

12 de Marzo de 2010

Joaquín Muñoz D'Ocón



Presenta:

Investigación de mercado:

Estrategia comunicativa de



12 de Marzo de 2010

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN

2. Diagnóstico

2.1. Información general de la empresa

2.2. Publicidad

2.2.1. Datos económicos y estratégicos

2.2.2. Proyecto empresarial

2.2.3. Herramientas de promoción

2.2.4. Marketing

2.2.5. Público objetivo

2.2.6. Agencias y medios de comunicación

2.2.7. Campañas, spots, etc. en los diferentes medios

2.3. Encuestas y método de trabajo utilizado

2.4. Entrevista

3. CONCLUSIONES

4. BIBLIOGRAFIA

5. ANEXOS

12 de Marzo de 2010

1. INTRODUCCIÓN:

¿POR QUÉ HE ELEGIDO EL CORTE INGLÉS?

Razones científicas:

En el 2008, El Corte Inglés invirtió un total de 96,4 millones de euros en publicidad en todos los medios (es decir, tanto en televisión como prensa escrita), y por tanto, es digno de analizar como invierte en mejorar su imagen, los aspectos publicitarios de la empresa y acceder a sus numerosas campañas para vislumbrar su estrategia, tanto a nivel de comunicación como de marketing.

Es importante destacar que la compañía no sólo se dedica a vender ropa, sino que tiene numerosas filiales especializadas en otros productos desde comida hasta grandes hipermercados, pasando por agencias de viajes y venta de seguros.

1. Grandes almacenes
2. Hipermercados Hipercor
3. Bricolaje Bricor
4. Agencia de viajes
5. Supermercados Supercor
6. Tiendas de conveniencia Opencor
7. Sfera
8. Óptica 2000
9. Tecnologías de la información y las comunicaciones
10. Correduría de seguros, Compañía de seguros y Financiera

Objetivos perseguidos:

Intento establecer una investigación completa sobre la empresa escogida, en este caso El Corte Inglés, para vislumbrar su estrategia de marketing y publicidad en específico.

12 de Marzo de 2010

Realizo un estudio exhaustivo de los aspectos más relevantes de una de las empresas más importantes del país, y hago un seguimiento de las principales campañas publicitarias y de comunicación realizadas en los últimos años.

12 de Marzo de 2010

2. DIAGNÓSTICO:

2.1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

¿Cómo se formó la empresa?

El Corte Inglés, es una de las empresas más importantes e influyentes de España, debemos decir que también que se consolida a partir del gran almacén homónimo, fundado en Madrid por Ramón Areces Rodríguez, en 1934, tras la adquisición de una sastrería cuyos orígenes se remontaban al siglo XIX.

El Corte Inglés nació en 1890, en Madrid, como tienda especializada en la confección de ropa infantil, y estaba ubicada en la calle Rompelanzas, esquina a las de Preciados y Carmen, y muy cerca de la Puerta del Sol, en pleno centro de la ciudad.

Su historia moderna comenzó en 1934, fecha en que la tienda fue adquirida y establecida como sociedad limitada por Ramón Areces Rodríguez. Este joven asturiano, tras haber emigrado a La Habana (Cuba) —donde adquirió determinada experiencia empresarial—, viajó por Estados Unidos y Canadá para completar estudios de economía. Todo esto le hizo concebir con firmeza la idea de crear unos grandes almacenes cuya diversificada oferta satisficiera las necesidades de la demanda española. Sus objetivos se vieron obstaculizados temporalmente por la Guerra Civil española (1936-1939), pero dio un nuevo impulso a su proyecto una vez acabada la contienda. El Corte Inglés fue trasladado a un nuevo inmueble, adquirido por Ramón Areces en el número 3 de la calle Preciados, donde trabajaban siete personas y cuyas plantas baja, primera y parte de la segunda estaban destinadas a la venta directa. Fue en ese momento cuando El Corte Inglés comenzó a adquirir sus actuales características organizativas. Convertido en sociedad anónima en 1940, seis años después fue reformado el edificio que lo albergaba: cinco plantas, con 2.000 m² de superficie permitieron su definitiva estructuración como gran almacén de venta distribuida por departamentos.

12 de Marzo de 2010

Duplicada su área con la incorporación del edificio del número 5 de la calle Preciados en 1955, el crecimiento de El Corte Inglés fue imparable y su volumen de ingresos pronto le permitió acceder a uno de los primeros puestos en el panorama empresarial español (resultando indiscutible su primacía en el sector de los grandes almacenes). Tanto Ramón Areces como, tras su muerte en 1989, su sucesor en la presidencia del Consejo de Administración de El Corte Inglés, Isidoro Álvarez Álvarez, fomentaron la esencia de una empresa cuyas principales características son la constante ampliación de su espectro de oferta de productos y servicios (especialmente importantes en este último sentido han sido la inclusión de los sectores de seguros y viajes), la selección y formación de su personal, la expansión geográfica de sus numerosos centros y la tendencia, ya consolidada, a convertirse en grupo empresarial. Este aspecto tuvo su manifestación definitiva en diciembre de 1995, cuando El Corte Inglés adquirió los activos de Galerías Preciados, el otro gran almacén histórico madrileño y durante años su principal competidor. En otoño de 2001 el grupo compró las nueve tiendas españolas de Marks & Spencer, empresa que meses antes había decidido cerrar su negocio europeo y circunscribir su actividad al Reino Unido.

A finales del mismo año, el grupo inició su expansión internacional: El Corte Inglés abrió al público el 23 de noviembre su primer establecimiento fuera de España, en Lisboa. Este centro, además, es el más grande de los que tiene la compañía hasta la fecha.

Origen

La propiedad del solar la había adquirido previamente Sederías Carretas para una futura ampliación. El negocio, antecesor de lo que posteriormente sería Galerías Preciados, había sido fundado el año anterior, 1934, por Pepín Fernández, mediante la adquisición de la tienda Nuevas Pañerías situada en el bajo de la Calle Carretas número 6^[10] de Madrid.

César Rodríguez, que a la sazón era primo de Pepín Fernández y había aportado capital a la constitución de Sederías Carretas, pidió a este que arrendara la tienda de El Corte Inglés, situada en la esquina del solar adquirido, a Ramón Areces mientras no lo necesitara. Pepín Fernández, que al igual que Ramón Areces se había formado con

12 de Marzo de 2010

César Rodríguez en los Almacenes El Encanto de La Habana, aceptó la petición de su primo y permitió a Ramón Areces explotar la tienda, cosa que este hizo con éxito hasta el advenimiento de la Guerra civil un año después.

Superado el conflicto, en 1939, y ante la necesidad de Sederías Carretas del solar dónde más tarde se encontraría el primer edificio de Galerías Preciados, El Corte Inglés es trasladado a la calle Preciados 3 esquina con la calle Tetuán, dónde se encontraban los Almacenes El Águila, y se constituye, en 1940, como Sociedad Limitada, todo lo anterior nuevamente con la ayuda económica de César Rodríguez que se convierte así en el primer Presidente de El Corte Inglés S.L. y su mayor accionista hasta el momento, comenzando su actividad en esta nueva etapa con siete empleados al mando de Ramón Areces.

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 departamentos 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*), el aire acondicionado en la tienda, el uso masivo de la publicidad, la introducción del escaparatismo a gran escala, las tarjetas de compras, la informatización del punto de venta, etc.

En 1976 Ramón Areces crea la fundación privada que lleva su nombre, con el objetivo amplio de fomentar la investigación científica y técnica en España, así como la educación y la cultura en general, valores que la institución considera motores fundamentales de progreso y modernidad de la sociedad.

12 de Marzo de 2010

A la muerte de Ramón Areces en 1989, se hace cargo de la presidencia su sobrino Isidoro Álvarez Álvarez, que prosigue el proceso de expansión, siempre mediante la autofinanciación, opacidad en la gestión y la prudencia en la inversión.

La expansión de El Corte Inglés comienza en 1962 con la apertura de su segundo centro de ventas, realizado en Barcelona, y continúa hasta hoy con la apertura de nuevos centros, aunque ya diversificados en distintos formatos del que el segundo tipo fue Hipercor, cuya introducción se realiza en Sevilla en 1980.

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 debido a la política impuesta por Ramón Areces de prescindir en lo posible de la financiación ajena y expandirse sólo mediante autofinanciación.

La expansión en el formato de pequeña y mediana superficie también es tardía y sólo comienza con un acuerdo con Repsol en 1998 por el que El Corte Inglés crea tiendas de conveniencia en las estaciones de servicio de la primera, denominándolas en un primer momento Repsol-Supercor y posteriormente, en 2008, Repsol-Opencor para identificarlas con la cadena de tiendas de conveniencia que no se encuentran en una estación de servicio creadas en 2000 con el nombre de Opencor. En 2000 también crea el formato de supermercado de proximidad, Supercor. Finalmente en 2001 aparece Sfera dedicada a la distribución minorista de moda de gran consumo.

En 1969 se inicia igualmente la expansión hacia otros sectores más allá de la distribución con la creación de Viajes El Corte Inglés y se continúa este tipo de expansión en 1980 con la constitución de Investrónica y en 1986 con la creación de Informática El Corte Inglés.

La expansión internacional comienza en 1983 con la adquisición en EEUU de The Harris Company, una cadena de almacenes por departamentos de mediana superficie. El éxito no es el esperado y en 1998, mediante un acuerdo con Gottschalks Inc., este los absorbe a cambio de ceder a El Corte Inglés una participación del 16% de su accionariado, lo que finalmente supone una inversión fallida al declararse Gottschalks

12 de Marzo de 2010

en bancarrota en enero de 2009.^[12] Esto provoca una mayor prudencia en su expansión internacional que sólo es repetida en el formato de Grandes superficies mediante la apertura de El Corte Inglés en Portugal en 2001, y se limita mucho en el formato de pequeña y mediana superficie con Sfera como único proyecto, y preferentemente a través de franquicias fuera de España y Portugal.

A partir de la mitad de los años noventa la expansión nacional se intensifica mediante la adquisición^[13] ^[14] en 1995 de su eterno rival Galerías Preciados^[9] que se encontraba en suspensión de pagos tras una crisis profunda que comenzó con una escalada de endeudamiento de la compañía empujando a su principal acreedor, el Banco Urquijo, a hacerse en 1979 con el control de la gestión y que continuó, tras la expropiación y posterior privatización del Grupo Rumasa en 1983 que había adquirido Galerías Preciados en 1981.

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 España (nueve centros en total) con motivo de su focalización en el mercado británico. Posteriormente en 2006 El Corte Inglés adquiere Ason Inmobiliaria, la sociedad propietaria, entre otros activos, del solar del edificio Windsor, en Madrid, que se había incendiado casi dos años antes.

12 de Marzo de 2010

Economía empresarial:**INVERSIÓN EN PUBLICIDAD**

¿QUIÉN INVIERTE MÁS EN PUBLICIDAD?			
En millones de euros			
PRINCIPALES ANUNCIANTES EN ESPAÑA			
Empresa	2008	2007	Variación
Telefónica	173,8	171,2	1,5%
Procter & Gamble	131,9	146,6	-10,0%
L'Oreal	107,7	121,1	-11,1%
El Corte Inglés	96,4	110,1	-12,4%
Vodafone	87,5	80,9	8,2%
Volkswagen-Audi	86,6	99,5	-13,0%
Renault España Comercial	69,7	74,2	-6,0%
Danone	67,6	70,1	-3,6%
Ing Direct	61,4	72,5	-15,2%
France Telecom	58,4	72,5	-19,5%
Viajes El Corte Inglés	54,1	47,7	13,4%
General Motors	52,8	62,5	-15,6%
Viajes Marsans	51,4	44,8	14,7%
Organizacion Nacional Ciegos España	50,0	55,6	-10,2%
Cia. Serv. Beb. Refresc. S.L. (Coca Cola)	47,5	58,8	-19,2%
Ford	45,1	58,4	-22,9%
Automoviles Citroën	44,0	49,8	-11,6%
Johnson & Johnson	42,4	33,9	25,0%
Seat	42,0	38,9	8,2%
Peugeot	40,1	43,9	-8,7%
Total 20 primeros anunciantes	1.410,4	1.513,0	+6,8%

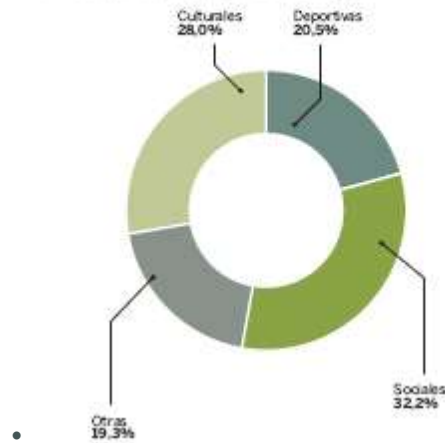
INVERSIÓN PUBLICITARIA EN LA RED			
2008		2007	
Empresa	Inversión	Empresa	Inversión
ING Direct	17,34	ING Direct	10,42
Annuntis Segundamana	7,86	Match.com	8,89
Telefónica	7,83	interflora	5,87
Banesto	7,47	Meetic	5,68
Renault	6,20	Ford	5,63
Leisure Spin Limit	4,97	Hachette	5,48
Match.com	4,74	Vodafone	5,15
Meetic.com	4,21	Telefónica	5,03
France Télécom	3,60	Ebay	4,89
BET 365 Group Limit	3,05	Endesa	4,59
Total	67,32 (+8,3%)	Total	61,67

FUENTE: INFOADDEX

12 de Marzo de 2010

DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

En las que ha participado El Corte Inglés



Trabajo

EVOLUCIÓN ECONÓMICA DE EL CORTE INGLÉS

Evolución económica de las principales filiales de grupo El Corte Inglés (M€)

	Volumen de negocio		
	2007-08	2008-09	%08/07
Grandes almacenes "El Corte Inglés"	10.136,73	9.667,26	-4,6%
HIPERCOR, S.A.	3.346,83	3.088,67	-7,7%
SUPERCOR, S.A.	403,09	407,73	1,2%
TIENDAS DE CONVENIENCIA, S.A.	400,35	407,63	1,8%
AGENCIA DE VIAJES	2.243,53	2.306,01	2,8%
SFERA	144,61	170,83	18,1%
BRICOR	34,84	48,41	39,0%
OTRAS	1.189,76	1.265,99	6,4%
TOTAL	17.990,31	17.362,53	-3,5%

Fuente: ALIMARKET

Principales magnitudes económicas consolidadas de grupo El Corte Inglés en el último lustro (M€)

	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas	14.607,72	15.855,16	17.092,74	17.990,31	17.362,53
Beneficio	610,18	650,56	711,04	716,80	382,0
Fondos Propios	5.994,32	6.573,45	7.149,03	7.372,80	7.606,20
Plantilla	87.610	92.481	96.871	97.328	97.389
Inversión	806,26	1.143,25	1.642,14	1.685,00	1.827,00

Fuente: ALIMARKET

12 de Marzo de 2010

LAS VENTAS DEL GRUPO CAEN POR PRIMERA VEZ EN SU HISTORIA.



La división Tecnologías de la Información y Comunicaciones de El Corte Inglés ha registrado un leve crecimiento del 0,8% durante el ejercicio 2008-09 hasta alcanzar una cifra de negocio de 954,22 M€ en relación a los 946,62 del periodo anterior. Este capítulo aporta al conjunto del Grupo el 5,5%. El beneficio neto del ejercicio fue de 31 M€, lo que representa el 5,7% al beneficio consolidado. Con estos datos la compañía corrige ligeramente el descenso registrado en el periodo 2006, cuando este área cayó un 9,2% hasta los 915,2 M€ en relación a los 1.008 M€ de 2005. En estos últimos tres años la compañía ha logrado reducir el diferencial de facturación hasta el -5,3% respecto a su mejor año.

Por otro lado, el Grupo El Corte Inglés ha cerrado el ejercicio 2008 con una cifra de negocio consolidada de 17.362,53 M€, lo que representa un descenso del 3,5% respecto al año anterior (17.990 M€) y supone presentar el primer retroceso en su volumen de negocio en su historia. El beneficio cayó asimismo de los 716,8 M€ hasta los 382 M€, mientras el Ebitda lo hizo en un 17,5%, situándose en los 1.094 M€. Por contra, el esfuerzo inversor subió un 8,4%, hasta los 1.827 M€.

El presidente de El Corte Inglés, Isidoro Álvarez, explicó en el Informe Anual que “el clima general adverso no ha impedido el crecimiento de la empresa, que ha sido constante tanto en nuevos centros como en superficie de venta y dotación tecnológica”.

12 de Marzo de 2010

Y añadió que “como resultado nos encontramos con una empresa más sólida, más grande y más cercana a un mayor número de ciudadanos”.

Tras inaugurarse durante el año 2008 el centro de Albacete, al tiempo que entró en funcionamiento el centro comercial “Espacio Buenavista” en Oviedo, el Grupo El Corte Inglés ha continuado adelante con las obras de El Ejido (Almería), Murcia, Córdoba (“El Tiro”), Éibar (Guipúzcoa), Salamanca, Tarragona, al tiempo que ha iniciado las obras del nuevo edificio de Castellana (Madrid).

CRISIS DE EL CORTE INGLÉS

La crisis pasa factura al grupo El Corte Inglés, que en el ejercicio cerrado el pasado 28 de febrero vió recortadas sus ganancias en un 46%, hasta quedar en 382 millones netos. En los últimos 18 años, el líder de los grandes almacenes europeos -en el mundo sólo le supera el gigante norteamericano Sears- sólo redujo los beneficios en dos ocasiones: en la precedente recesión de 1992, cuando mermaron el 18,4%, y tres años después, cuando la adquisición de Galerías Preciados causó una rebaja del 7,9% en los resultados de 1995.

En 2008 el grupo sorteó la depresión del consumo con todo tipo de estrategias, desde promociones y descuentos al lanzamiento de una nueva marca propia, más económica; pasando por mayores facilidades financieras a través de la tarjeta de compras, que ya cuenta con 10,8 millones de usuarios tras registrar 600.000 incorporaciones.

Los esfuerzos por ajustar márgenes le permitieron alcanzar unas ventas de 17.362 millones de euros, un 3,5% menos, frente a la caída del 7,2% que en ese mismo periodo registró el comercio minorista, lo que representa una ligera ganancia de cuota.

Vendrán tiempos mejores, y El Corte Inglés ha optado por mantener su plan de expansión sin cambios. En el ejercicio 2008 invirtió 1.827 millones de euros, la cifra más elevada de su historia. La diversificación del grupo en muy diferentes actividades, y las especiales características de la propiedad -la mayoría del capital está en manos de una fundación, y se destina a reservas el grueso de los beneficios- van a permitir a la firma mantener el ritmo de aperturas. «El clima económico adverso no ha impedido el crecimiento de la empresa, tanto en superficie de venta como en dotación tecnológica»,

12 de Marzo de 2010

explica el presidente de la empresa, Isidoro Álvarez, en la presentación de la memoria anual.

EMPRESA

El beneficio neto del Grupo El Corte Inglés en el ejercicio fiscal del 2006 alcanzó a 712,4 millones de euros, el 9,1 por ciento más que el año anterior, según las cuentas aprobadas por la Junta General.

Las inversiones del grupo se incrementaron el 26,3 por ciento, hasta 1.642 millones de euros, debido en gran parte a la adquisición de Asón Inmobiliaria, propietaria entre otros activos del solar del edificio Windsor, destruido por un incendio en febrero de 2005. En su intervención ante la Junta de Accionistas, el presidente de El Corte Inglés, Isidoro Álvarez, destacó como objetivo "construir en el solar del antiguo Windsor uno de los modernos e innovadores grandes almacenes de Europa". El Grupo aumentó su cifra de negocio el 7,8 por ciento hasta los 17.093 millones de euros. El informe de gestión y cuentas anuales, con fechas del 1 de marzo de 2006 al 28 de febrero del 2007, arroja un incremento de ventas en todas las líneas de actividad del grupo, que tuvo un aumento de un 8,8 por ciento en su "cash-flow" (beneficio más amortizaciones) y se situó en 1.233 millones de euros.

Las inversiones totales registraron un incremento del 26,3 por ciento hasta los 1.642 millones de euros y las inversiones en activos materiales ascendieron a 1.488,6 millones de euros. Destaca la inversión extraordinaria que supuso en diciembre de 2006 la adquisición de la inmobiliaria Asón, propietaria, entre otros activos, del solar del edificio Windsor, y del 20 por ciento de Torre Picasso, en Madrid, éste último vendido en el año 2007.

Los fondos propios del grupo alcanzan los 7.149,03 millones de euros, un 8,7 por ciento superior a los registrados un año antes. Otro de los aspectos destacados en el informe de Álvarez es la creación de casi 4.000 nuevos puestos de trabajo, el 80 por

12 de Marzo de 2010

ciento de ellos con contratos indefinidos, con lo que la plantilla supera ya las 105.000 personas.

Todas las líneas de negocio del grupo registraron incrementos en sus ventas, en las que tuvieron mayor aportación los grandes almacenes, los hipermercados y las agencias de viaje. El Grupo mantiene su política de crecimiento en todos los formatos y durante el año 2006 abrieron 20 tiendas Sfera, 14 establecimientos de Telecor, 15 tiendas Opencor, 9 centros de Óptica 2000, 42 delegaciones de Viajes El Corte Inglés y 11 supermercados Supercor.

Además, este año el grupo tiene una línea de actividad dedicada al bricolaje. En diciembre pasado fue abierto el primer centro de la cadena especializada Bricor, en Alcalá de Henares. En el transcurso de 2007 abrió un centro de El Corte Inglés en Talavera de la Reina (Toledo), y en los próximos meses se inaugurarán otros cuatro, uno en Jaén, otros dos de ellos, el de Guadalajara y Elche (Alicante) que contará también con Hipercor, y el de Leganés (Madrid), que además del doble formato Hipercor y almacén, tendrá el segundo centro Bricor. También -siempre según el informe de Álvarez- se han intensificado los programas de protección del medio ambiente, por lo que en 2006 se entregaron a empresas especializadas 32,26 millones de kilos de papel y cartón, y 1,25 millones de kilos de plástico para su reciclado, además de los 113,299 kilos de poliestireno expandido que fueron entregados para su recuperación, procedentes del centro de distribución de Valdemoro (Madrid).

Destacan igualmente las medidas adoptadas para favorecer el ahorro y eficiencia energética como son los 138 metros cuadrados de captadores solares instalados en el centro comercial de El Bercial (Getafe, Madrid), que evitarán la emisión de 48,3 toneladas de dióxido de carbono en un año"-

Para terminar este punto, adjuntamos un balance de situación de 2009. En él se puede ver el gran aumento de volumen de negocio que ha obtenido la empresa.

12 de Marzo de 2010

Para leer la versión completa escíbeme a doconcreative@gmail.com

Muchas gracias por la atención prestada.