

CLUB DE CAMPO VILLA DE MADRID

+ DEPORTE,

+ SALUD en el

CORAZÓN

VERDE

de

Madrid

PLAN ESTRATÉGICO

2018-2021



Plan Estratégico 2018/21 del “Más deporte, más salud en

En su sesión celebrada el día 20 de marzo, la Junta General de Accionistas del Club aprobó el Plan Estratégico CCVM 2018-2021 con el voto unánime de las tres partes que la conforman: Ayuntamiento de Madrid, Real Sociedad Hípica Española y Patrimonio del Estado.

EMPEZAR POR EL “PORQUÉ”

El Plan Estratégico tiene como fin consensuar y fijar unas líneas de desarrollo para el medio plazo, partiendo de una redefinición de sus “Porqués” o “Para Qué” (Misión, Visión y Valores), concretadas en objetivos, proyectos y acciones, que le den al CCVM una trayectoria estable y productiva en los próximos años.

Su objetivo más importante es optimizar el rendimiento del talento y los recursos que la entidad posee y maximizar así el resultado del esfuerzo de todos los agentes implicados, muy especialmente los de su estructura profesional, siempre mirando a la mejora continua de los servicios y actividades prestados a los usuarios, como prioridad absoluta.

Se trata de una “hoja de ruta” que ayuda a la Dirección del Club, a sus usuarios, a los delegados de las secciones deportivas y sociales, a los empleados y principales proveedores... a trabajar todos en la misma dirección, alcanzando los mejores resultados posibles.

Es un Plan 360°, o sea que abarca todas las áreas de actividad del Club, desde su modelo de desarrollo deportivo hasta el mantenimiento y mejora de sus instalaciones y servicios, pasando por su gestión interna.

PROCESO DE ELABORACIÓN

Delegada por el Consejo de Administración del Club, la Gerencia y equipo directivo asumieron la tarea de elaboración del Plan con la colaboración de un grupo de consultores de primera línea -UTE EBONE/LIDERA-, seleccionados por concurso público, que han aportado una mirada externa, objetiva y experta imprescindible para analizar la realidad actual y orientar las decisiones que deben de adoptarse en el cuatrienio 18-21.

El trabajo de redacción del Plan abarcó desde el otoño de 2016 hasta diciembre de 2017.

Se articuló en tres fases de las que la segunda, la denominada FASE PARTICIPATIVA, ha ocupado la mayor parte del trabajo, tanto en tiempo como en esfuerzo.

Para alimentar este proceso participativo se pusieron en marcha seis actuaciones:

- La realización de una encuesta a los abonados que ha contado con la respuesta de casi 1.700 cuestionarios cumplimentados por los 12.000 abonados que contaban con correo electrónico
- Un “Buzón de Sugerencias” que se abrió en la página web del Club para recoger las aportaciones de todos los abonados. Se obtuvieron 452 sugerencias.
- Para conocer la posición de los usuarios externos de los servicios del CCVM, se desarrolló otra encuesta específica, cuyo cuestionario cumplimentaron cuando hicieron uso de las instalaciones del Club y a través de correo electrónico.
- La participación de los distintos grupos representativos de las secciones deportivas del CCVM- deportistas, entrenadores, técnicos, delegados...- se articuló a través de reuniones específicas con cada colectivo (focus group). Participaron:
 - 5 coordinadores técnicos del área de Deportes
 - 10 delegados de diferentes disciplinas
 - 28 técnicos deportivos
 - 29 deportistas
- Los trabajadores del Club también fueron preguntados a través de una encuesta de clima laboral, que aportaba información sobre su situación y sobre las mejoras que ellos proponían.
- Por último, como sexta y última actuación de la Fase II, se preparó un cuestionario para representantes de algunas de las empresas proveedoras más estables e importantes.

Con todas estas herramientas se obtuvo una valiosa información que completó el Diagnóstico de la Fase I y sentó las bases para iniciar la última parte del Plan, la Fase III o “Propuesta de Desarrollo Estratégico”.

El esquema de trabajo de cada una de las fases de elaboración del Plan Estratégico se resume en los gráficos A, B y C:

Club de Campo Villa de Madrid

el corazón verde de Madrid”

GRÁFICO A. FASE I: DIAGNÓSTICO INICIAL

ESQUEMA GENERAL

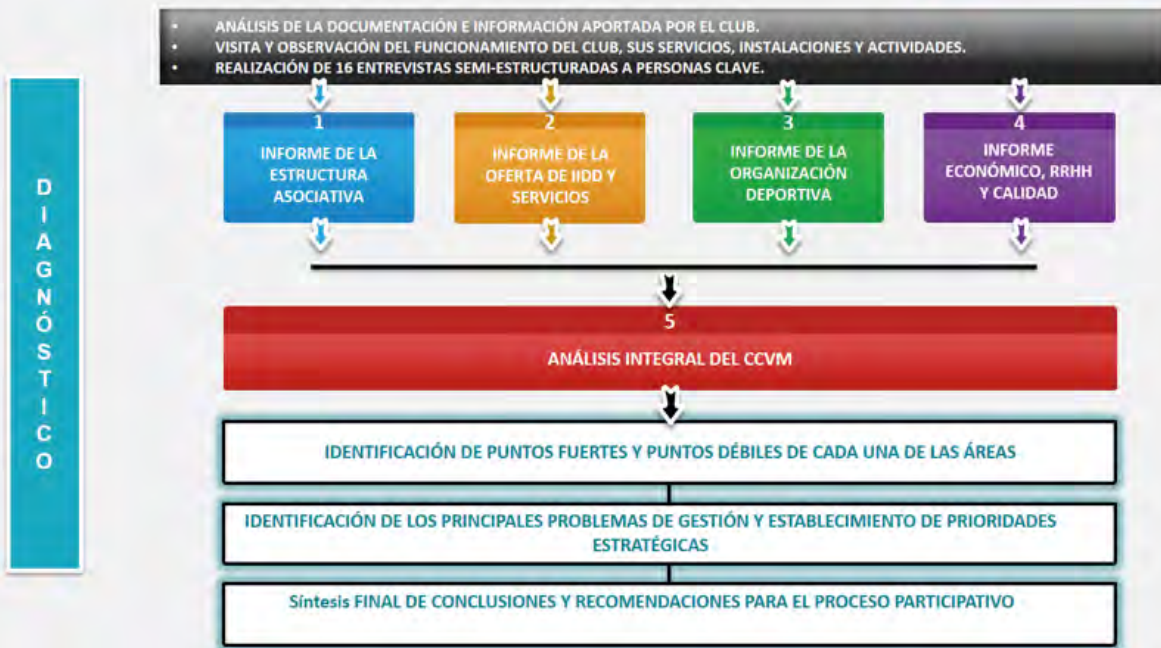


GRÁFICO B: FASE PARTICIPATIVA

ESQUEMA GENERAL



PLAN ESTRATÉGICO



COMO RESULTADO DE TODO ESTE PROCESO SE HAN DEFINIDO

- La Misión, la Visión y los Valores de la entidad, los que la identifican y hacen única.
- 4 objetivos generales para el próximo cuatrienio, que deben de alinear el trabajo de todas las personas, profesionales del Club y voluntarios de las secciones deportivas, en la misma dirección.
- 16 líneas estratégicas –los “caminos”– que vamos a utilizar, preferentemente, para alcanzar los objetivos.
- 51 proyectos y acciones que, en el marco de cada objetivo y línea estratégica, debemos de impulsar o implantar para mejorar el Club.

MISIÓN

¿Cuál es nuestra razón de ser?

El Club de Campo Villa de Madrid es una sociedad mixta municipal que tiene como razón de

ser la gestión, como servicio público, de las instalaciones deportivas adscritas del mismo nombre; así como, el sostenimiento, en condiciones idóneas, de un patrimonio privilegiado, dadas sus condiciones de ubicación y el alto valor de sus instalaciones y entorno natural. Esta gestión contribuye de forma significativa a la promoción y desarrollo deportivo de la ciudad de Madrid.

La promoción y el desarrollo del CCVM se articularán a través de sus programas de actividades y servicios deportivos –de formación, recreación, salud, competición y eventos– así como, con el impulso de programas sociales y culturales dirigidos al conjunto de los abonados, otros usuarios y grupos de interés.

VISIÓN

¿Cómo nos gustaría ver el Club de Campo Villa de Madrid en 10 años?

Como un modelo de referencia nacional e internacional en su ámbito por sus instalaciones, programas de actividades y servicios para sus abonados y ciudadanos en general.

PLAN ESTRATÉGICO

Reconocido como exponente de una sociedad avanzada en la que la salud, el bienestar, la calidad de vida y el desarrollo de las personas en todas sus dimensiones es una realidad tangible.

Los siguientes serán los atributos principales de la entidad que permitirán alcanzar y visibilizar lo anterior:

- *Integrado en el Sistema Deportivo Madrileño y protagonista destacado del mismo; reconocido, con prestigio, bien visto desde dentro y desde fuera.*
- *Contando con una oferta de servicios amplia para el conjunto de los abonados, usuarios y otros grupos de interés, independientemente de la edad, condición, nivel deportivo y sexo, especialmente en el ámbito de la salud y la recreación.*
- *Disponiendo de una programación complementaria de actividad de carácter sociocultural y de ocio que complemente la deportiva y que contribuya a hacer del Club un espacio singular, extraordinario, orientado al crecimiento*

to integral de las personas, especialmente en edades infantiles y juveniles.

- *Con un nivel de utilización accesible para todos, eficiente y sostenible.*
- *Jugando un papel importante en el deporte de competición, alto nivel y eventos –en las modalidades tradicionales del Club y en alguna nueva que pueda incorporarse–.*
- *Más visible y accesible a la ciudadanía de Madrid (en el deporte, en la formación, la inclusión social y la cultura).*
- *Manteniendo y mejorando su solvencia económica y con capacidad de aportar recursos (actividades, escenarios, estructura organizativa) al sistema deportivo federativo en cualquier nivel y específicamente al deporte madrileño.*
- *Con un modelo de gestión basado en la Orientación al Usuario, la Accesibilidad Universal, la Sostenibilidad, la Excelencia, la Transparencia y el Buen Gobierno.*



OBJETIVOS GENERALES

¿Qué debemos acometer para el cumplimiento de nuestra Misión y Visión?

1. *Impulsar e incrementar el valor y nivel deportivo del CCVM -formular una nueva "política deportiva"-, orientada a la iniciación y educación deportiva, a la mejora de los resultados y a los eventos deportivos "de ciudad".*
2. *Incrementar la oferta de actividades y servicios deportivos y su nivel de uso en el ámbito de la salud, de la recreación y, especialmente, aquellas de dimensión social, ligadas a la educación y la inclusión a través del Deporte*
3. *Continuar con la inversión y el proceso de modernización de las instalaciones del Club tanto las deportivas y sociales como de las infraestructuras básicas.*
4. *Avanzar en la mejora de la organización del Club, garantizando su estabilidad económica y estructural, una mayor calidad de los servicios y una gestión basada en la excelencia, la transparencia y el buen gobierno.*

LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y MEDIDAS OPERATIVAS

¿Cómo debemos organizarnos y actuar en la práctica para alcanzar los Objetivos Generales?

Todo lo anterior se ha concretado en los 4 objetivos principales antes enumerados y 16 líneas estratégicas para su desarrollo, que se concretan a su vez en 51 medidas, acciones y proyectos a implantar en los próximos cuatro años. Los siguientes son algunos de los más significativos:

Objetivo 1

- Diseño e implantación de un programa de detección del talento y apoyo a deportistas de competición
- Proyecto de intervención integral en el Golf; conjunto de actuaciones en el ámbito de la gestión de las instalaciones y actividades
- Reorganización de la estructura organizativa de las diferentes secciones deportivas
- Coordinación y planificación de un "calendario anual o bienal de competiciones" equili-



brado, que incluya la captación progresiva de eventos de carácter nacional e internacional

Objetivo 2

- Puesta en marcha de un Programa de fitness y wellness vinculado a la construcción de nuevos espacios, que aborde la definición del modelo de gestión de los servicios.
- Revisión del programa de actividades acuáticas asociadas a la salud.
- Creación del Servicio de Salud deportiva, para valoración, control y prescripción deportiva a abonados generales y competidores.
- Mejora del modelo de servicio de restauración y hostelería.
- Diseño y ejecución cada temporada de un programa basado en la participación en actividades culturales, artísticas y sociales para los abonados, pero abierto complementariamente a otros usuarios.

Objetivo 3

- Elaboración y puesta en marcha de un Plan de Mantenimiento Integral para el conjunto del CCVM.
- Ampliación integral del gimnasio. Construcción de un nuevo centro de fitness-wellnes en los actuales espacios de gimnasio y piscina.
- Plan de adecuación integral del recorrido amarillo y ampliación y mejora de zona de prácticas en zona de inicio del recorrido negro y otras reformas en golf.
- Diseño y construcción de un circuito de running interno.
- Instalación de cubierta en la pista de patinaje para su utilización en caso de condiciones meteorológicas adversas.

- Diseño y ejecución de un Programa de Medidas de Eco-sostenibilidad para el futuro del club.
- Elaboración e implementación de un Plan de Accesibilidad Universal.
- Mejora de los controles de acceso, comunicación interior y aparcamientos.

Objetivo 4

- Mantenimiento del volumen actual de ingresos correspondiente a la población abonada (fidelización del abonado y rotación), analizando una propuesta de nueva escala de tarifa que ayude a las familias y revisión del sistema de abonados en baja temporal.
- Identificación de los diferentes grupos de interés del CCVM y comunicación específica con ellos, para desarrollar mensajes, y utilizar canales específicos a dichos perfiles segmentando sus intereses y necesidades con objeto de fidelizar.
- Optimización de las herramientas y canales de comunicación actuales e implantación de nuevos canales para mantener una mayor y mejor relación con el abonado y usuario del Club.
- Establecimiento de un sistema de cumplimiento normativo eficaz y seguro, creación e implantación de una unidad interna de "Compliance" de acuerdo con lo que indica la legislación vigente.

