

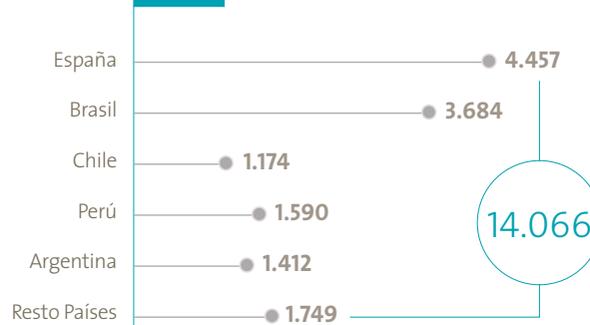
# proveedores

igualdad de oportunidades  
y beneficio mutuo

**1** Telefónica trabaja con un gran número de proveedores

**2** Busca relaciones basadas en la transparencia y concurrencia objetiva...

**1.1** El Grupo Telefónica trabaja con más de 14.000 proveedores



**2.1** Mecanismos que facilitan la transparencia



**2.2** Portal del proveedor



[www.telefonica.es/proveedores](http://www.telefonica.es/proveedores)

**1.2** Telefónica gestiona sus compras con una metodología avanzada y eficaz  
Sistema Avanzado de Compras (SAC)

**109** empresas incluidas

**7** mesas de compras

(Madrid, São Paulo, Río de Janeiro, Lima, Buenos Aires, Santiago de Chile, México D.F.)

**1.3** Impulso a proveedores locales

Volumen adjudicado a proveedores locales por país  
(datos en porcentaje)



# 3

... así como en la construcción del beneficio mutuo...

# 4

... y en la promoción de estándares éticos en su cadena de aprovisionamiento

## 3.1

### Implantación de procesos de mejora continua en la cadena de suministro

Número de proyectos de desarrollo de proveedores



## 3.2

### El Club de Compras

Ofertas ventajosas para las compras de los proveedores

→ 93

Proveedores inscritos

→ 18

Ofertas disponibles

## 3.3

### Comercio electrónico B2B

→ 256

Millones de euros gestionados en 2002

→ 1.145

Proveedores inscritos

UN Global Compact  
[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

GeSI (Global e-Sustainability Initiative)  
[www.gesi.org](http://www.gesi.org)

ETNO (European Telecommunication Operators Association)  
[www.etno.be](http://www.etno.be)

# proveedores

igualdad de oportunidades  
y beneficio mutuo

Volumen de compra  
del Grupo Telefónica

más de  
**10.000**  
millones de euros

más de  
**14.000**  
proveedores

## 1 Telefónica trabaja con un gran número de proveedores de los que depende en buena medida el éxito de su negocio

### 1.1 El Grupo Telefónica trabaja con más de 14.000 proveedores.

Durante el año 2002, el volumen de compra del Grupo Telefónica ascendió a más de 10.000 millones de euros, incluyendo inversiones y gastos operativos. Este volumen de compra fue adjudicado a más de 14.000 proveedores, siendo los diez mayores proveedores en cuanto al volumen de compra los siguientes grupos (ordenados alfabéticamente): Alcatel, Avanzit, Ericsson, IBM, Lucent, Motorola, NEC, Nokia, Samsung, Siemens.

### 1.2 Telefónica gestiona sus compras con una metodología avanzada y eficaz.

Consciente de la importancia de las compras y de la relación con sus proveedores en los resultados del negocio, Telefónica gestiona sus compras mediante

un modelo de gestión común para todas las empresas del Grupo, 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.

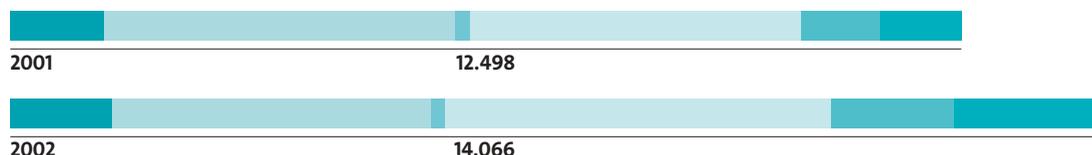
Para desarrollar esta metodología, el Grupo Telefónica cuenta con una Organización de Compras que posee una doble orientación: Global y Local (adaptada al país y la empresa):

- Global, de manera que se puedan establecer estrategias generales y gestionar compras conjuntas cuando sea conveniente; y
- Local, para poder adecuar las políticas globales y la gestión a la realidad y las circunstancias específicas de cada país, garantizando a su vez, mediante los equipos de compra ubicados en las empresas, la cercanía necesaria con los proveedores y con las áreas usuarias que permita ofrecer un buen servicio.

En la actualidad (diciembre de 2002) se gestionan por este sistema las compras de 109 empresas del Grupo Telefónica, repartidas entre más de 15 países en los que tiene presencia.

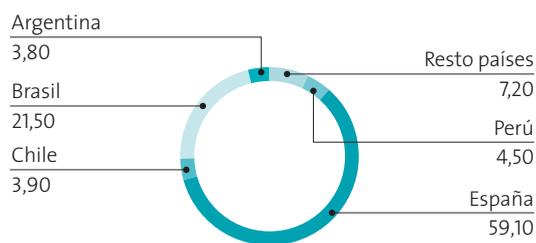
## Número de proveedores adjudicatarios

Argentina Brasil Chile España Perú Resto países



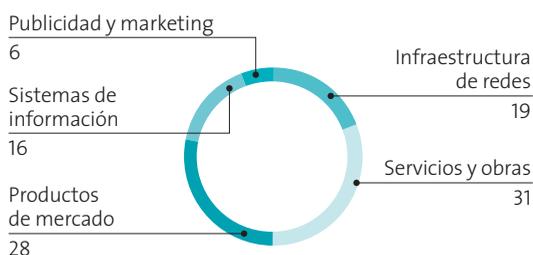
### Distribución del volumen de compras por países

(datos en porcentaje)



### Distribución de compras por líneas de producto

(datos en porcentaje)



El proceso de gestión de las compras, 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 targets o precios objetivo y, finalmente decidir de forma consensuada, sobre la adjudicación. Actualmente existen 7 Mesas de Compras ubicadas en Madrid, Sao Paulo, Río de Janeiro, Lima, Buenos Aires, Santiago de Chile y México D.F., lo que permite realizar una gestión global o local de las compras, según resulte más adecuado en cada caso.

### 1.3 Impulso a proveedores locales

Telefónica es una compañía multidoméstica, comprometida con el progreso económico y social de los países en los que está presente. Este compromiso se concreta en la alta proporción de contratos a proveedores ubicados en el propio país, a quienes se adjudica más del 75 % del volumen de contratación en la mayoría de los países en los que opera el Grupo.

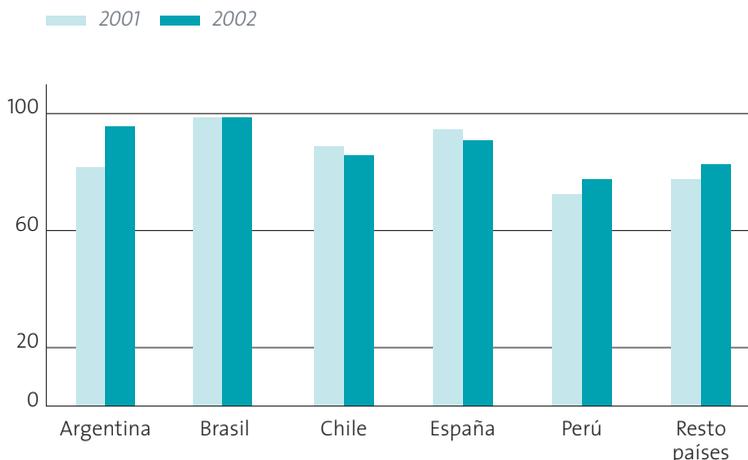
### Porcentaje de proveedores locales por país

(datos en porcentaje)



### Distribución del volumen de compras a proveedores locales por país

(datos en porcentaje)



## 2 Telefónica basa su relación con proveedores en principios de transparencia y concurrencia objetiva...

### 2.1 Mecanismos que facilitan la transparencia

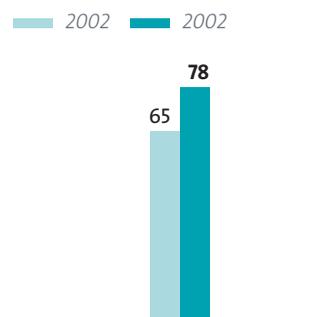
El Sistema Avanzado de Compras (SAC) posee una serie de características y mecanismos que facilitan la transparencia. Entre otras destacan las siguientes:

- Posibilidad de inscripción en el Catálogo de Proveedores de Telefónica que está disponible para todas



Portal del proveedor  
[www.telefonica.es/proveedores](http://www.telefonica.es/proveedores).

**Número de proyectos de desarrollo de proveedores**  
*(España, Brasil, Chile y Perú)*



aquellas empresas que tengan interés de trabajar con Telefónica. El número de proveedores inscritos como posibles oferentes en el Catálogo de Proveedores de Telefónica a finales de 2002 era de 26.180 (20.804 a final del 2001).

- Trato equitativo e igualdad de oportunidades para los proveedores oferentes.
- Adjudicación en la Mesa de Compras por unanimidad entre todas las áreas implicadas en la compra.
- Comunicación a los proveedores oferentes tanto si han resultado o no adjudicatarios y, en caso de no serlo, los motivos.
- **Manual de Estilo SAC** que describe los principios generales, valores y pautas de actuación que deben regir la conducta y la actividad de los profesionales de Compras y del resto de áreas involucradas en el proceso de compra, así como su relación con todos los proveedores.

## 2.2 Portal del proveedor

El Portal del proveedor [www.telefonica.es/proveedores](http://www.telefonica.es/proveedores) pretende ser la vía principal de comunicación e información entre Telefónica y sus proveedores. Este portal, además de facilitar información global sobre cómo ser proveedor del Grupo Telefónica, el proceso de compra y los principales proyectos que Telefónica está acometiendo relacionados con proveedores, permite también el acceso a otros portales específicos de las empresas de Telefónica (entre los que destaca e-Agora, portal de compras de Telefónica de España).

Así, a través del Portal del proveedor se puede gestionar la solicitud de inscripción en el Catálogo de Proveedores del Grupo Telefónica, acceder a la plataforma de comercio electrónico Adquira ([www.adquira.com](http://www.adquira.com)), al Club de Proveedores y demás iniciativas y aplicaciones que Telefónica pone a disposición de todos sus proveedores.

## 3 ...así como en la construcción del beneficio mutuo ...

Telefónica ha desarrollado una serie de herramientas para extender mejoras en toda su cadena de suministro y colaborar con sus proveedores.

### 3.1 Implantación de procesos de mejora continua en la cadena de suministro

Mediante el Desarrollo de Proveedores, Telefónica pone a disposición del proveedor, de forma gratuita, un equipo de personas y una metodología que ayudan a implantar procesos de mejora continua. Esta actividad está orientada a:

- Colaborar con el proveedor, mostrando una metodología a través de la que se identifican oportunidades de mejora.
- Facilitar la implantación de un proceso de mejora continua en el proveedor en el contexto de una filosofía de trabajo participativo.
- Identificar procesos en los que se pueden reducir costes, lo que permitirá mejorar la competitividad añadiendo valor para el cliente final.

Estos procesos de mejora continua en el año 2002 se han realizado en España, Brasil, Chile y Perú.

### 3.2 Acceso por parte de proveedores a ofertas ventajosas para sus compras: Club de Compras

El Club de Compras para proveedores adjudicatarios es otra iniciativa de colaboración, mediante la que Telefónica facilita a sus proveedores la obtención de condiciones de compra más ventajosas en determinados productos.

## Club de compras

93

proveedores inscritos

18

ofertas disponibles



Durante 2002 se ha puesto en marcha en España y Brasil. En los próximos meses se implantará también en Argentina, Chile y Perú.

### 3.3 El comercio electrónico B2B, una realidad cada vez más próxima

Telefónica quiere estar a la vanguardia en la utilización de la más avanzada tecnología en su relación con proveedores, de manera que se establezcan nuevos y mejores canales de comunicación, se facilite la accesibilidad al mercado, se optimicen los procesos y las transacciones y se favorezca la colaboración entre Telefónica y sus proveedores. En este sentido, Telefónica desea acercar la tecnología *e-business* a sus proveedores mediante la utilización un mercado electrónico para la gestión y negociación *online* de las ofertas.

El volumen de compras gestionado en el año 2002 a través del mercado electrónico fue de 256 millones de euros, existiendo, a finales de 2002, un total de 1.145 proveedores incorporados al mismo, con la siguiente distribución: España, 797; Brasil, 225; Argentina, 79; Perú, 44; TOTAL: 1145.

Estas iniciativas *e-business* supondrán para los proveedores una reducción de los costes asociados a la venta, una mejora en la documentación y control de los procesos y una mayor agilidad en el intercambio de información. Con la adopción de estas nuevas tecnologías se estrechan las relaciones entre Telefónica y sus proveedores

Además de estas ventajas, esta plataforma aumenta las posibilidades de venta de los proveedores mediante el acceso a un mercado virtual en el que, además de todas las empresas de Telefónica, se encuentran empresas como BBVA, Iberia o Repsol-YPF.

### 4 ...y en la promoción de estándares éticos en su cadena de aprovisionamiento

Telefónica, además de exigir en las condiciones generales de suministro el cumplimiento de la normativa vigente en cuestiones de condiciones laborales, seguridad e higiene en el trabajo o impacto medioambiental, contribuye a la promoción de prácticas responsables en toda su cadena de suministro.

Este compromiso se hace público a través de su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UN Global Compact) o a las iniciativas desarrolladas desde ETNO (European Telecommunication Operator's Association) o GeSI (Global e-Sustainability Initiative)

Entre las actuaciones acometidas en este sentido, cabe destacar la participación de Telefónica Móviles España en la experiencia piloto E+5 "Calificación Ambiental de Proveedores". Se trata de una iniciativa, liderada por la Fundación Entorno bajo el patrocinio del Ministerio de Ciencia y Tecnología para la calificación ambiental de proveedores en distintas fases, promoviendo de esta forma la mejora de la gestión ambiental de proveedores y contratistas.

En todos los contratos de suministro de los materiales gestionados por el área de Logística de Telefónica de España, se incluye con carácter general la necesidad de que el proveedor se adhiera a Ecoembes, con inclusión del punto verde en sus embalajes y pago de la tasa de los mismos.

Adicionalmente, Telefónica de España ha planteado un objetivo de gestión medioambiental para el año 2003, consistente en la Elaboración de la Guía de Buenas Prácticas para instaladores de equipos en domicilio de cliente.

Volumen de compras gestionado a través del marketplace de Adqira

**256**

millones de euros

**1.145**

proveedores incorporados