar la cooperativa.

Cada seis meses EROSKI también es auditada para garantizar que la norma se cumple según los requisitos establecidos. Por eso, a finales de este año, la empresa se volverá a someter a la auditoría anual de seguimiento.

## Comité Ético

A raíz del compromiso que adquirió en su día EROSKI con la certificación SA 8000, se implantó un sistema de gestión ético con varios elementos esenciales con sus proveedores y trabajadores. Por un lado,

## >> La web

### ¿Qué se puede mejorar?

Aunque casi seis de cada 10 lectores no realizarían ninguna mejora en la revista y un 94,7% no prescindiría hoy en día de ninguna de sus secciones, no todo es perfecto y siempre se puede mejorar a la luz de las ideas que plantean los propios lectores. Durante los cerca de 40 años de vida de EROSKI CONSUMER siempre se les ha escuchado y esta vez, no podía ser menos.

La sección que más interés suscita es la de alimentación. De ahí que este año se hayan incluido varias páginas con prácticas recetas de cocina, un aspecto valorado de forma muy positiva en la encuesta, ya que ha sido mencionado por el 40,7% de los lectores.

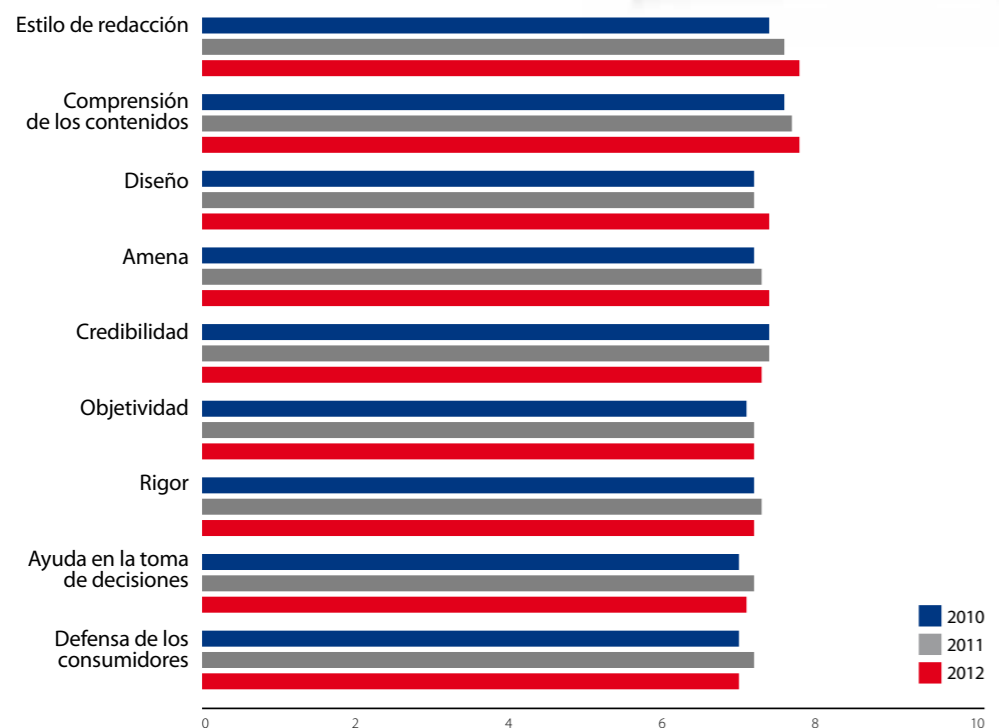
A pesar de que los artículos de salud son los segundos en el ranking de interés, no se menciona tanto como en 2011, un decrecimiento que también se da con las investigaciones que son portada cada mes en la revista. Sin duda, estas tendencias marcan la labor presente y futura de EROSKI CONSUMER que también debe fijar sus esfuerzos en seguir apostando por otros temas que más reclaman los lectores, como información sobre viajes y los relacionados con la sección estrella de la revista (nutrición y alimentación).

Desde 1998, la revista impresa también se puede consultar en la página web de información al consumidor [www.consumer.es](http://www.consumer.es). En sus inicios, tan solo ofrecía la edición on line de la revista impresa, pero poco a poco se ha ido desarrollando hasta hoy en día ser una página líder en el sector que publica a diario contenidos exclusivos en todos sus canales de información: Alimentación, Bebé, Bricolaje, Economía Doméstica, Educación, Mascotas, Medio Ambiente, Salud, Seguridad Alimentaria, Solidaridad y Nuevas Tecnologías.

Según los datos recogidos en la encuesta, se aprecia un incremento en el porcentaje de entrevistados que conoce la web, alcanzando el 46,4%. La mayor parte de ellos, además, la han visitado y le otorgan una valoración media de 7,2, una puntuación idéntica a la que ya le dieron en 2011.//



### ¿CÓMO DEFINIRÍA USTED LA REVISTA EROSKI CONSUMER?



### EROSKI CONSUMER en cifras

... **1974: a partir de ese año la Fundación EROSKI comienza a publicar esta revista.**

... **4: los idiomas (castellano, euskera, gallego y catalán) en los que se edita este proyecto informativo plurilingüe. La revista se edita en papel en los tres primeros.**

... **1998: desde entonces Internet cuenta con [www.consumer.es](http://www.consumer.es), el portal especializado en información para el consumidor.**

... **1º: nuestro proyecto web es el de mayor audiencia en información al consumidor en nuestro país. EROSKI CONSUMER ofrece la Guía del Camino de Santiago más visitada del mundo ([www.caminodesantiago.consumer.es/](http://www.caminodesantiago.consumer.es/)).**

... **3.500: el número de recetas disponibles en [www.consumer.es/alimentacion/recetas](http://www.consumer.es/alimentacion/recetas).**

... **1 millón: los suscriptores que reciben cada semana los boletines informativos on line de EROSKI CONSUMER.**

... **1998: los números de la revista publicados desde 1998 pueden consultarse en la hemeroteca de la web.**

... **2011: al rediseño de los canales informativos en la web, se suma la inclusión de uno nuevo (Bebé) y el lanzamiento de EROSKI CONSUMER a las redes sociales Facebook y Twitter.**

... **2012: nace el canal temático de Mascotas.**