

Zaragoza, 18 de febrero de 2011

**Millennium**  
Health & Fitness Center



## CMI en Millennium



FINALISTA PREMIO  
A LA EXCELENCIA  
EMPRESARIAL  
EN ARAGÓN 2009

PYMES



Personas, salud, deporte, calidad, profesionalidad

# ¿qué es Millennium ?

- Empresa privada de servicios, PYME.
  - 17 trabajadores.
- Inicio en el 2003.
- Concepto diferente de gimnasio.
- Otras actuaciones.



# Millennium

Health & Fitness Center



## Nuestros servicios

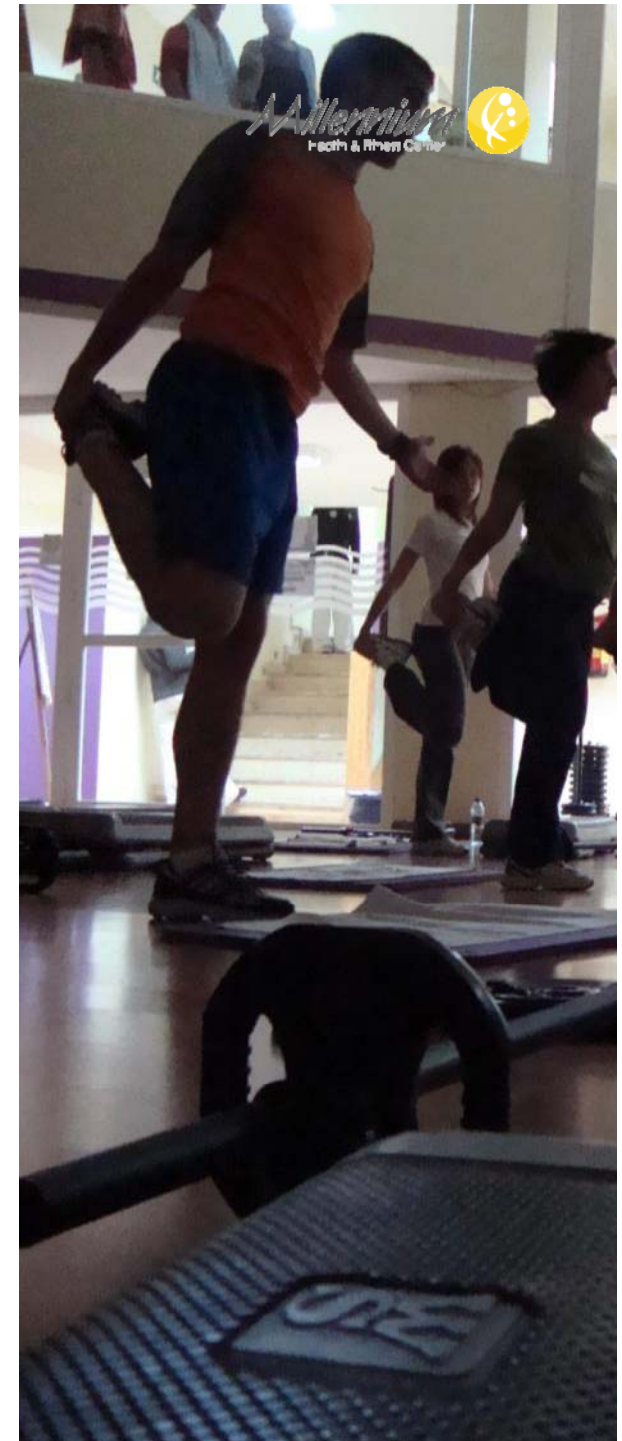


# Distintas Areas

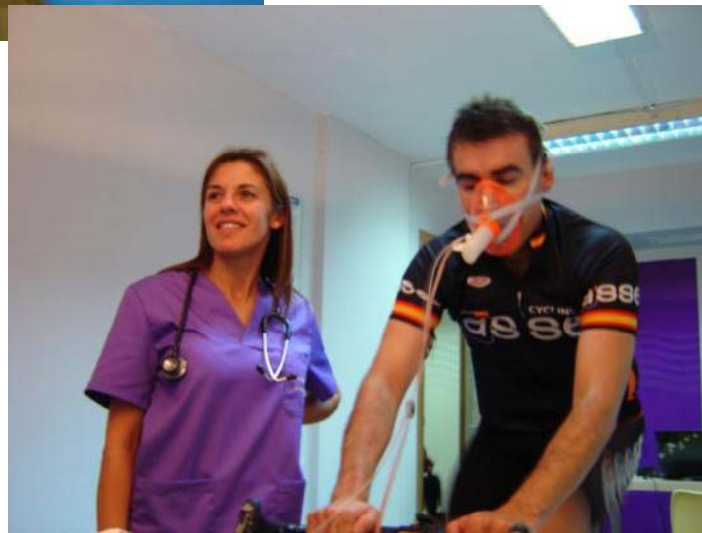
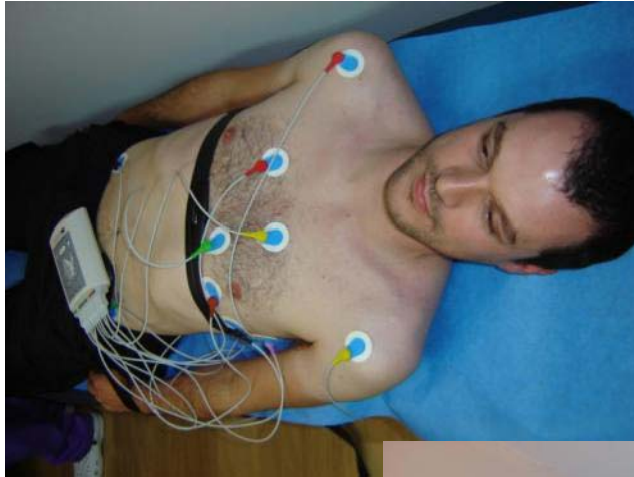


# Servicios

- Cardiovascular
- Fitness
- Actividades
- Estética
- Fisioterapia
- Nutrición
- Medicina deportiva:
  - Centro de Alto rendimiento



# Centro de Rendimiento Deportivo



CENTRO DE ALTO RENDIMIENTO

PARA RENDIR MAS, CONÓCETE MEJOR

- Pruebas de esfuerzo con análisis de gases
  - Test de lactato
- Control de entrenamiento
- Estudio Biomecánico
- Control de Alimentación
- Ayudas Ergogénicas
- Reconocimientos médicos para licencias deportivas

CITA PREVIA: 976 306 511 - 609 156 718  
consulta@pruebasdeesfuerzo.com

[www.pruebasdeesfuerzo.com](http://www.pruebasdeesfuerzo.com)

Director: Alberto Roca. (Dos Veces Campeón de España de Ciclismo de Pista, 4º Cto. Europa y 5º Copa del Mundo).

# Millennium Gestión

- Formación.
- Organización de eventos.  
(gestión y deportivos)
- Centro de Tecnificación del  
Ciclismo en Pista.



JORNADA DE GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE CENTROS DEPORTIVOS



PUEBLA DE SANABRIA ENERO 23 2010



II Jornadas de ciclismo  
Millennium 2011

Haga clic para agregar subtítulo

asser  
sport

PIRINEO  
TEN RUTA

[www.pruebasdeesfuerzo.com](http://www.pruebasdeesfuerzo.com)



# Proyecto de Expansión

- Masterfranquicia Santiago de Chile.
- MSC Formación y Coaching Argentina (marca compartida).
- Zaragoza
  - Centros propios
  - Marca compartida



# Millennium

Health & Fitness Center



## Instalación



# Instalación

- Recepción y atención al cliente.
- 3 salas de actividades colectivas.
- 1 sala de cardiovascular y fitness .



# Instalación

- Gabinete de estética.
- Gabinete de fisioterapia.
- Gabinete de salud.
- Taller mantenimiento.
- Rayos UVA
- Balneario Urbano



# ¿Qué nos hace diferentes?



# Gestión



*Millennium*  
Health & Fitness Center



Misión – Visión - Valores



# Misión, Visión y Valores



## MISION

Desarrollar programas de actividades deportivas motivantes y asequibles para todas las necesidades del público, sin importar edad ni condición física, diferenciándonos a través de un conjunto de conocimientos y habilidades excelentes y con un servicio de alto valor añadido, concibiendo a nuestros clientes como socios.



## VISION Y VALORES CORPORATIVOS

### VISION

Ser una empresa líder en ocio deportivo, en diseño de programas para la salud, instalaciones y servicios complementarios, en el mercado local de instalaciones deportivas y de ocio, ofreciendo experiencia y calidad a los clientes con un equipo de personal cualificado, implicado y motivado.

### VALORES CORPORATIVOS

Visión global  
Profesionalidad y Honradez  
Alto grado de cualificación  
Personal con capacidad innovadora  
Compromiso de calidad integral  
(producto y servicio)  
Capacidad de respuesta – Eficiencia  
Trabajo en equipo

# Política de calidad



**NUESTRA POLITICA DE CALIDAD**

La política de Club Millennium, es ofrecer un servicio que garantice un alto grado de satisfacción a nuestros clientes de forma que asegure la empresa a largo plazo.

Queremos conseguir este objetivo a través de un servicio de alta calidad ajustado a las necesidades de nuestros clientes.

Con la excelencia de nuestros servicios queremos lograr un prestigio de nuestro sector que asegure la fidelidad de nuestros clientes y, por tanto, nuestro futuro.

La formación, comunicación e información de todo el personal de la empresa potencia su participación con el fin de mejorar continuamente tanto profesionalmente como personalmente.

Club Millennium dispone de personal altamente cualificado que puede desarrollar su trabajo con éxito y entusiasmo.

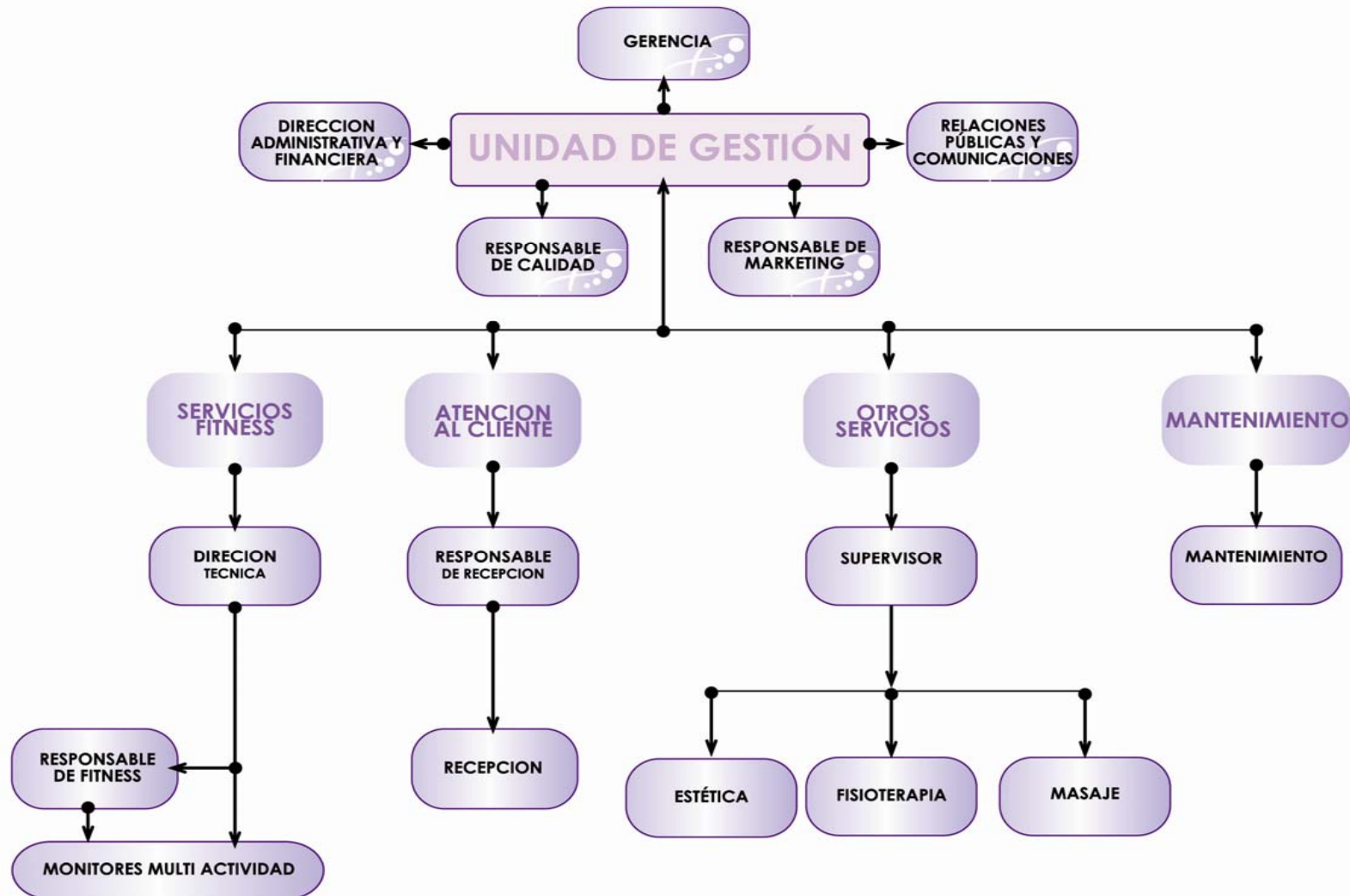
Club Millennium se compara con su entorno empresarial para evaluar y encontrar diferenciales que le otorguen ventajas competitivas.

Zaragoza en Octubre de 2007

  
Alberto A. Roca  
Gerente



# Organigrama



# Comité calidad

- Reunión mensual.
  - 1 por área relevante.
  - Detección de problemas.
- Consultorías externas.



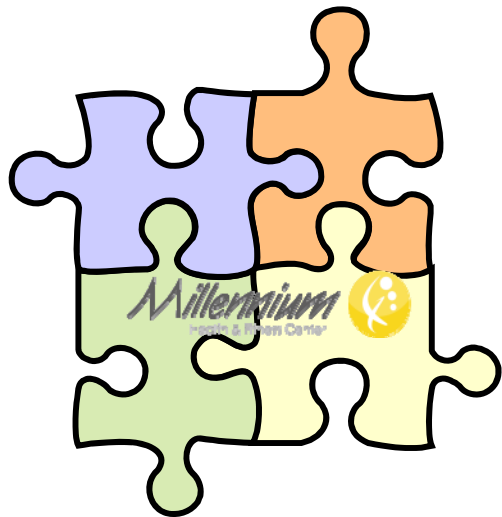
# Sistema de gestión de sugerencias y quejas

- Compromiso de respuesta en 48 h.
- Ayuda a la mejora continua.



# Organización

- 3 salas
- 110 actividades
- 10 monitores multiactividad



# Nuestro compromiso con el Medio Ambiente



# La vida en Club Millennium

- 244 a 450 accesos día
- 25 actividades diarias.
- Atención al cliente
  - Clientes nuevos
  - Usuarios
- Gestión de citas en estética, medicina, fisioterapia, ...
- Mantenimiento de la instalación.

# Reconocimientos



ISO 9001:2008



FINALISTA PREMIO EXCELENCIA EMPRESARIAL 2008



CANDIDATO JOVEN EMPRESARIO 2010



DIPLOMA DE RESPETO MEDIOAMBIENTAL



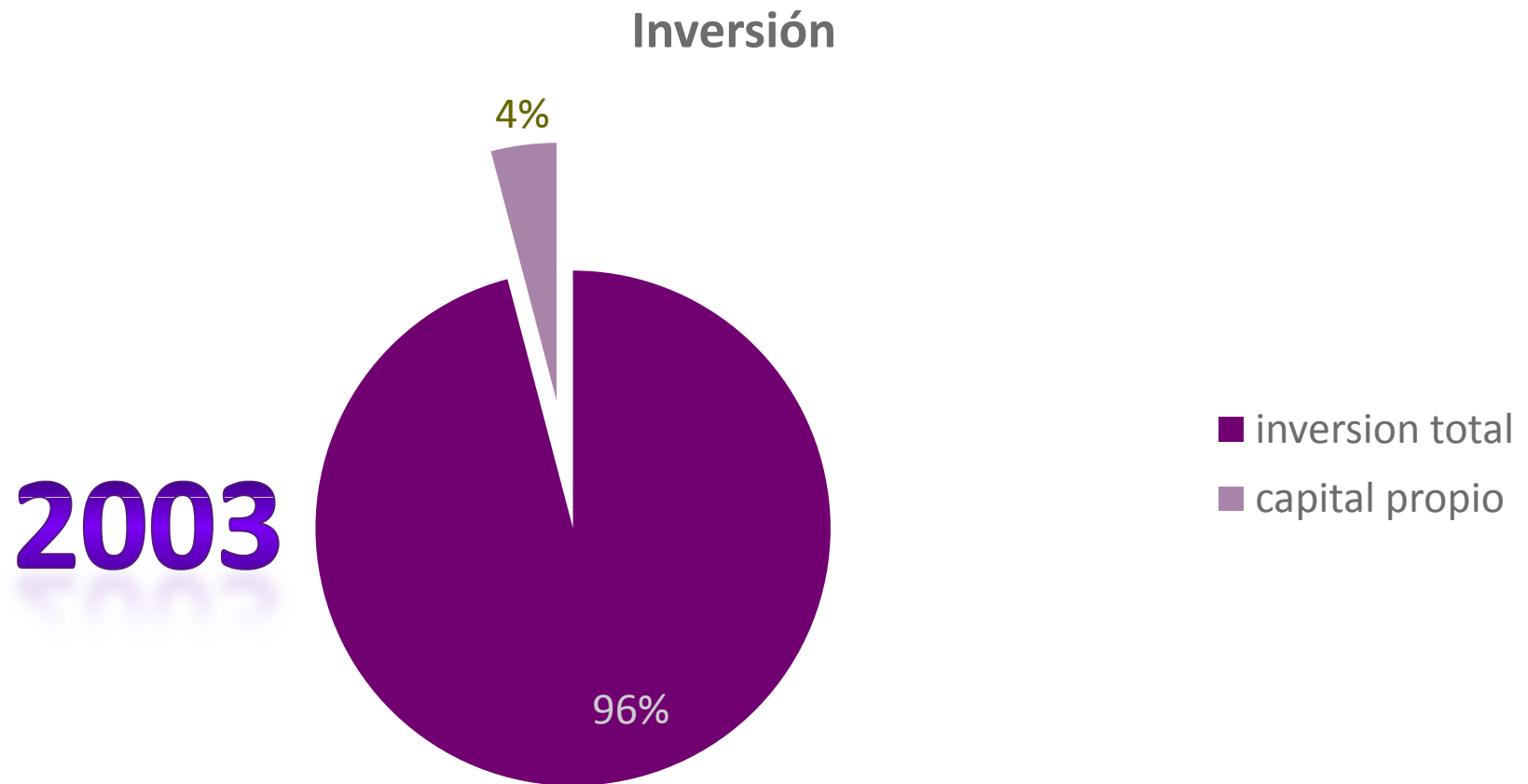
*Millennium*  
Health & Fitness Center



# HISTORIA

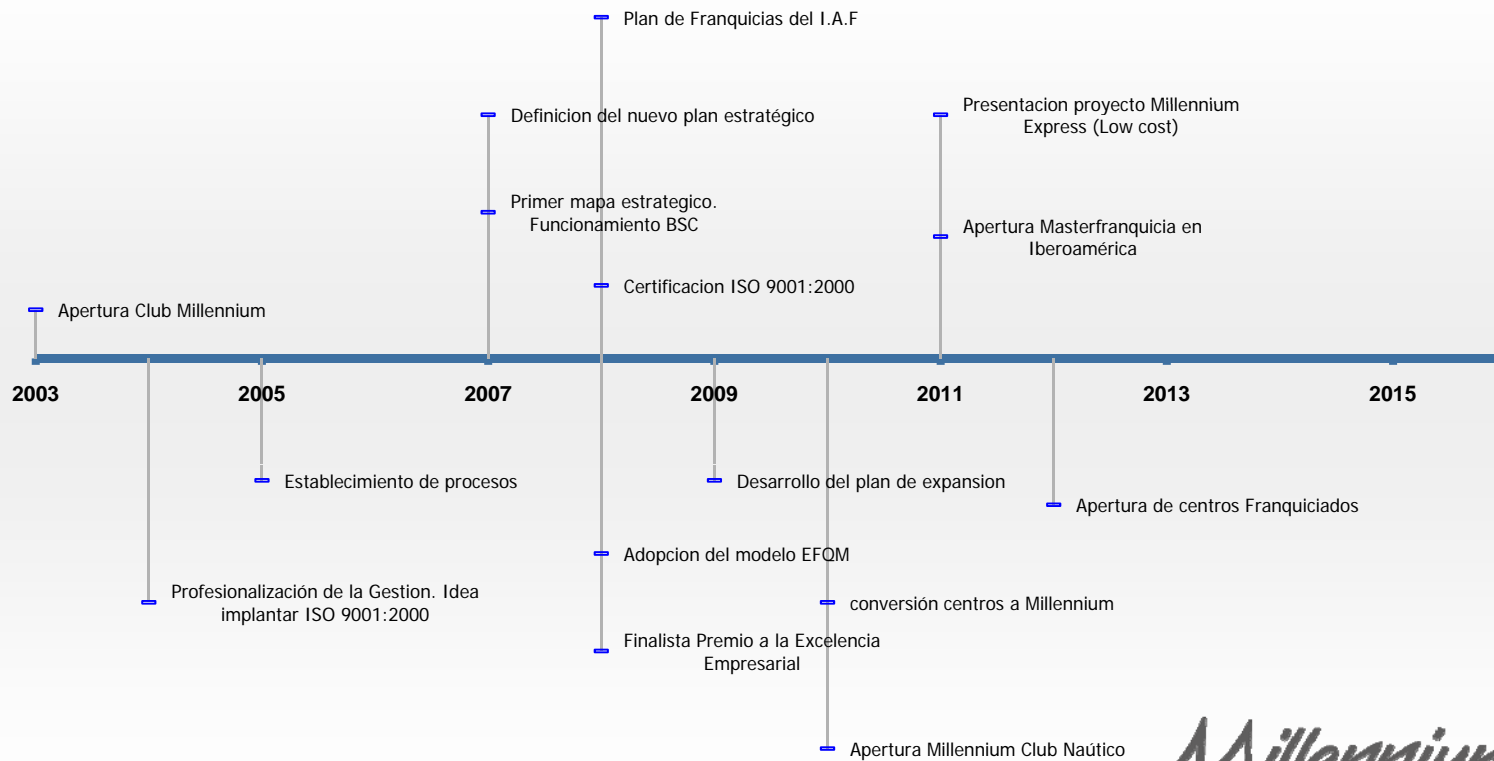






# Linea del tiempo

## Evolución Club Millennium



# La evolución de un proyecto



*Millennium*  
Health & Fitness Center



CMI



# Inicio

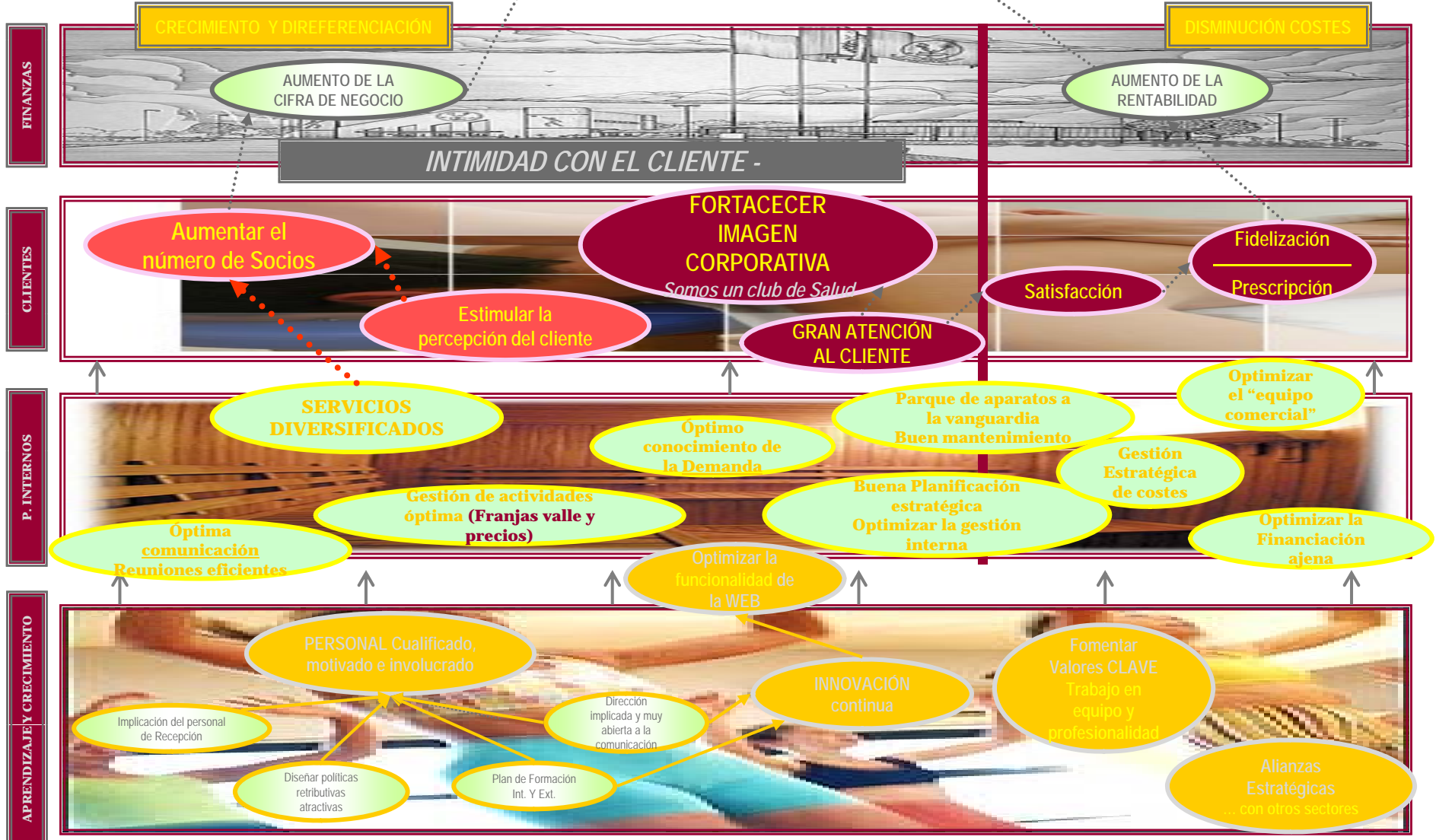
- Revisión del DAFO – CAME incorporando nuevas personas.
- Revisando indicadores de control.
- Siempre con el enfoque de la Misión Visión y Valores.
- Se realiza el primer Mapa Estratégico.

# Misión - Visión - Valores



2007

Aumento del valor de Marca y Desarrollo Sostenible

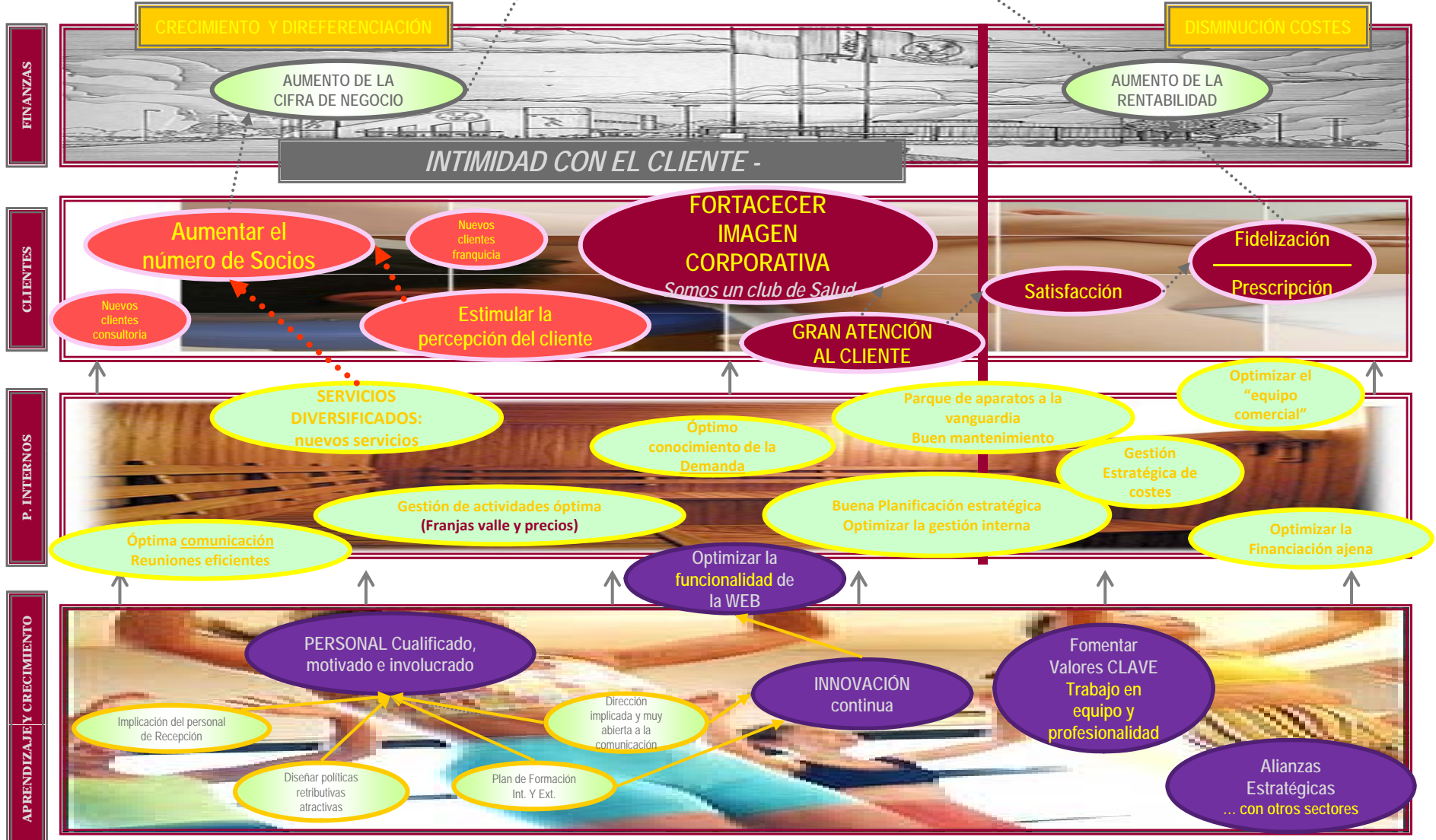


# Misión - Visión - Valores

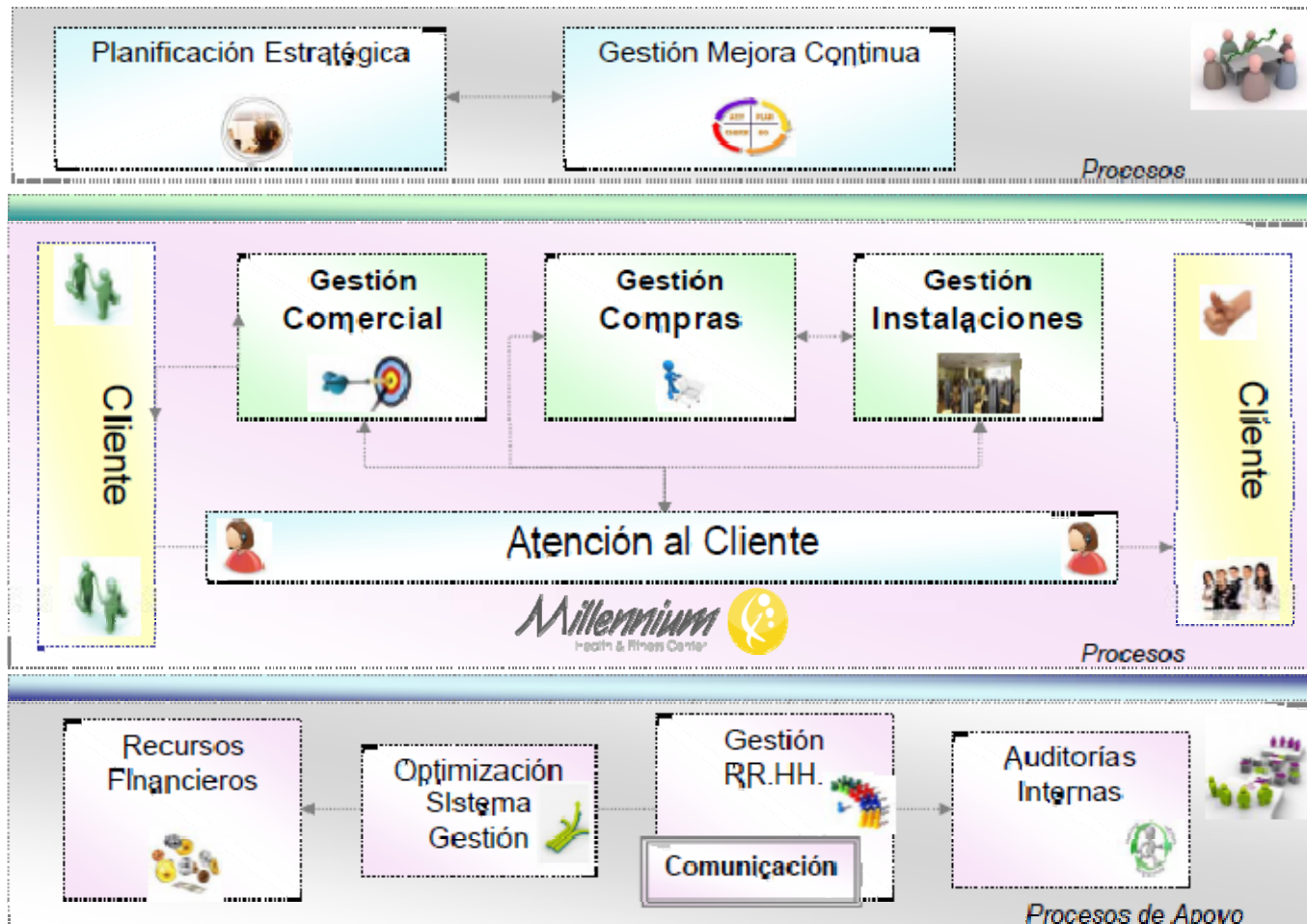


2011

Aumento del valor de Marca y Desarrollo Sostenible



# Gestión por procesos





# Objetivos - procesos

26 OBJETIVOS ESTRATEGICOS

9 PROCESOS

		APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO				PROCESOS INTERNOS							CLIENTES				FINANZAS			
		AC.1	AC.2	AC.3	AC.4	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	C.1	C.2	C.3	C.4	F.1	F.2	G.Obj.	
		PERSONAL cualificado, motivado e involucrado	innovacion continua	fomentar valores clave, trabajo en equipo y profesionalidad	alianzas estrategicas, con otros sectores	Servicios diversificados	Gestion de actividades optima	optima comunicacion, reuniones eficientes	perque de aparatos a la vanguardia, buen mantenimiento	Buena planificacion estrategica. Optimizar la gestion interna	Optimizar la financiacion ajena	Optimizar el equipo comercial	Aumentar el número de socios	Estimular la percepcion del cliente	gran atencion al cliente	Fortalecer la imagen corporativa. Somos un club de salud.	Aumento de la cifra de negocios	Aumento de la Rentabilidad	Aumento del valor de la marca y desarrollo sostenible	
01	Planificación Estratégica	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	18
02	Gestión de auditorías externas	*		*				*		*					*	*			*	7
03	Gestión comercial						*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	11
04	Gestión de compras						*	*	*	*	*	*		*					*	8
05	Gestión de Recursos financieros		*				*			*	*						*	*	*	7
06	Gestión de las instalaciones		*			*	*		*	*			*	*		*		*	*	10
07	Gestión RRHH	*	*	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*	*	*	16
08	Gestión de la documentación	*						*	*		*		*		*	*	*	*	*	10
09	Gestión de la Mejora Continua	*	*	*				*		*		*		*	*	*			*	10
		5	5	4	2	3	6	7	4	8	5	5	5	5	6	7	5	6	9	

# Propietarios de los procesos

		FUNCIONES								
		AR	CA	NA	SR	JV	DG	LG	JA	YH
		G	DF	DC	DT	MA	RR	RF	RE	RF
		GERENCIA	Delegada Calidad	Directora Financiera	Directora Tecnica Responsable Actividades	Mantenimiento	Responsable Recepció	Responsable Fitness	Responsable Estetica	Responsable Fisioterap
01	Planificación Estratégica	P	F	F	F	F	F	F	F	F
02	Gestión de auditorías externas	F	P	O	O	O	O	O	O	O
03	Gestión comercial	O	O		P		P	P		
04	Gestión de compras	F	O			F	P		O	
05	Gestión de Recursos financieros	O	O			P				
06	Gestión de las instalaciones	F				P				
07	Gestión RRHH	P			P					
08	Gestión de la documentación		P							
09	Gestión de la Mejora Continua	F	P	F	F	F	F	F	F	F

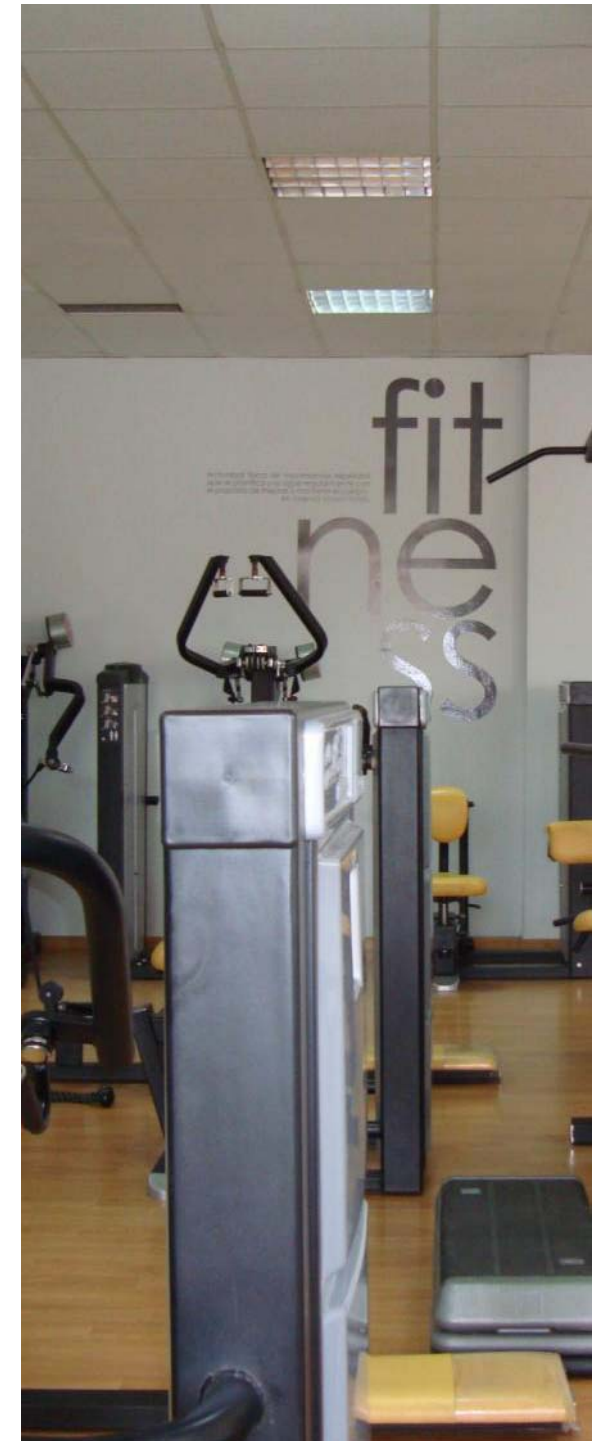
P	Propietario del Proceso
F	Participación frecuente
O	Participación ocasional

INDICADORES DE **GESTION 2010**

CODIGO	PROCESO / OBJETIVO ESTRATEGICO	NOMBRE DEL INDICADOR	FORMULA	FRECUENCIA	FUENTE
F1	AUMENTO CIFRA DE NEGOCIO	Ingresos Totales	Ingresos Totales	trimestral	Contaplus/PyG (Ingresos)
F2	AUMENTO RENTABILIDAD	Rentabilidad	Ingresos/Gastos	trimestral	Contaplus/PyG
C1	AUMENTO NÚMERO DE SOCIOS	No. Socios Activos	No. Socios Activos	mensual	Provis
C2	ESTIMULAR LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE	Indice de Satisfacción del Cliente	Valoración Total Satisfacción Cliente	anual	Encuestas de Satisfacción al cliente
C3	FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA	Organización de Eventos Exteriores	Número de organización de eventos	anual	----
C4	GRAN ATENCION AL CLIENTE	% Quejas y sugerencias contestadas dentro de 2 días	Número de quejas y sug contestadas en plazo/Quejas totales identificadas	trimestral	Formato de Sugerencias y Quejas
C5	SATISFACCIÓN CLIENTE	% Devolución de recibos	----	mensual	Provis/Banco
C6	FIDELIZACIÓN CLIENTE	% Fidelidad del cliente	% de fidelización	anual	Provis
P1	OPTIMA COMUNICACIÓN REUNIONES EFICIENTES	Nº Planes mejores consensuados en reuniones de gestión	Número de planes de mejora emitidos en las reuniones de gestión	semestral	Formatos Planes de mejora
P2	SERVICIOS DIVERSIFICADOS	Acciones de consultoria y franquicia	Número de acciones de consultoria y franquicia	anual	----
P3	GESTION ACTIVIDADES OPTIMAS FRANJAS	Número de actividades con menos de 6 alumnos	Número	trimestral	Programa Acces Datos
P4	OPTIMO CONOCIMIENTO DE LA DEMANDA DE GIMNASIOS	Realización de mystery shopping	----	semestral	----
		Análisis económicos (Benchaming)	----	anual	----
P5	BUENA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA/OPTIMIZACIÓN DE GESTIÓN INTERNA	% de indicadores de calidad cumplidos	nº Objetivos cumplidos/ nº objetivos	semestral	anexo 64
P6	PARQUE DE APARATOS A LA VANGUARDIA/BUEN MANTENIMIENTO	Número de quejas y/o incidencias y no conformidades recibidas sobre máquinas estropeadas	Número de quejas y/o incidencias y no conformidades recibidas sobre máquinas paradas por estropeadas	trimestral	F Sugerencias y quejas e Incidencias y No Conformidades
P7	GESTION ESTRATEGICA DE COSTES	Desviación Presupuesto de Gastos	Presupuesto-Ejecutado	trimestral	Contaplus/PyG y Presupuesto
P8	OPTIMIZAR LA FINANCIACIÓN AJENA	Fondo de maniobra	Activo Circulante (Activo Corriente) menos Pasivo Circulante (Pasivo Corriente)	trimestral	Contaplus/Balance Situación

# ¿Qué hemos trabajado?

- Trabajo por prioridades y coste.
  - Desde Aprendizaje y Crecimiento
    - Cualificación e involucración del personal
    - Innovación continua
    - Trabajo en equipo
  - Desde Procesos Internos
    - Optima comunicación: reuniones eficientes
    - Gestión de actividades optima
    - Conocimiento de la demanda
    - Optimizar el equipo comercial
  - Desde Clientes (ver resultados)
    - Estimular la percepción del cliente
    - Satisfacción = prescripción
    - Fortalecer la imagen corporativa



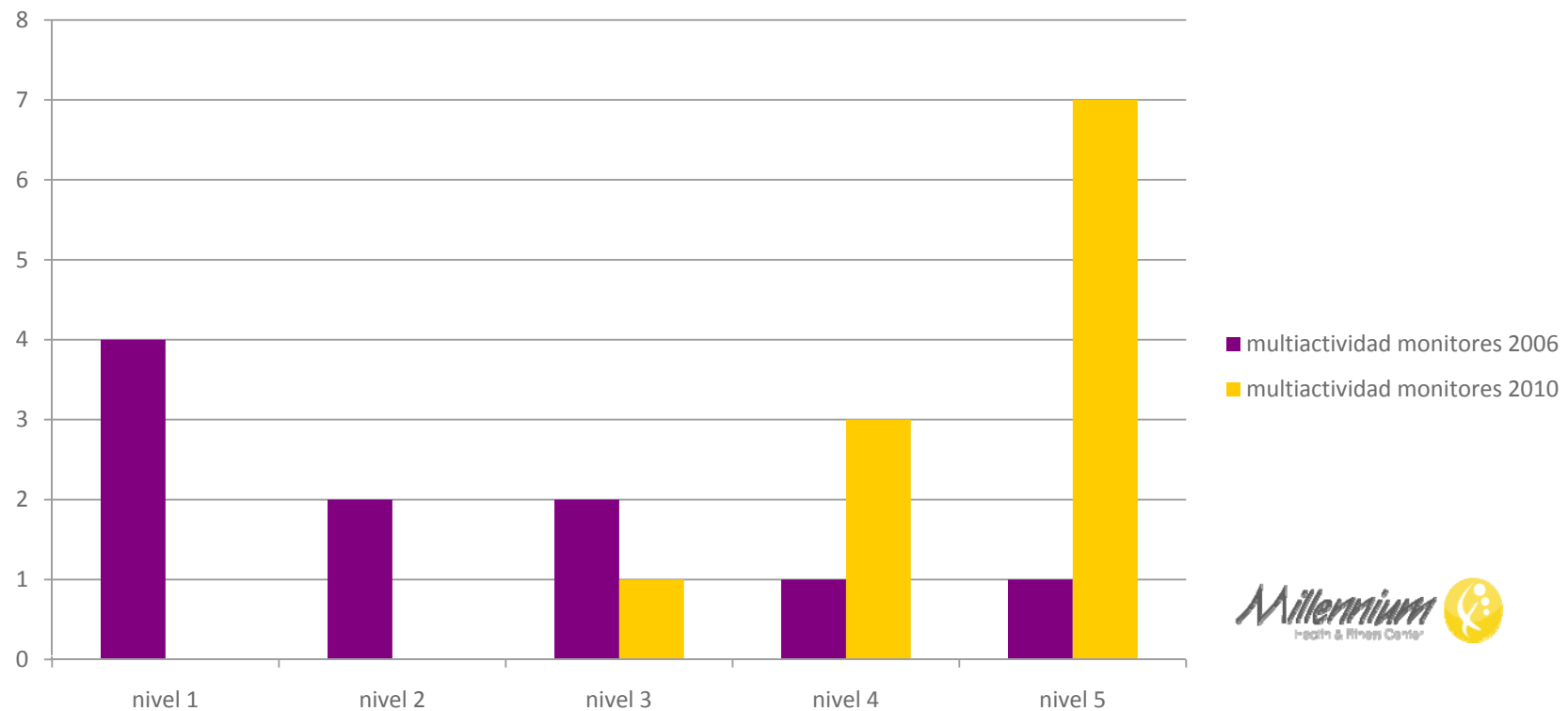
## – Desde Aprendizaje y Crecimiento

- Cualificación e involucración del personal
- Innovación continua
- Trabajo en equipo
- Funcionalidad de la WEB
- Alianzas estratégicas



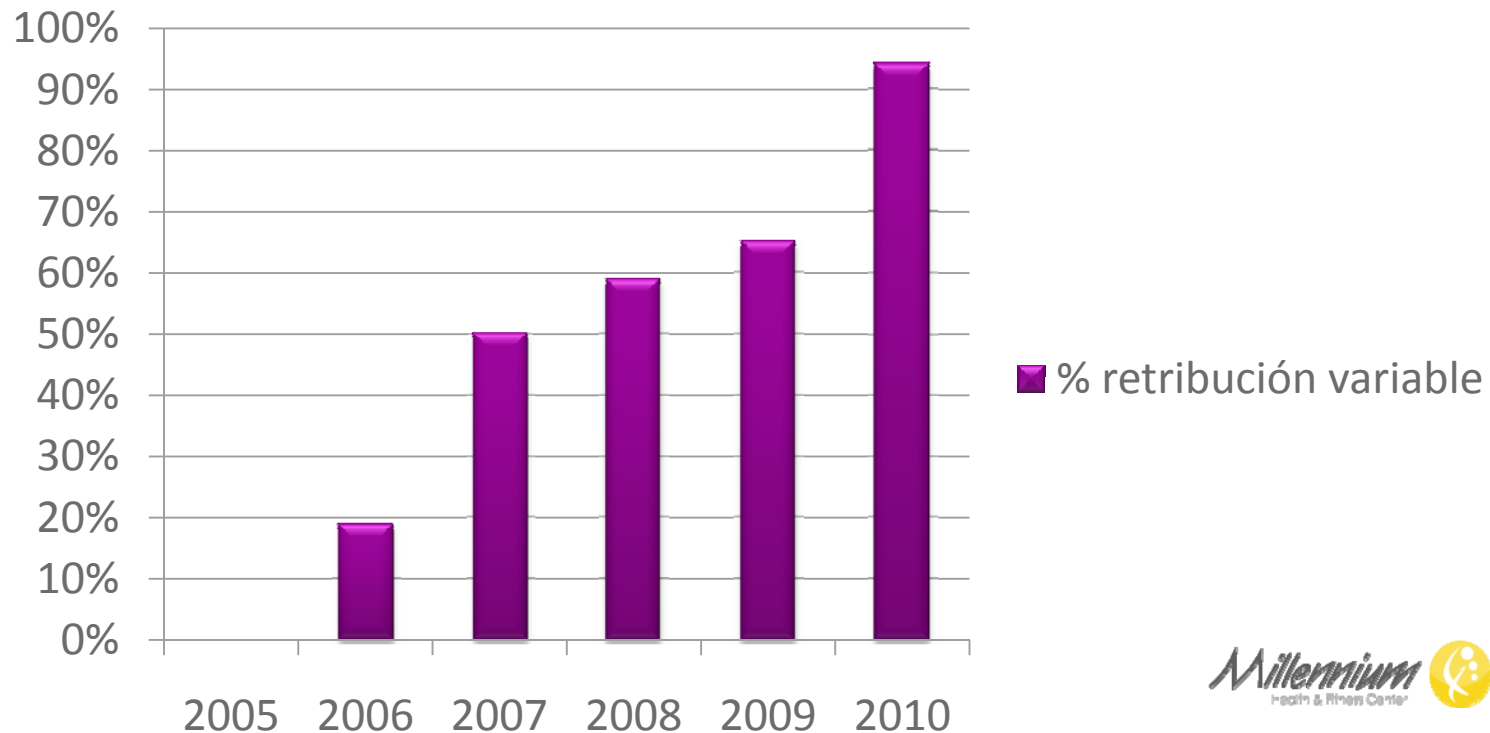
# Cualificación e involucración del personal.

- Nivel de multiactividad en monitores Fitness



# Cualificación e involucración del personal.

- Plantilla con retribución variable



# Cualificación e involucración del personal.

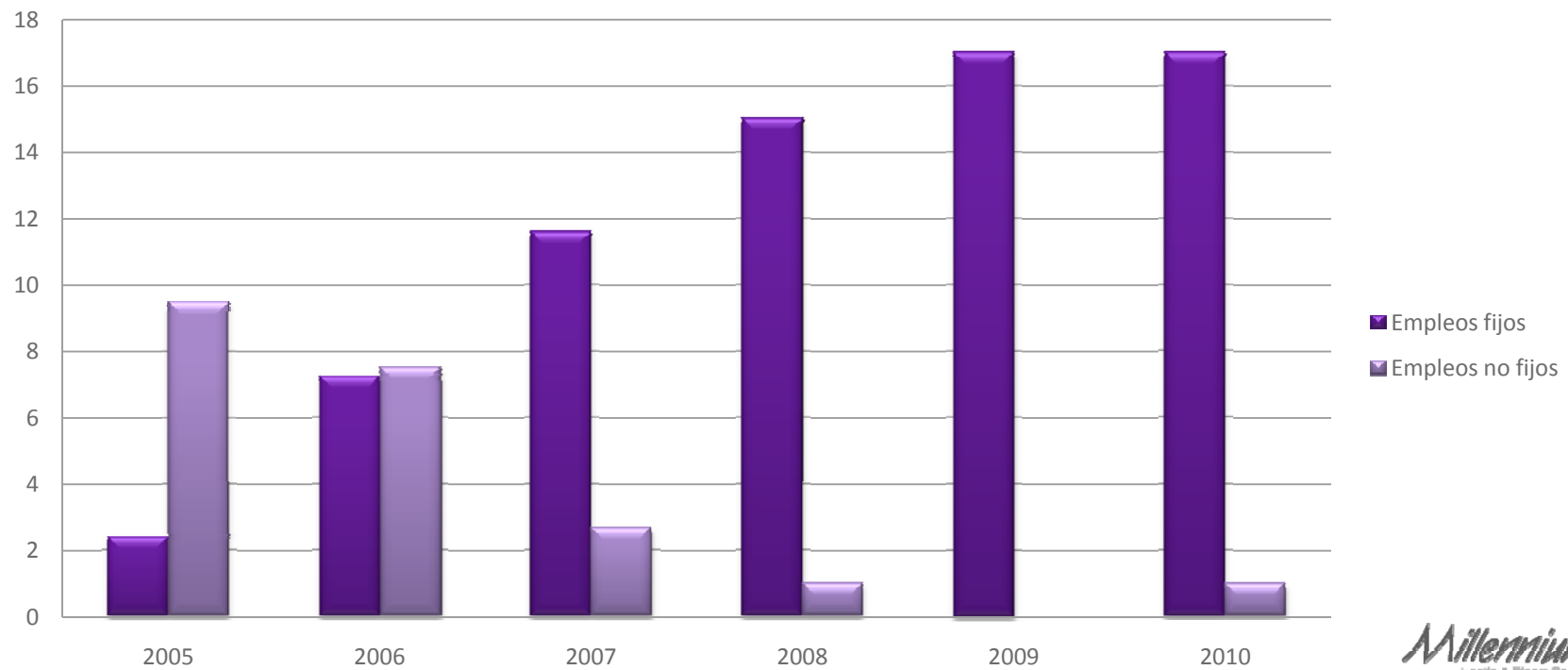
- Horas de formación





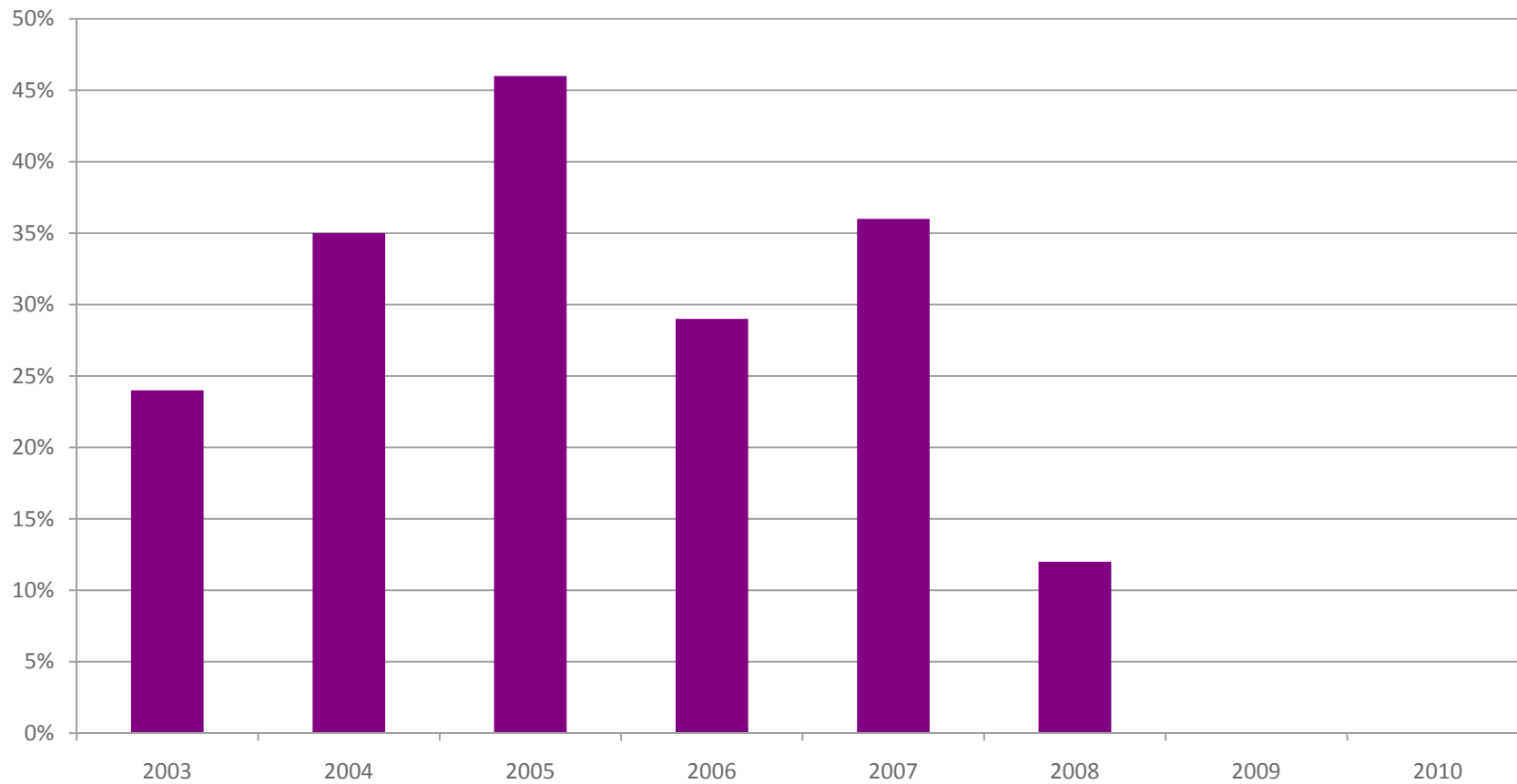
# Apuesta por el empleo estable

Evolucion del empleo estable



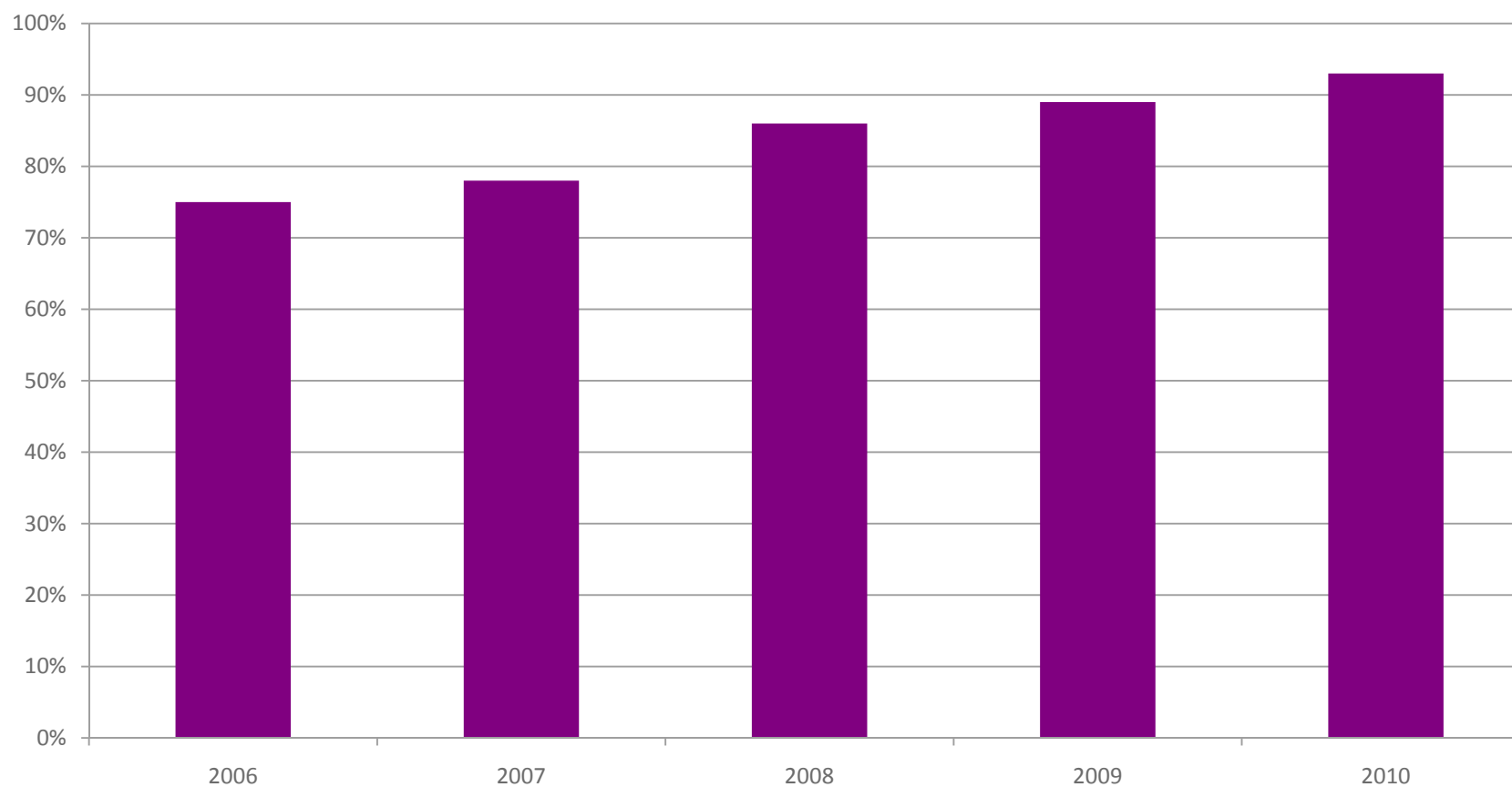
# Indicador clave

índice rotación



# Indicador clave

## Satisfacción con el trabajo desempeñado: muy satisfecho

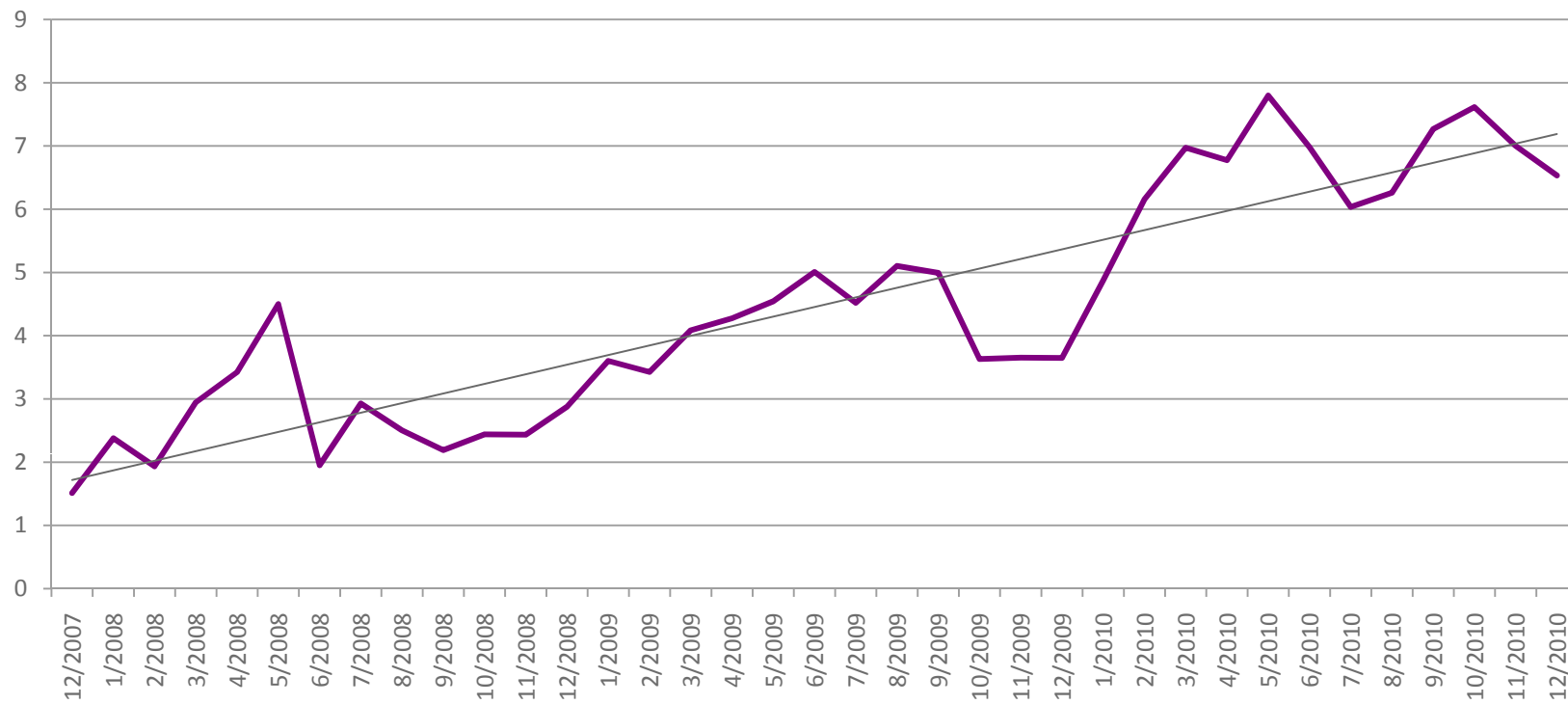


# Innovación continua

- Implantación de al menos dos actividades nuevas cada año.
  - Batuka
  - Big dance
  - Body vive
  - Pruebas de esfuerzo
  - Charlas informativas

# Funcionalidad web

- Conseguir tráfico
- Conseguir ventas



# Alianzas estratégicas con otros sectores

- Convenios comerciales
  - Sindicato Unificado de Policía
  - Universidad de Zaragoza
  - Hotel Management School,...
- Patrocinios deportivos
  - Balonmano Dominicos
  - Equipos ciclistas (3)
  - Futbol Sala
  - Duatlon
- Convenios de colaboración y proyectos
  - Podoactiva
  - Iniciativas Viables
  - Federación Aragonesa de Ciclismo
  - T-innova
  - Technogym
  - Bh Hipower



## – Desde Procesos Internos

- Óptima comunicación: reuniones eficientes
- Gestión de actividades óptima
- Conocimiento de la demanda
- Optimizar el equipo comercial
- Gestión estratégica de costes



# Reuniones eficientes

- 80 % de los planes de mejora son a través de las reuniones del comité de Calidad.
- 100% de esas mejoras realizadas.
- Buen uso de los canales de comunicación internos.



# Gestión de actividades optima

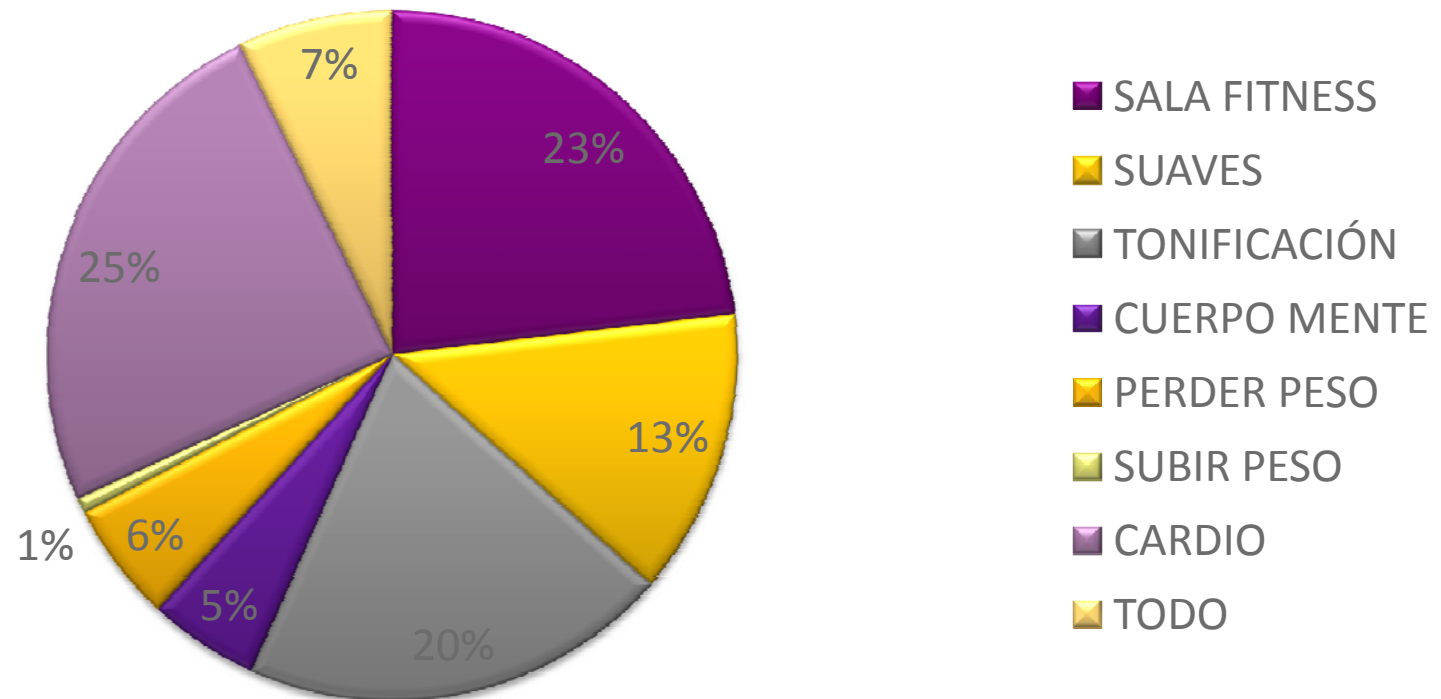
ACTIVIDAD	CLASES	ALUMNOS	MEDIA	MUJERES	HOMBRES
CICLOINDOOR	1145	14205	12,41	7,06	3,35
BODYCOMBAT	281	2493	8,87	7,81	1,06
GAP	457	3792	8,35	7,98	0,39
BODYTONO	394	3219	8,17	7,39	0,78
STEP	304	2380	7,83	7,7	0,13
ABDOMEN	396	3102	7,83	4,74	3,1
BODYVIVE	123	896	7,42	7,34	0,08
PILATES	120	802	6,74	6,49	0,23
BATUKA	73	460	6,3	6,08	0,22
YOGA	157	898	5,72	5,35	0,37
BODYBALANCE	106	594	5,6	5,44	0,16

# Conocimiento de la demanda

- A través de:
  - cuestionarios de información posibles clientes
  - Entrevistas cualitativas socios y no socios
  - Focus group.

# Preferencias no clientes

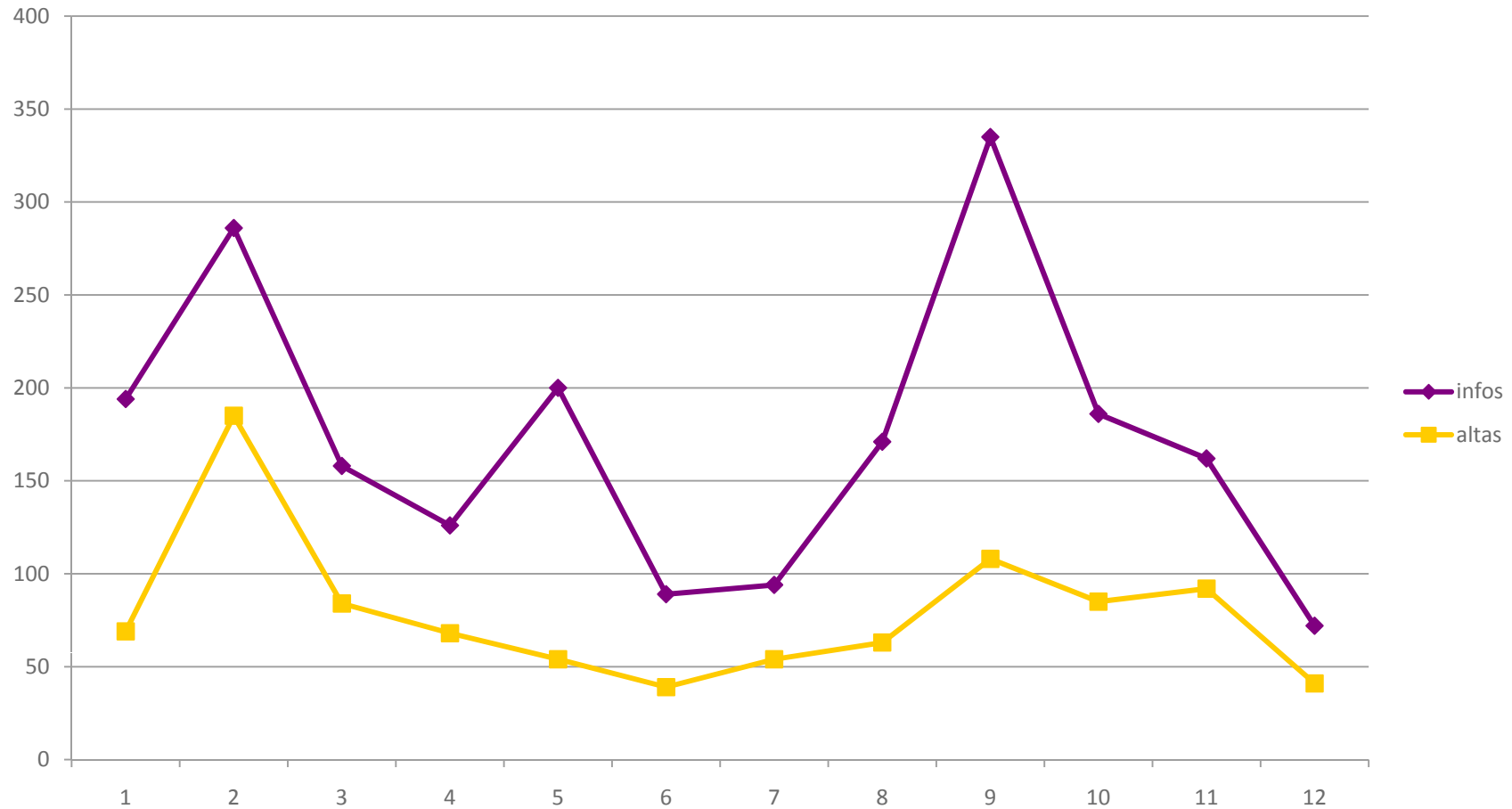
Título del gráfico



# Optimizar el equipo comercial

- Cambio del proceso de venta
  - Cambios en el proceso.
  - Formación específica.
  - Revisión de indicadores.
  - Es un proceso en Mejora Continua.

# Optimizar el equipo comercial



# Cientes

- Fortalecer la imagen corporativa
- Estimular la percepción del cliente
- Satisfacción = prescripción
- Nuevos clientes:
  - Consultoría
  - Franquicia



# Fortalecer la Imagen Corporativa



- Formato de carteles internos.
- Cambio de la imagen corporativa.
- Investigación Nacional de Fitness (estudio con la Universidad Alemana).
- Web, Blog, Facebook, ...
- Convenios de investigación.
- Notas de prensa.

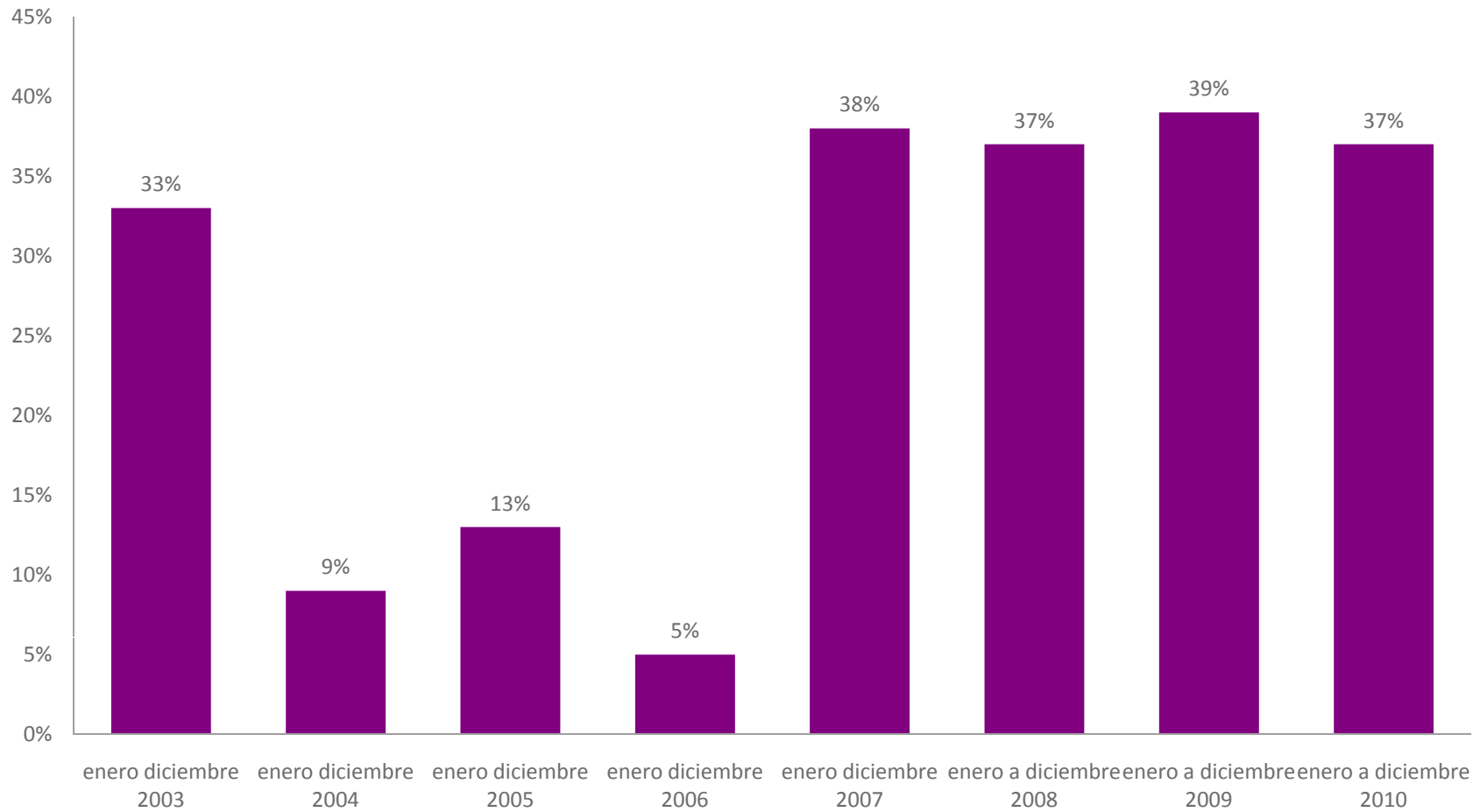
# Estimular la percepción del cliente



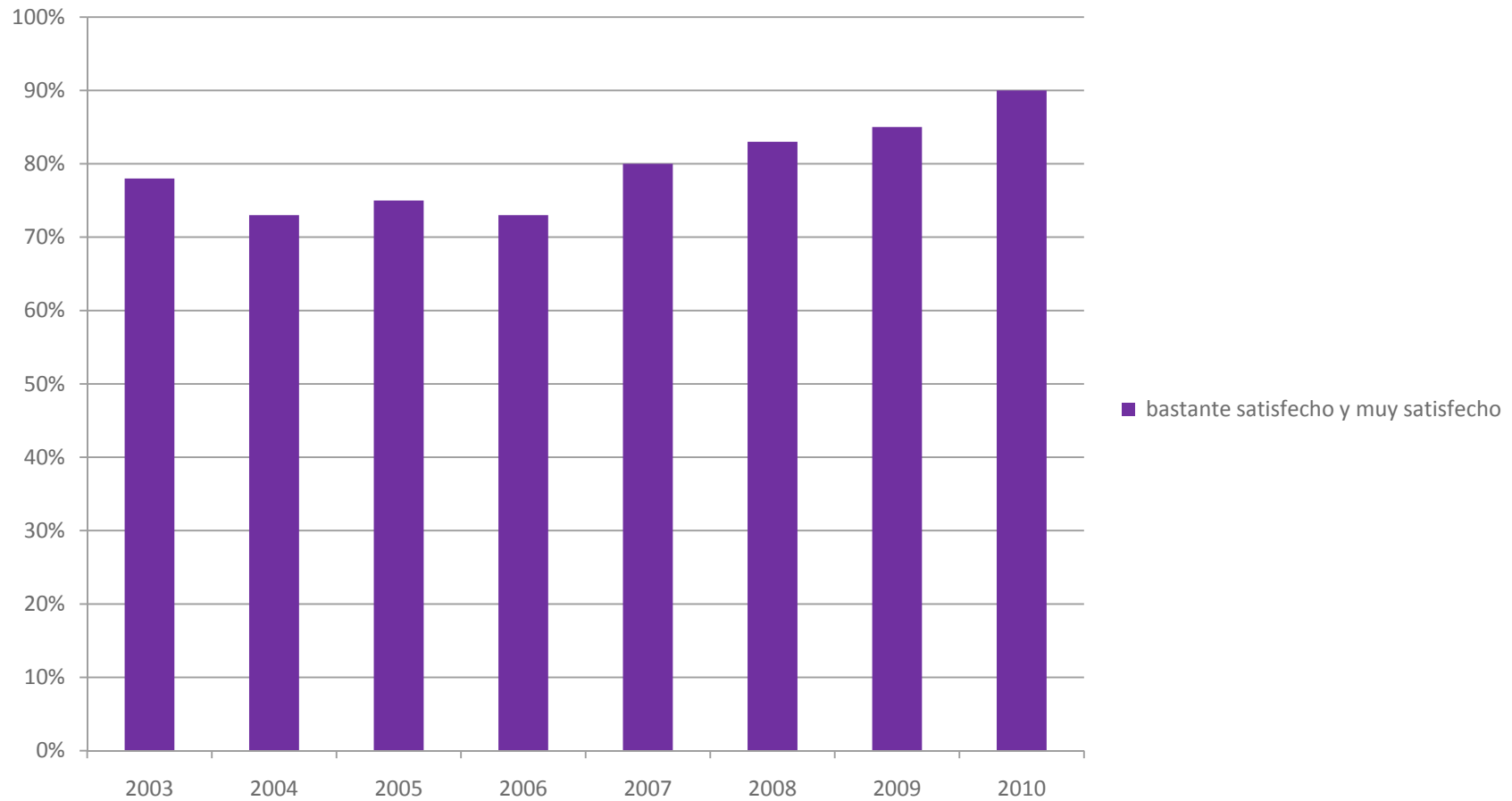
- Incorporación del sistema de seguimiento "Wellness check".
- Mejora continua en los procesos de mantenimiento y limpieza.
- Sistema de gestión de sugerencias y quejas.
- Nuevos sistemas de captación, (free pass, promoción amigo, web, ...)



# Satisfacción = Prescripción



# Satisfacción del Cliente

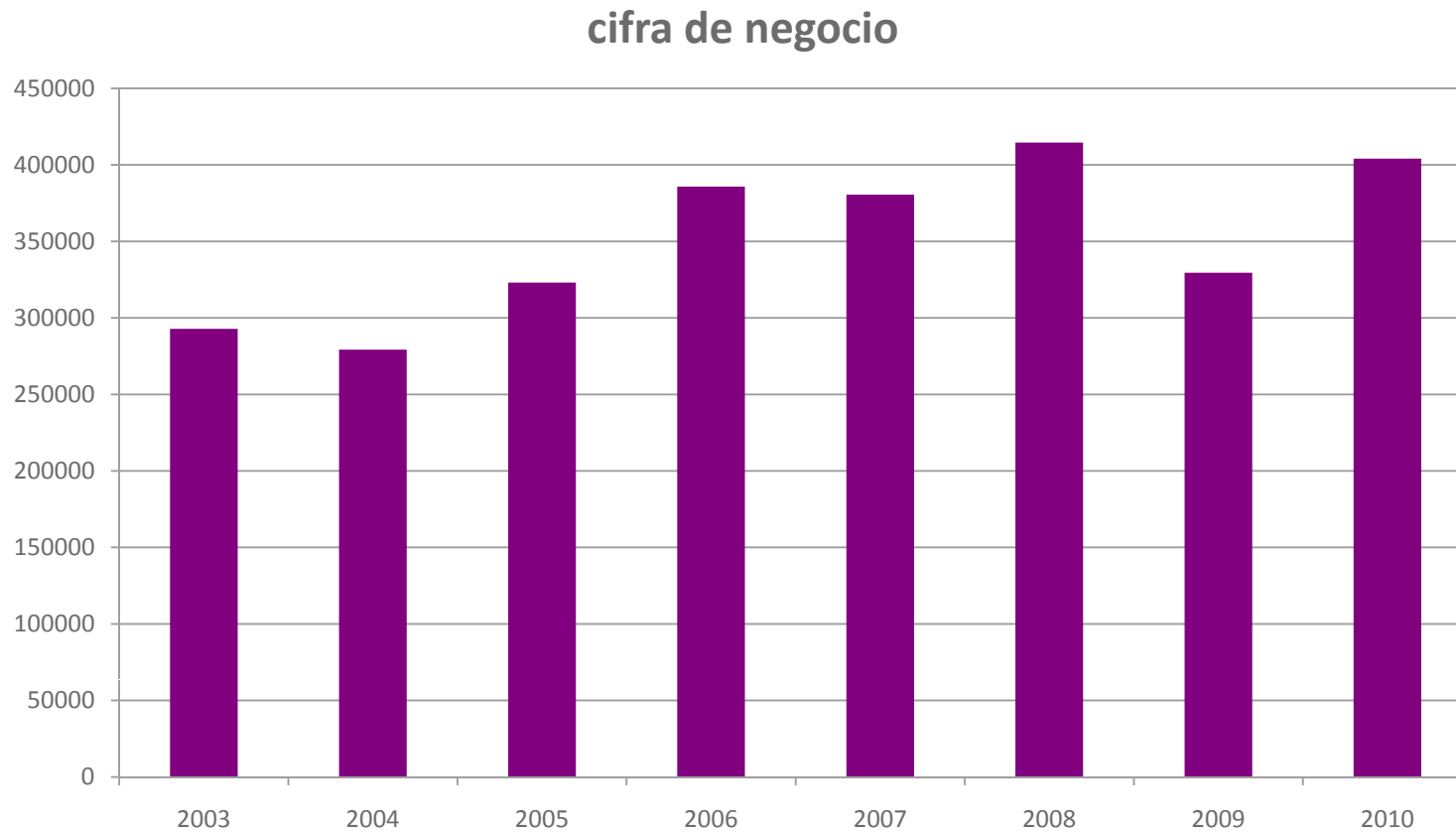


# Finanzas

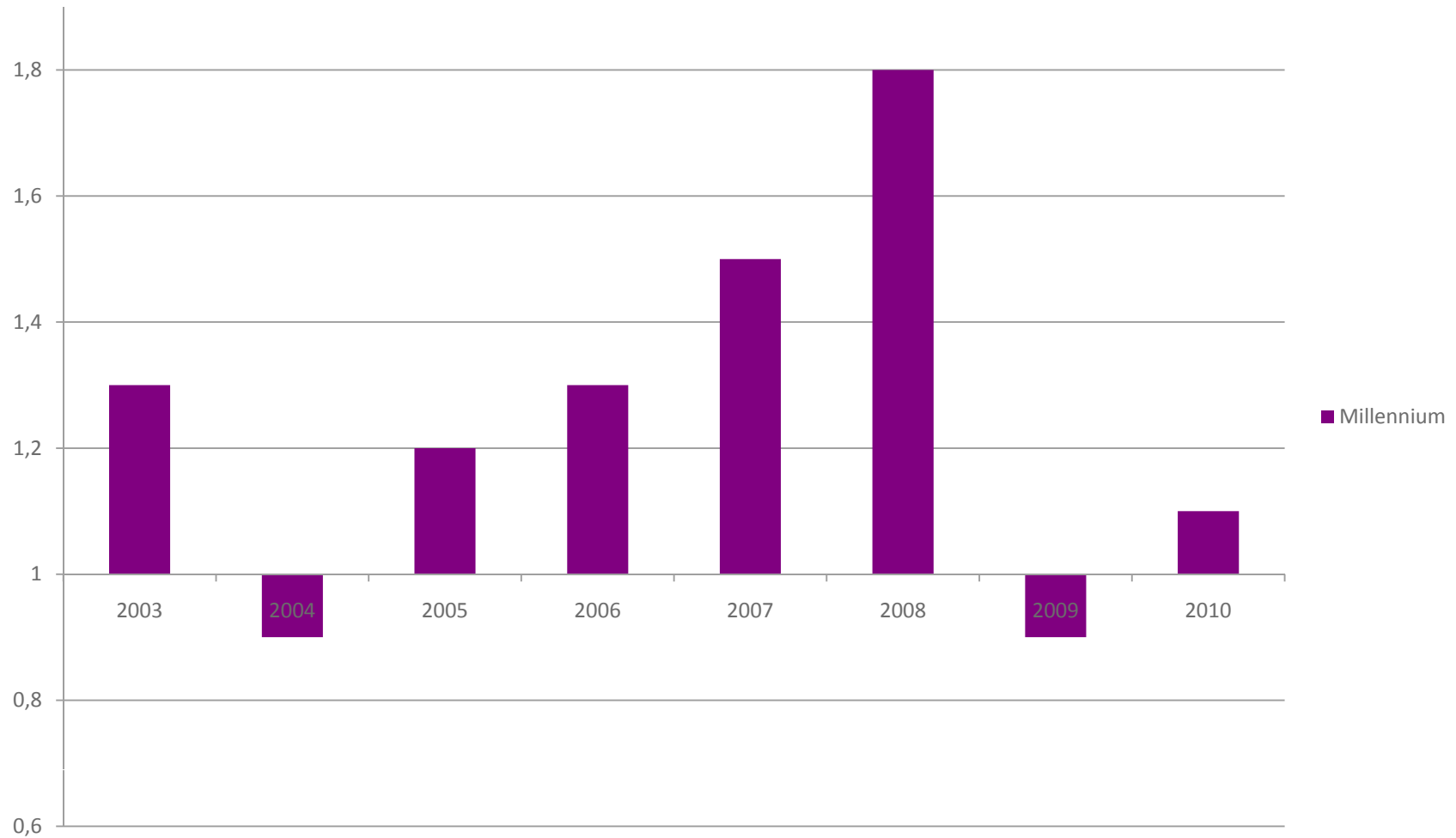
- Aumento de la cifra de negocio
- Aumento de la rentabilidad



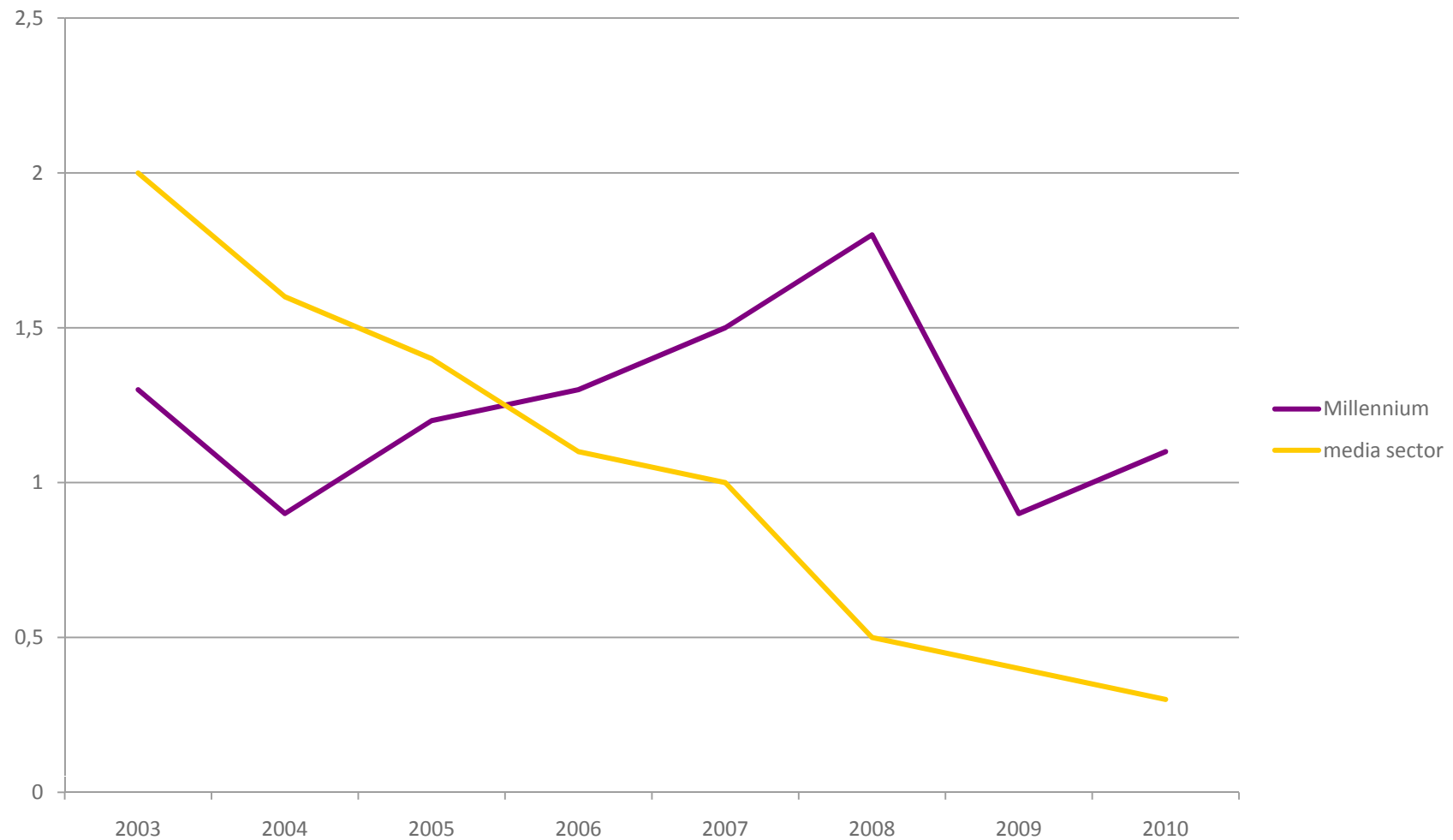
# Aumento de la cifra de negocio



# Rentabilidad

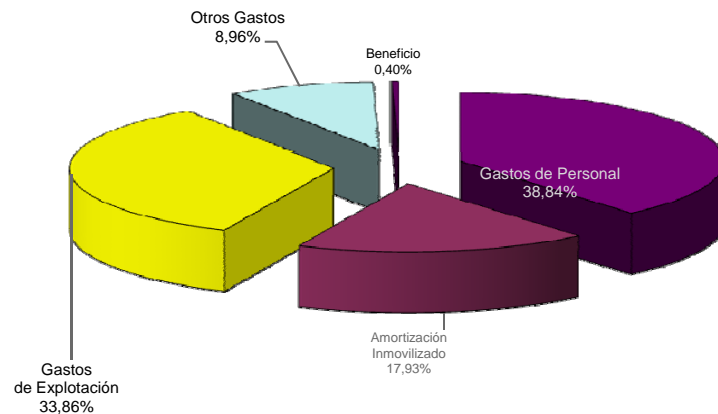


# Rentabilidad frente media benchmarking

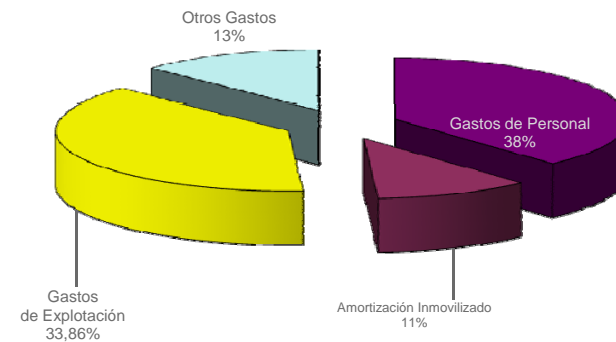


# Comparativa media benchmarking

PROMEDIO DEL TOTAL DE GASTOS SOBRE VENTAS  
Club Millennium



PROMEDIO DEL TOTAL DE GASTOS SOBRE VENTAS  
Media de benchmarking



# Millennium

Health & Fitness Center



## Sistema de control de indicadores







### Perspectiva financiera



Ingresos cobro



Ingresos uso



Impagados



Detalle

### Perspectiva de clientes



Abonos



Cursos



Servicios



Credenciales



Ventas



Detalle

### Perspectiva de uso



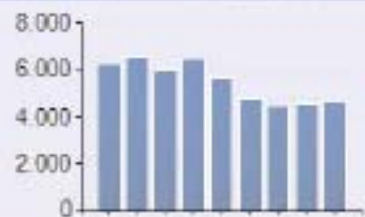
Activación



Ocupación



Evolución mensual de la ocupación

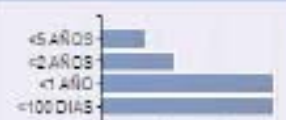


Detalle

### Perspectiva de marketing



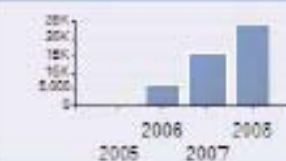
Fidelización



Rescates



Potenciales



Detalle

Volver atrás

Tipo Abono (All)

Categorías (All)

Mes (All)

2008

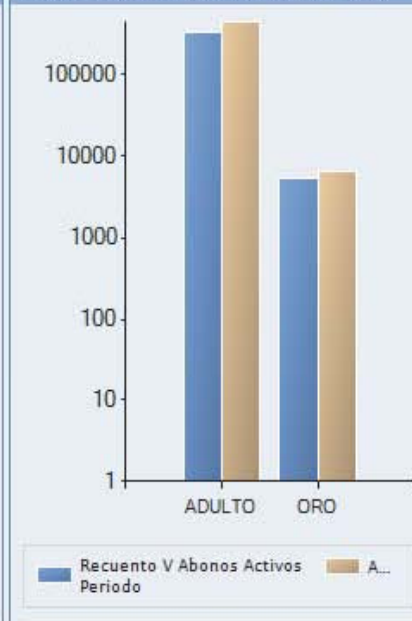
Distribución de abonados por mes



Distribución de abonados por tipos de abono



Distribución por categorías de abono



Volver atrás

Por fecha de uso

Impagados

Generos (All)

Edades (All)

Conceptos (All)

Mes (All)

2008

Evolución ingresos



Datos evolución ingresos

Año	Mes	Ingresos	Año Anterior	Objetivo
2008	Enero	36,968.94	57,365.83	68,839
	Febrero	191,513.58	154,528.75	185,434.50
	Marzo	43,619.92	127,688.86	153,226.63
	Abril	202,914.14	62,372.90	74,847.48
	Mayo	118,337.04	176,487.30	211,784.76
	Junio	119,798.29	55,647.90	66,777.48
	Julio	110,581.35	175,874.69	211,049.63
	Agosto	105,815.71	110,039.12	132,046.94
	Septiembre	30,160.25	122,552.11	147,062.53
	Octubre	10	56,221.96	67,466.35
	Noviembre		110,114.58	132,137.50
	Diciembre		190,420.40	228,504.48

Crecimiento



Volver atrás

Por fecha de cobro

Por fecha de uso

Generos (All)

Edades (All)

Conceptos (All)

Mes (All)

2007

Evolución impagados



Distribución

**Por edades**

Edad	Impagado
Hasta 73 años	~1.000
Hasta 65 años	~1.000
Hasta 57 años	~2.000
Hasta 49 años	~4.000
Hasta 41 años	~12.000
Hasta 33 años	~20.000
Hasta 25 años	~8.000
Hasta 17 años	~1.000

**Por residencia**

Residencia	Impagado	Objetivo
PALMA DE MALLOCA	~15.000	~15.000
CALVA	~2.000	~2.000
MAPRIATXI	~2.000	~2.000
LLUCMAJDR	~2.000	~2.000
ESPORLES	~1.000	~1.000
ANDRATX	~500	~500

**Por género**

Género	Porcentaje
MUJER	44,01%
HOMBRE	55,99%

**Por conceptos**

Concepto	Impagado
Ventas diversas	~100
Renovación servicio	~100
Renovación actividad	~50
Renovación abono	~1.000
Cuotas abono	~1.000

Volver atrás

Generos (All)

Edades (All)

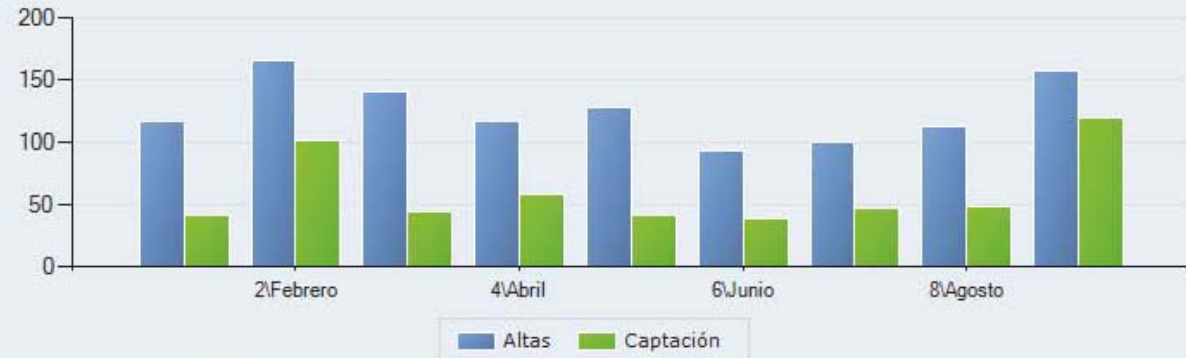
Mes (All)

2008

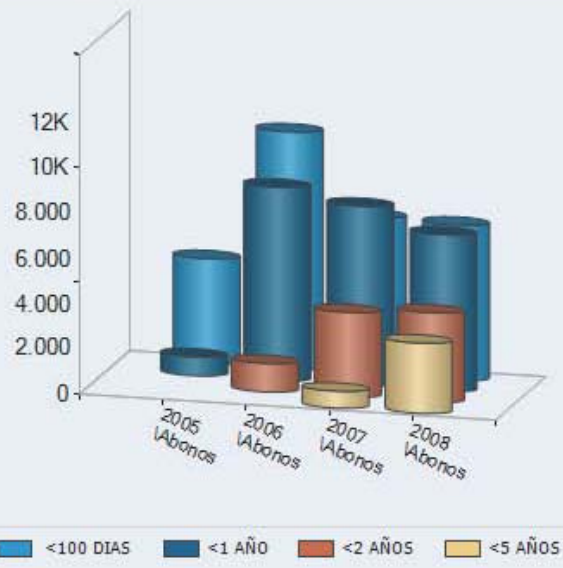
Antigüedad abonos



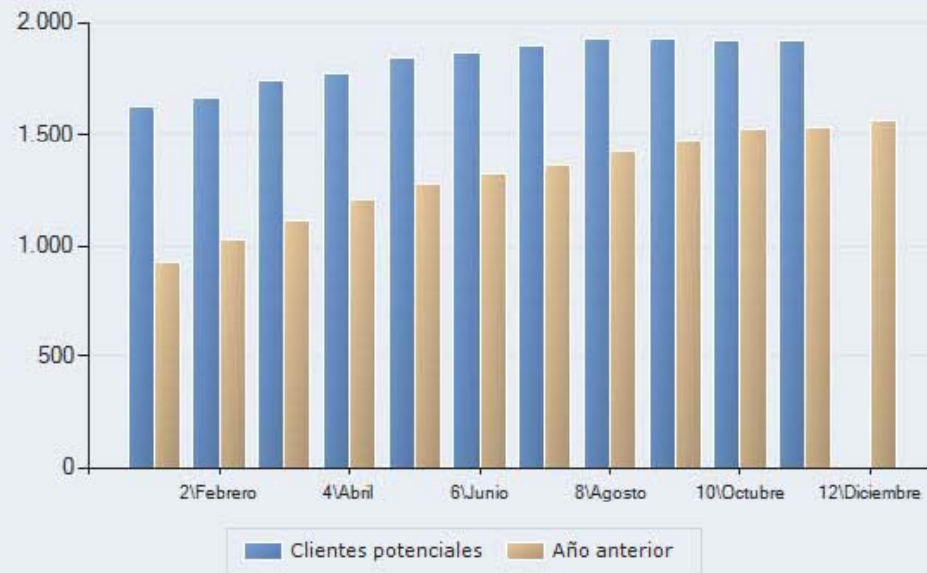
Captación sobre altas



Fidelización por año



Potenciales



# Revisión del Mapa Estratégico

- Hemos revisado el Mapa.
- Incorporación de los Nuevos proyectos:
  - Expansión mediante franquicias
  - Consultoría
- Continuidad en las acciones a tomar.

# Conclusiones

- Filosofía de trabajo
  - Olvidándose un poco de los resultados financieros.

Gracias por vuestra atención.

aroca@millenniumclubfitness.com

*Millennium*

Health & Fitness Center

