

Proveedores: Igualdad de oportunidades y beneficio mutuo

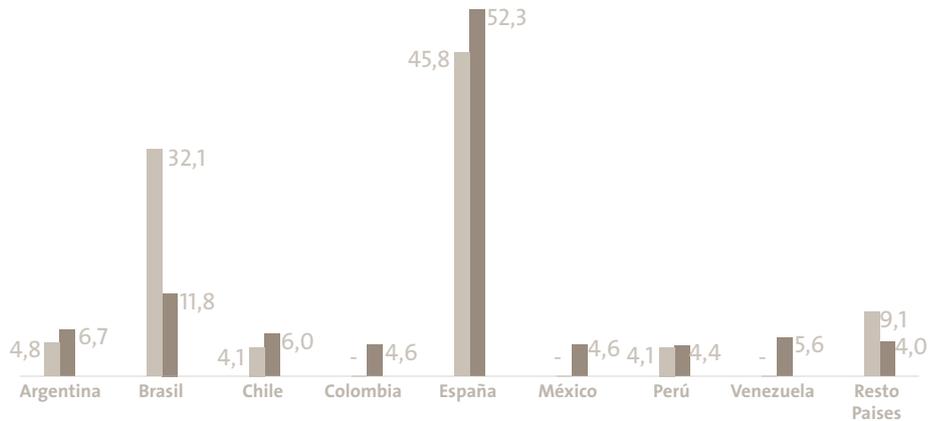
Índice

Carta del Presidente	4
Telefónica, motor de progreso para todos	6
00 Así es Telefónica 2005	8
01 Gobierno Corporativo	20
02 Identidad	32
03 Motor de progreso	66
04 Clientes	104
5 Accionistas	168
06 Empleados	178
07 Sociedad	226
08 Medio Ambiente	252
<hr/>	
09 Proveedores	292
Volumen de compras	294
Modelo de compras	296
Satisfacción del proveedor	298
Fomento de estándares éticos	300
<hr/>	
10 Medios	304
11 ANEXO I	310



Distribución de compras del Grupo Telefónica por países

Datos en porcentajes sobre el total de compras



Volumen de compras¹

El volumen de compra adjudicado con cargo a presupuesto de 2005 ascendió a más de 13.000 millones de euros (12.000 en 2004). Su distribución por países mantiene a España como el país con mayor volumen de compras y a Brasil en segundo lugar.

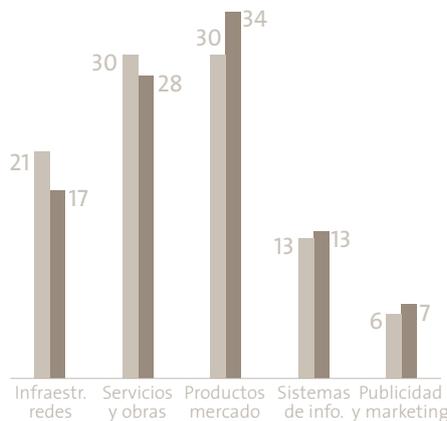
Dicho volumen de compras fue adjudicado a 18.834 proveedores en todo el mundo (15.539 en 2004). Los diez principales proveedores del Grupo Telefónica en el mundo fueron (en orden alfabético) Alcatel, Brightstar, Carat, Ericsson, IBM, Lucent, Motorola, Nokia, Siemens y Vitelcom.

Telefónica clasifica sus compras en cinco líneas de producto (infraestructura de redes, servicios y obras, productos de mercado, sistemas de información y publicidad y marketing). La mayor partida suele estar destinada a la categoría de productos de mercado (que incluye los terminales móviles), que junto con la de servicios y obras suponen más del 60% de las compras. La parte restante se distribuye entre infraestructura de redes, sistemas de información y, en menor medida, publicidad y marketing.

Telefónica es una compañía comprometida con el progreso económico y social de los países en los que está presente. Este compromiso se concreta en el alto porcentaje de proveedores adjudicatarios ubicados en el propio país, cuya media fue del 90% en 2005 (92% en 2004).

Distribución de compras por líneas de productos

Datos en porcentajes



¹ Nota: Los datos no incluyen ni a vivo ni a las empresas de Telefónica en la República Checa.

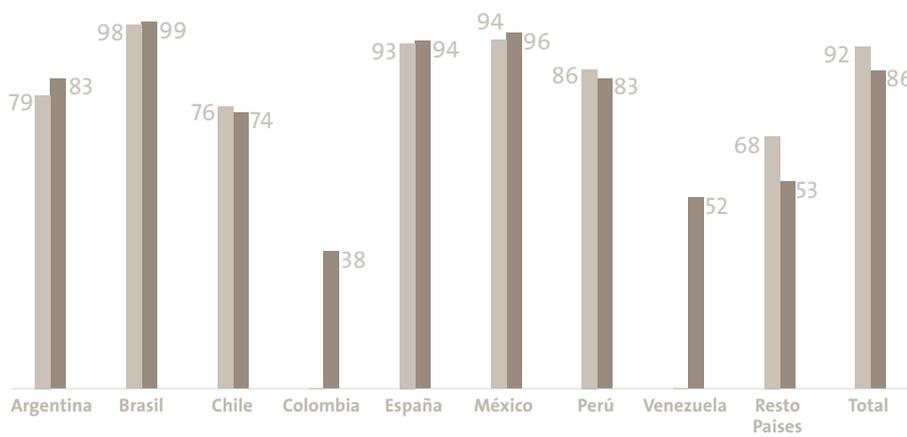
Proveedores adjudicatarios por países

Datos en unidades



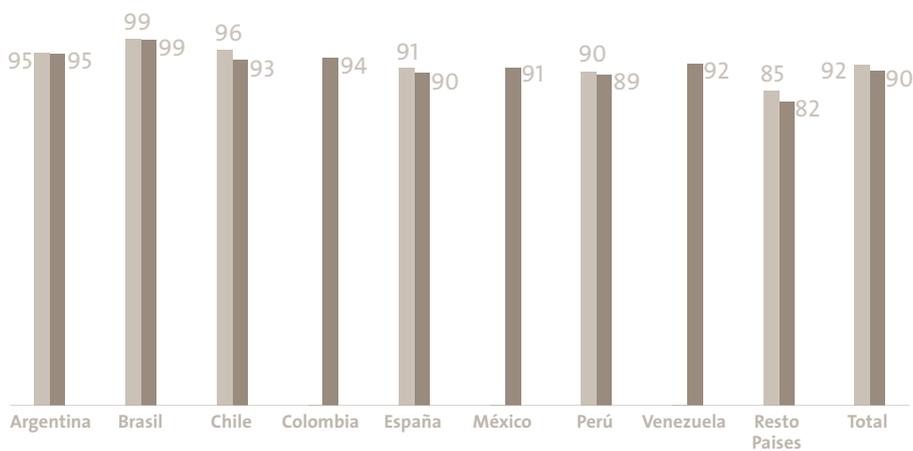
Volumen de compras locales por países

Datos en porcentajes



Proveedores locales adjudicatarios por países

Datos en porcentajes





Opinión del proveedor sobre el modelo de compras de Telefónica

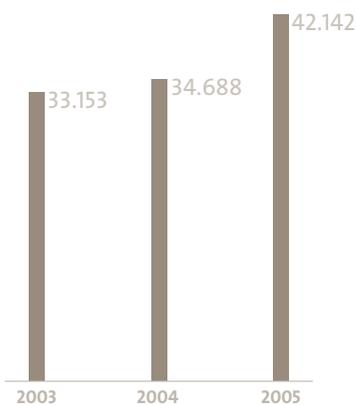
Datos en porcentaje



Sistema avanzado de compras

Proveedores inscritos en el catálogo de proveedores de Telefónica

Datos en unidades



Consciente de la importancia que las compras y la relación con los proveedores tiene en los resultados del negocio, Telefónica gestiona las compras en todas sus empresas mediante un modelo de gestión común: el Sistema Avanzado de Compras (SAC). Su objetivo es optimizar las compras en su triple dimensión de precio, calidad y servicio, para reducir costes, mejorar la competitividad y generar valor.

En diciembre de 2005 se gestionaban por este modelo las compras de 141 empresas del Grupo, repartidas entre los 19 principales países en los que Telefónica tiene presencia. El proceso, según este modelo, se articula en torno a las Mesas de Compras, foros donde se reúnen las distintas áreas implicadas en la compra para analizar la misma, establecer precios objetivo y finalmente decidir, por unanimidad, sobre la adjudicación. Actualmente existen nueve Mesas de Compras ubicadas en Madrid, São Paulo, Río de Janeiro, Lima, Buenos Aires, Santiago de Chile, México D.F., Bogotá y Caracas, lo que permite realizar una gestión global o local de las compras según resulte más adecuado.

El Modelo de Compras de Telefónica posee una serie de características que facilitan la objetividad y la transparencia de las mismas:

- La posibilidad de inscripción global en el Catálogo de Proveedores de Telefónica está disponible para todas aquellas empresas que tengan interés en trabajar con la Compañía. Este Catálogo es común para todo el Grupo y la inscripción en él se puede realizar a

través del Portal del Proveedor accesible desde la página web oficial de Telefónica. El número de proveedores inscritos como posibles ofertantes en el Catálogo de Proveedores de Telefónica a finales de 2005 era de 42.142.

- En las Mesas de Compras participan todas las áreas implicadas en la compra y las decisiones se toman por unanimidad entre todas ellas.
- Telefónica dispone de un Manual de Estilo que describe los Principios Generales y las pautas de conducta que deben regir las actuaciones de todas las personas que intervienen en un proceso de compra. Entre estos principios cabe destacar la igualdad de oportunidades para todos los proveedores oferentes.
- Asimismo, las aplicaciones de comercio electrónico que se están utilizando y desarrollando en el Grupo Telefónica permiten, además de un incremento de la eficacia y la eficiencia operativa en los procesos y una mayor transparencia en la gestión de ofertas con los proveedores.

Específicamente en Brasil, en cumplimiento de la resolución 155 de ANATEL, TeleSP tiene la obligación de anunciar públicamente todos sus procesos de compra de servicios de comunicaciones y adquisición de equipamientos con valor superior a un millón de reales. Por este motivo se anuncia, cuando aplican estas condiciones, en la página web la apertura de concurso público, incentivando la igualdad de oportunidades.

Volumen de compra online en el Grupo Telefónica

	e-Sourcing		Subastas	
	Volumen compra (millones de euros)	Nº procesos compra	Volumen compra (millones de euros)	Nº procesos compra
Argentina	755	2.303	49	126
Brasil	1.527	2.661	324	229
Chile	544	1.450	60	56
España	4.272	10.174	193	372
México	506	870	8	27
Perú	492	3.154	52	138
Total	8.099	20.612	685	948

Comercio electrónico

Telefónica está utilizando la tecnología más avanzada de gestión electrónica a través de internet para la relación con sus proveedores en todo el proceso de compras y suministro.

En este sentido, Telefónica, a través de Adquira España, ya dispone de una plataforma global de comercio electrónico para la gestión de todo el proceso de compras y suministro. Adquira España es una compañía líder en soluciones y servicios de negociación y aprovisionamiento que está participada por cuatro grandes compañías españolas: BBVA, Iberia, Repsol-YPF y Telefónica. Esta plataforma de comercio electrónico permite:

- la gestión electrónica de ofertas y negociación de las mismas, así como la realización de subastas (e-sourcing).
- la elaboración, aprobación y firma electrónica de compromisos con proveedores (contratos y cartas de adjudicación). (Contracts)
- la gestión electrónica de pedidos y órdenes de servicio por parte de las áreas usuarias sobre catálogos previamente negociados por Compras (e-procurement), el envío de la nota de entrega o albarán por el proveedor, así como la aceptación del bien o servicio por parte del área correspondiente.
- el proceso de facturación por parte de los proveedores a partir de los pedidos emitidos de forma electrónica y ya aceptados.

Actualmente, la gestión electrónica de ofertas se utiliza de forma generalizada en España, Brasil, Argentina, Perú, Chile y México. El volumen de compras negociado en el año 2005 a través del mercado electrónico de Adquira fue de 8.264 millones de euros (3.990 en 2004), correspondiente a 20.612 procesos de compra (12.675 en 2004).

La modalidad de negociación de compras a través de subastas electrónicas, utilizada desde 2004, proporciona una mayor transparencia y objetividad en el proceso de compra, plena igualdad de oportunidades para todos los proveedores oferentes, además de mayor agilidad en la gestión de la compra. En 2005 se gestionaron mediante subastas 948 procesos de compra que supusieron un importe de adjudicación de 685 millones de euros.

Cabe destacar la significativa mejora de resultados obtenidos en las compras negociadas electrónicamente frente a las realizadas mediante medios convencionales.

Asimismo, durante 2005 se continuó con la implantación del e-procurement (aprovisionamiento electrónico) en las empresas del Grupo Telefónica en España, en Brasil y en Perú. También se implantó una solución de la facturación electrónica en empresas españolas. Por último, durante 2005 se implantó una herramienta de formalización electrónica de contratos en empresas de España, Perú, México, Colombia, Venezuela y Ecuador, mediante la cual se han formalizado 756 millones de euros.

CASO PRÁCTICO

Portal del proveedor

El Portal del proveedor, accesible en la dirección de internet: www.telefonica.es/proveedores, es el principal canal de información entre Telefónica y sus proveedores. Éstos pueden acceder a información global sobre cómo ser proveedor del Grupo Telefónica, sobre el proceso de compra que sigue Telefónica y sobre los principales proyectos que Telefónica está acometiendo relacionados con el comercio electrónico.

Asimismo, a través del Portal del proveedor se puede gestionar la solicitud de inscripción en el Catálogo de Proveedores, así como acceder a la plataforma de comercio electrónico de Adquira. Permite también el acceso a otros portales específicos de las empresas de Telefónica como e- Agora de Telefónica de España.



Satisfacción del proveedor

Encuesta de satisfacción

Encuestas de satisfacción

Telefónica desea establecer con sus proveedores relaciones a largo plazo, en las que tanto Telefónica como los proveedores estén satisfechos. Para comprobar el nivel de satisfacción de los proveedores con Telefónica, en 2005 se realizó una encuesta online, de carácter confidencial, a todos los proveedores inscritos en el Catálogo de Telefónica.

La confidencialidad de las respuestas se garantizaba mediante la gestión de la encuesta a través de Atento como proveedor intermedio y la ausencia de registro individualizado de cada respuesta.

Se recibieron más de 2.700 respuestas, lo que estableció una base significativa de resultados para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Modelo de compra

Las principales fortalezas del modelo de compras de Telefónica, según los proveedores, se encuentran en el establecimiento de un proceso de compra ético y transparente en que las áreas implicadas tienen unos roles claramente definidos y actúan de forma coordinada. (7,4 puntos en una escala de 10 puntos)

El tiempo dedicado a cada proceso de compra se ve por parte del proveedor como un aspecto susceptible de mejora, aunque los proveedores lo consideran en general adecuado (6,6 puntos).

Comercio electrónico

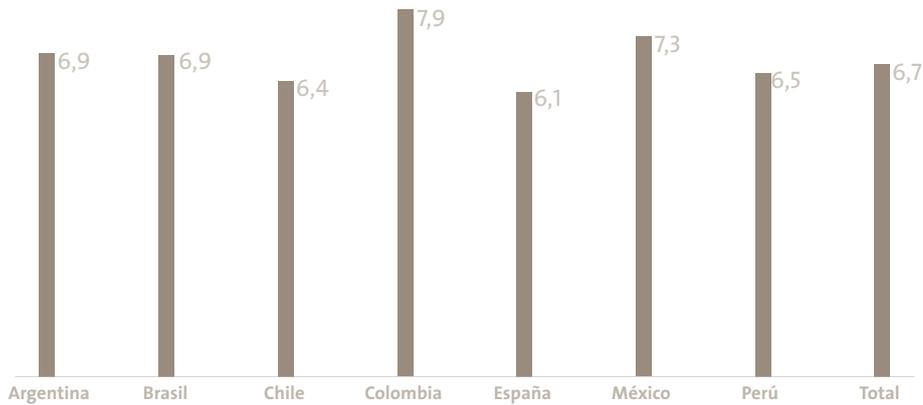
Más de ocho de cada diez proveedores opinan que las herramientas de comercio electrónico de Telefónica aportan más dinamismo al proceso de compra (7,8) y más transparencia (6,8), y que favorecen la competencia y la igualdad de oportunidades entre los proveedores (7,4).

En relación a las subastas, el 51% de los proveedores consideran que los productos y servicios que comercializan son susceptibles de ser contratados por esta modalidad de negociación (5,6)

La mayoría de los proveedores valora positivamente la implantación de herramientas de comercio electrónico que están menos extendidas en la actualidad para la gestión electrónica de facturas (93% de los proveedores valora positivamente su implantación), para la gestión electrónica de pedidos (93%) y para la firma electrónica de contratos (88%).

Nivel de satisfacción de los proveedores del Grupo Telefónica

Datos en unidades



El comprador

La valoración que hacen los proveedores del comprador destaca por la alta opinión del comprador acerca de la ética y la honestidad del proveedor (8,6) y su defensa de los intereses de Telefónica (8,8). Su capacitación como interlocutor en los aspectos técnicos de la compra también recibió una valoración positiva (7,6)

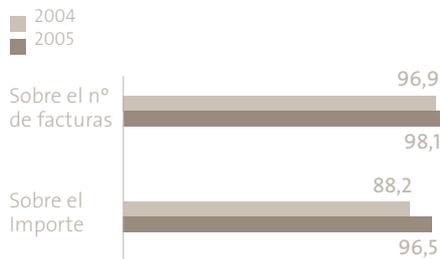
Como aspecto susceptible de mejora (con una calificación de 6,6) es la preocupación por parte del comprador acerca de la calidad del producto y no sólo el precio, así como una mayor empatía con la situación del proveedor en la negociación (valoración de 6,8 sobre 10).

Procesos administrativos

El cumplimiento por parte de Telefónica de las condiciones de pago acordadas recibió una valoración de 7,8 por parte de los proveedores.

Los proveedores consideran que existe una comunicación adecuada del resultado de la compra (7,8), aunque solicitan una mayor información sobre las razones en caso de no resultar adjudicatarios (5,6). La valoración por parte de los proveedores sobre la realización de pedidos en tiempo y forma adecuados fue de un 6,6

Cumplimiento de plazos de pago en facturas de terceros



Datos correspondientes a facturas de más de 700.000 facturas de telefónica de España y Telefónica Móviles España, por un importe superior a los 9.389 millones de euros

Fomento de estándares éticos

OPINIÓN

¿Qué opinan los proveedores de la Responsabilidad Corporativa? (de 0 a 5)

Es importante que las empresas ejerzan la Responsabilidad Corporativa 4,6

En líneas generales, valoraría de forma muy positiva que Telefónica estableciera un Código de Compras 4,5

Considero que la actividad que desarrollan los proveedores debe ser considerada 4,4

Considero que Telefónica exige el cumplimiento de unos estándares laborales mínimos a nivel internacional 4,2

El Grupo Telefónica quiere contribuir a la promoción de prácticas responsables en toda su cadena de suministro, a través de la colaboración con otras empresas y otras iniciativas que exceden los requisitos legales.

- En el caso de los proveedores comunes del sector de las telecomunicaciones (típicamente las líneas de producto de “productos de mercado”, “infraestructura de redes” y “sistemas de información”) destaca su colaboración con el grupo de trabajo de cadena de suministro de GeSI.
- En el caso de proveedores locales y de menor tamaño (típicamente los proveedores de “servicios y obras”), Telefónica establece directamente condiciones particulares a sus proveedores para asegurar un comportamiento responsable por parte de los mismos.

Dentro del estudio de satisfacción a proveedores, se preguntó acerca de la conveniencia de introducir estándares y Códigos de Responsabilidad Corporativa, obteniéndose una aceptación muy elevada por parte de los proveedores de Telefónica.

Grupo de trabajo de Cadena de Suministro de GeSI

Muchas de las empresas del sector de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) comparten los mismos proveedores en todo el mundo. Consciente de que la acción conjunta por parte de varias empresas es más efectiva que la misma presión por separado, GeSI (www.gesi.org) estableció en 2003 un grupo de trabajo sobre cadena de aprovisionamiento. Se da la particularidad de que tanto Telefónica como O2 participan en el mismo.

Dicho grupo de trabajo colabora desde 2004 con un conjunto de empresas americanas, firmantes del denominado Código de Conducta para la Industria Electrónica (EICC), con el objetivo de colaborar con un mayor número de empresas y así realizar una acción más efectiva.

Los principales logros de este grupo de trabajo en 2005 han sido:

- Elaboración de una metodología para la identificación de riesgos asociados a la RSC en la cadena de suministro, basada en los productos y servicios, tamaño y localización de las facilidades del proveedor.
- Desarrollo de un cuestionario de autoevaluación para proveedores, de manera que puedan indicar su nivel de cumplimiento de estándares laborales, éticos y de seguridad y salud. Dicho cuestionario fue publicado en inglés, castellano y mandarín en 2005.
- Diseño de una herramienta online (etool) para que los diferentes proveedores y compradores de la industria puedan completar los cuestionarios, con evidentes ahorros de tiempo y esfuerzos para todo el sector. Dicha herramienta debería ser puesta en marcha en 2006.
- Establecimiento de mecanismos de auditoría del desempeño de las empresas, respecto a lo declarado en sus cuestionarios de autoevaluación.

Requisitos a los proveedores en materia laboral y de derechos humanos

En las Condiciones Generales para el Suministro de Bienes a Telefónica S.A., Telefónica exige el cumplimiento de la legislación vigente en cuestiones

de condiciones laborales, seguridad e higiene en el trabajo o impacto medioambiental de sus proveedores.

Los criterios son de aplicación general, sin menoscabo de que en algunos países o empresas se puedan contemplar otros adicionales. Asimismo, en el caso de determinados productos y servicios, se incluyen en los contratos otros aspectos adicionales, más directamente relacionados con el producto o servicio objeto de compra.

Adicionalmente como medida de mejora derivada de la auditoría laboral en el Grupo Telefónica y de los riesgos detectados en la misma, en 2005 se elaboró y aprobó una Instrucción Conjunta Corporativa de Criterios de Actuación para el control de Riesgos Laborales en la Contratación de Obras y Servicios.

Se trata de una Normativa Interna que recoge:

- Relación de requisitos previos a la contrata (homologación de proveedores y contratas)
- Relación de Información a aportar al inicio de la contrata
- Obligaciones en materia de prevención de Riesgos Laborales de la Empresa Principal y de la empresa contratista.
- Obligaciones en materia de información a los representantes legales de los trabajadores
- Medidas a adoptar durante la vigencia de la contrata
- Medidas a adoptar tras la extinción de la contrata
- Mecanismos de supervisión y control

Otra de las medidas correctivas tomadas durante 2005 ha sido la obligatoriedad de formación en Derechos Humanos para los empleados de las empresas de seguridad que trabajan para Telefónica.

Requisitos a los proveedores en materia medioambiental

Las iniciativas más destacadas en materia medioambiental se encuentran descritas en el capítulo 08 de esta misma memoria. Incluyen actividades de formación a los empleados de las empresas colaboradoras, la valoración positiva de certificados de gestión medioambiental en la fase de adjudicación de contratos o actividades de evaluación y control de proveedores con incidencia medioambiental.

Requisitos a los proveedores en materia de igualdad de oportunidades

Como iniciativa destacada en materia de integración, Telefónica exige el cumplimiento de la Ley de Integración de Personas con Discapacidad a todos los proveedores que presten servicio en Distrito C. Para aquellas empresas que no cumplan el requisito, se ofrece el Servicio de Integración Laboral de ATAM.

En 2006, Telefónica tiene el objetivo de establecer una política de compra a “proveedores sociales o minoritarios” que puedan estar integrados por colectivos que tradicionalmente tienen dificultades en el acceso al mercado laboral.

Créditos del informe

Departamentos que han colaborado en la elaboración del informe

Capítulo	Áreas implicadas
01 Gobierno Corporativo	Secretaría General/ Auditoría interna
02 Identidad	Comunicación (Marca, Reputación y RSC) / Secretaría general / Recursos Humanos / Patrocinios / Auditoría interna
03 Motor de progreso	Finanzas (Consolidación, Control de Gestión), Fiscal, Regulación, Innovación, Telefónica I+D, Relaciones Institucionales, Sistemas de Información, Relaciones con inversores.
04 Clientes	Desarrollo Comercial Corporativo / Áreas de calidad, marketing y atención al cliente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica) / Asesoría Jurídica / Comunicación / Seguridad
05 Accionistas	Oficina del Accionista / Relaciones con Inversores / Secretaría General
06 Empleados	Recursos Humanos Corporativos / Recursos Humanos de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica, TPI, Terra, Atento, T-Gestiona) / Comunicación / Seguridad / Fundación Telefónica / ATAM / Fonditel
07 Sociedad	Principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Latinoamérica, Telefónica Móviles) / Relaciones Institucionales / Control de gestión / Regulación / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Fundación Telefónica / ATAM / Patrocinios
08 Medio Ambiente	Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Áreas de Medio Ambiente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica)
09 Proveedores	Compras / Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Corporativa
10 Medios	Comunicación
Anexo 1: Acerca del Informe	Reputación y Responsabilidad Corporativa
Anexo 2: Informe de Verificación	Ernst & Young. Informe
Coordinación	Reputación, Marca y Responsabilidad Social Corporativa (D.G. Comunicación)

