

**David Román Rey**

Índice

[Historia 3](#_Toc498359963)

[Descripción 4](#_Toc498359964)

[¿Qué módulos tiene? 4](#_Toc498359965)

[Actividades de apoyo: 4](#_Toc498359966)

[a)  Infraestructura de la empresa 4](#_Toc498359967)

[b) Recursos humanos 4](#_Toc498359968)

[c)  Desarrollo tecnológico: 4](#_Toc498359969)

[d)  Aprovisionamiento: 4](#_Toc498359970)

[Actividades primarias: 4](#_Toc498359971)

[a)  Logística interna: 4](#_Toc498359972)

[b) Operaciones (Producción): 5](#_Toc498359973)

[c) Logística externa: 5](#_Toc498359974)

[d) Marketing y ventas: 5](#_Toc498359975)

[e)  Servicio Post-Venta: 5](#_Toc498359976)

[Procesos 5](#_Toc498359977)

[Subprocesos 5](#_Toc498359978)

[Tareas 6](#_Toc498359979)

[Cambio de ERP 6](#_Toc498359980)

# Historia

El Corte Inglés es un grupo de distribución de España compuesto por empresas de distintos formatos, siendo el principal el de grandes almacenes

El Corte Inglés era una pequeña tienda en la calle Preciados de Madrid, dedicada a la sastrería y confección para niños que había sido fundada en 1890.

César Rodríguez había pedido a Pepín Fernández que contratara en Sederías Carretas a su sobrino Ramón Areces que acababa de volver a España y, ante la negativa de este a contratarle, le pidió que al menos le permitiera explotar la tienda de El Corte Inglés, situada en los bajos del solar que pensaba adquirir, mientras finalizaba la compra del resto de la manzana y procedía a la demolición y construcción del nuevo centro que tenía en mente. Pepín Fernández, que al igual que Ramón Areces se había formado con César Rodríguez en los Almacenes.

Entre 1945 y 1946, tras adquirir una mayor parte del edificio y realizar la correspondiente reforma, la superficie de venta alcanza los 2.000m² en cinco plantas y se pone en marcha una estructura de venta por departamentos6​ emulando a la ya existente en Galerías Preciados fundada en 1943.

El crecimiento de la empresa sigue siendo continuo por lo que, en 1952, además de haber adquirido prácticamente todo el edificio que ocupaba, se convierte en Sociedad Anónima, en la que César Rodríguez sigue siendo el presidente y accionista mayoritario, cargo que ocupará hasta su muerte en 1966. Tras ésta, Ramón Areces, que hasta entonces había sido director general de la empresa, pasa a desempeñar el puesto de presidente y a convertirse en el mayor accionista de la compañía.

Es la competencia entre El Corte Inglés y Galerías Preciados, a partir de las décadas cincuenta y sesenta, la que producirá una revolución en el mercado de la distribución española, introduciendo las rebajas de temporada (Rebajas de enero), las campañas publicitarias (Ya es primavera en El Corte Inglés).

En el modelo de grandes superficies de distribución la tercera y última expansión se realiza con la creación en 2006 de Bricor para venta de material de decoración y bricolaje.

La expansión de El Corte Inglés hasta los años ochenta resulta lenta en comparación con la de Galerías Preciados. Esto es debido a la política impuesta por Ramón Areces de prescindir en lo posible de la financiación ajena y expandirse sólo mediante autofinanciación.

En 2001, El Corte Inglés también se hizo​ con cinco hipermercados de los que se tuvo que desprender Carrefour al consumarse la fusión de Pryca con Continente. Este mismo año El Corte Inglés compró todos los centros que la cadena británica de grandes almacenes Marks & Spencer tenía en la península (nueve centros en total) con motivo de su abandono del mercado español (aunque manteniendo los centros en las Islas Canarias) para focalizarse en su mercado originario, el británico.

# Descripción

**¿Porque necesita un ERP?**

Hay cuatro razones principales por las cuales las empresas adquieren un ERP:

Integrar la información financiera.

Integrar la información de pedidos de clientes.

Reducir el inventario.

Estandarizar la información de recursos humanos.

# ¿Qué módulos tiene?

La cadena de valor sirve para hacer una división de la empresa en las actividades básicas. Se dividen en:

## Actividades de apoyo:

Se trata de actividades que sirven de soporte a las actividades primarias y se apoyan entre sí. Suman valor añadido indirectamente.

a)  Infraestructura de la empresa: la relación del Corte Ingles con sus proveedores es lo que le da ventaja competitiva. Los productos sufren controles de calidad. Planifican en función de las necesidades de la empresa, decidiendo lo que los clientes necesitan. La mayor parte de la financiación es con recursos propios.

b) Recursos humanos: Su plantilla se componía en 2011​ de 99.323 empleados frente a los 102.699 de 2010, de los que el 93% tiene contrato fijo y el 71% tiene jornada completa. Su media de edad se encuentra cercana a los 39 años, con 13 de experiencia. Por sexos, hay un 37% de hombres y un 63% de mujeres, aunque en la categoría de directores y gerentes hay más hombres que mujeres.

c)  Desarrollo tecnológico: Tienen como norma realizar procesos de I+D de nuevos productos todos los años. Dispone de un portal Web para comunicación con clientes y empleados, en el que se ofrece un servicio de compra online. Existe servicio de atención al cliente en línea. Además, utilizan sistemas de intercambio de datos por internet con sus proveedores.

d)  Aprovisionamiento: mediante sus proveedores. La búsqueda de los mejores canales de suministros permite obtener precios reducidos. Las relaciones con los interproveedores es una seña de identidad y suprimen todo aquello que no aporta valor. La compra de edificios en lugares estratégicos ayuda al desarrollo de la actividad.

Actividades primarias:

Se encargan de la creación física del producto, venta-distribución y la asistencia post-venta.

a)  Logística interna: descarga de camiones en la tienda y colocación directa en los estantes. El Corte Ingles ha invertido grandes cantidades de dinero en un almacén mecanizado, reduciendo la plantilla y siendo más eficiente. Se planifican las compras, acortando el tiempo de almacenaje y transporte. Compran al proveedor en los muelles, reduciendo costes innecesarios. El transporte interno es un punto débil: el acceso a las cercanías de las tiendas no siempre es adecuado.

b) Operaciones (Producción):su relación con los proveedores les permite cambiar procesos de producción para ahorrar costes a la empresa y clientes (suprimir cajas de cartón, eliminar bandejas de la fruta, cambio de formato…).

c) Logística externa: El Corte Ingles centra su estrategia en la rotación de productos. Ha eliminado de sus estanterías productos duplicados; de esta forma pierden productos con más margen, pero hacen el carro del cliente más barato. Los productos terminados presentan aspecto de calidad porque reciben un control y gestión de almacenamiento.

d) Marketing y ventas: Defienden su política de publicidad gracias a la fidelidad de los clientes. Al no anunciarse, los precios de los productos son más baratos gracias a su política de SPB. No existe variedad de especialidades (ropa, material de oficina, deporte, música…). Se emplea el método de productos envasados, que reducen los tiempos de espera, especialmente en frutería, pescadería y carnicería.

e)  Servicio Post-Venta: Teléfono gratuito de atención al cliente y formulario on-line. Asimismo, la empresa devuelve el dinero ante la insatisfacción en la compra de determinados productos. Como valor añadido ofrece el servicio de reparto a domicilio.

Planificación

Mantenimiento

Gastos

Expansión

WEB/Venta Online

**Ciclo de vida**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Procesos** | **Subprocesos** | **Tareas** |
| Logística | Distribución a cliente  Distribución a tienda  Distribución de almacén | Comprar camiones.  Contratar empleados.  Hablar con la empresa de transporte, para distribuir por Portugal. |
| Ventas físicas | Vender pescado | Comprar 100 kg de pescado |
| Ventas online | Portal web / BBDD (no hay pasarela) | Editar página Web  Mantenimiento Web |
| Marketing |  |  |
| Comprar |  |  |
| Distribución |  |  |
| Clientes |  |  |

# Cambio de ERP

Debido a los costes que tiene el software pago de SAP, se va a decidir cambiar de ERP a un software libre como Odoo, porque trabajar con un ERP tan potente nos ha permitido mejorar en muchos de nuestros procesos, tanto a nivel almacén (albaranes), como a nivel pedidos, gestión comercial, gestión de cobros, etc. Y el desarrollo de un eCommerce vinculado con nuestro ERP.