

SIMULADOR DE NEGOCIO (Business Game)



CREACIÓN Y GESTIÓN DE UN CENTRO DEPORTIVO

Misión

FitnessGym es un simulador orientado a desarrollar las **capacidades emprendedoras y de gestión de proyectos**. Esta experiencia formativa recorre los procesos clave para la creación, planificación y gestión de nuevos negocios y proyectos empresariales.

Los participantes se encontrarán en un nuevo entorno de negocio y con el reto de desarrollar un nuevo centro deportivo. Deberán tomar todas las decisiones que requiere iniciar un negocio a largo plazo organizado en tres fases:

- **Crear:** Diseñar el negocio, buscando un modelo diferenciado de los competidores, tomando como referencia fundamental el mercado y fijando los criterios de decisión en las áreas clave de inversión y gestión.
- **Planificar:** Planificar en detalle el negocio, las políticas de gestión prioritarias y las inversiones necesarias y evaluar las necesidades financieras junto a la rentabilidad esperada.
- **Competir:** Gestionar el centro durante varios años, en un entorno de elevada competencia y demostrar que el centro deportivo diseñado es competitivo y permite alcanzar los objetivos y previsiones definidas.

Etapas

La etapa **Crear** ofrece la oportunidad de evaluar simultáneamente diferentes escenarios de diseño del centro, con el objetivo de soportar un sólido proceso de decisión estratégica del negocio.

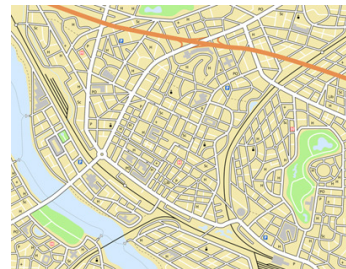
La etapa **Planificar** permite concretar la previsión de resultados esperados a tres años, facilitando una evaluación minuciosa de los resultados que se pueden esperar en la puesta en marcha del nuevo centro deportivo.

Estas dos etapas ofrecen una elevada interactividad al usuario, puesto que permite evaluar diferentes alternativas u opciones estratégicas y comprobar los resultados que se pueden obtener en cada caso.

La etapa **Competir** implica el desarrollo del proyecto y su puesta en marcha en un mercado altamente competitivo. Los diferentes equipos podrán comprobar que resultados obtiene su centro deportivo y, consecuentemente, verificar si se cumplen sus expectativas. Ninguno de los diferentes equipos participantes conocerán previamente las características del Centro Deportivo de la competencia, por tanto, no será hasta esta etapa que podrán comprobar la validez de sus hipótesis.

Crear

FitnessGym desarrolla su actividad en una ciudad de 2,5 millones de habitantes, que se organiza en cinco distritos. El simulador ofrece suficientemente información sobre el volumen de población en los diferentes distritos y el perfil de sus habitantes (edad, renta,...).



En el mercado se identifican seis segmentos de demanda:

- **Deportista:** Es un tipo de usuario que utiliza el centro casi a diario, por lo que tiene un alto grado de participación tanto en la vida social como en la deportiva.
- **Aficionado:** Este usuario viene por el centro deportivo básicamente para mantenerse en forma y guardar la línea.
- **Senior:** El usuario senior puede serlo a partir de los 61 años y son personas que buscan mantenerse en forma y establecer relaciones de amistad durante la actividad deportiva.
- **Ejecutivo:** Es un usuario que dispone de poco tiempo y por lo tanto le interesará mucho la ubicación y la calidad del centro.
- **Escolar:** El usuario escolar viene a través de una escuela para actividades programadas. La piscina es la instalación más demandada
- **Recuperación:** Necesita de unas instalaciones y formación del personal muy buenas. Además de un sala específica para él. No le importará el precio pero será muy estricto con la calidad de las instalaciones.



Cada uno de los segmentos del mercado tiene un peso específico en cada uno de los distritos y unas preferencias diferentes en el momento de seleccionar su centro deportivo. La ubicación, el precio, las instalaciones, el servicio o la marca son algunos de los criterios prioritarios considerados por los diferentes segmentos en su elección.

Selección de la ubicación

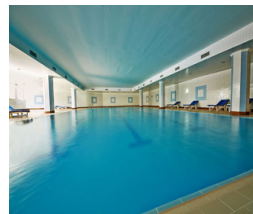
Los participantes disponen de 15 locales situados en los diferentes distritos entre los que deberán seleccionar el que mejor se adapte a su proyecto. Algunas de las características que deberán considerar en la selección son la ubicación, el tamaño, su accesibilidad, de compra o alquiler, etc.. Además, en el análisis de las diferentes opciones deberá tener en cuenta variables como la capacidad, el volumen de habitantes por distritos o la demanda potencial por segmentos.



Diseño del centro

Una vez seleccionado el local, los participantes deberán definir sus instalaciones, priorizando unas sobre otras, asignándoles tamaño o la inversión que van a realizar para equiparlas. Al finalizar esta etapa conocerá la parte más importante de tu inversión inicial. Las diferentes instalaciones entre las que deberán priorizar son:

- Piscina
- Sala de fitness
- Fisioterapia y Recuperación
- Vestuarios
- Salas actividades
- Padel/ Squash
- Bar - Cafetería
- Zonas comunes



Los diferentes segmentos muestran ciertas preferencias respecto al tipo de instalaciones que esperan disfrutar en un centro deportivo. El simulador ofrece información de interés al respecto.



Entre las decisiones que deberá tomar el participante se encuentra la definición de las calidades de los equipamientos y los equipamientos de cada una de las instalaciones de las que consta el centro. A mayor calidad mayor atractivo para el cliente potencial, pero también mayor inversión, que finalmente se deberá rentabilizar.



Programa de Actividades y Organización

En el centro deportivo se realizarán múltiples actividades dirigidas por monitores especializados. La oferta es amplia. Se pueden llevar a cabo actividades como tonificación, Pilates, estiramientos, piscina, aqua-gym, etc. El participante deberá seleccionar el número de actividades y su frecuencia y evaluar su coste.

El funcionamiento del centro y el nivel de servicio prestado estará condicionado por la organización que se defina. Los puestos de trabajo considerados son:

- Dirección
- Recepción-Administración
- Asesor deportivo
- Monitor actividades
- Fisioterapeuta
- Comercial
- Mantenimiento y limpieza



Para cada puesto de trabajo, será necesario definir el perfil de las personas a contratar y dimensionar la plantilla, a partir de la evaluación estándar de necesidades que realice el simulador.

Marketing y ventas

El marketing que requerirá cada proyecto empresarial estará condicionado por la estrategia de negocio definida, la ubicación del centro deportivo, su tamaño y los segmentos objetivo seleccionados como prioritarios.

Los participantes deberá asignar un presupuesto para promoción y publicidad del centro y priorizar entre las actividades de marketing propuestas. Éstas son:

- Buzoneo
- Publicidad en Internet
- Mailing off-line
- Patrocinios
- Publicidad en medios masivo



Previsión de ocupación e ingresos

El esfuerzo de marketing que se planifique podrá condicionar el nivel de ocupación que alcance el centro deportivo. Los participantes deberán realizar estimaciones de volumen de clientes o usuarios, lo que permitirá obtener unas primeras previsiones de ingresos.

El centro deportivo podrá recibir ingresos de diversas fuentes.

- Matrículas
- Cuotas mensuales
- Alquiler taquillas
- Alquiler toallas
- Servicios personalizados de masaje y belleza
- Alquiler del espacio de restaurante



Estos ingresos deberán soportar la inversión que se realice y asegurar la continuidad de la empresa.

Operaciones

El último paso para la creación del centro **es realizar las previsiones de explotación y la evaluación económica financiera** del proyecto. Se deberán realizar estimaciones de gastos de funcionamiento y puesta en marcha del centro. El simulador facilita herramientas para realizar estas previsiones y estimaciones, y facilita la generación de la cuenta de explotación (estado de resultados) o el balance.

El simulador permite **obtener estimaciones de necesidades financieras** y establecer los recursos propios y/ o los préstamos necesarios para financiar las inversiones.

Para realizar esta evaluación, los participantes pueden definir hasta tres escenarios, pudiendo contrastar los resultados esperados en cada uno de ellos. Esta herramienta facilita a los diferentes equipos participantes la selección de la opción idónea para cada proyecto empresarial.

Planificar

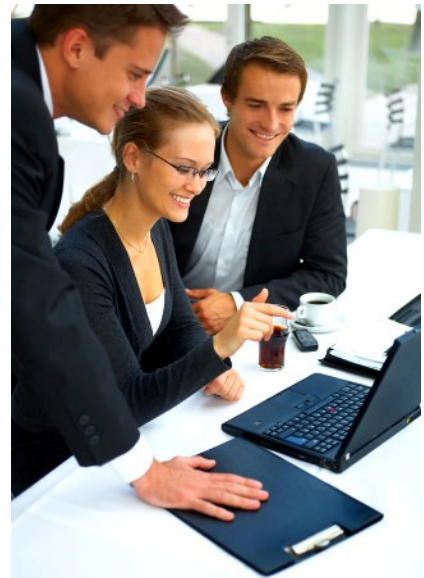
Una vez completada la fase anterior, los participantes deberán decidir el escenario con el que continuar el ejercicio. En esta fase, los participantes deberán completar la **planificación de su negocio a tres años**.

El simulador ofrece diversas herramientas para ajustar sus políticas de marketing y revisar sus **previsiones de ocupación e ingresos** para los diferentes conceptos (cuotas, matrículas, servicios personalizados,...).

Los participantes contarán con diferentes herramientas y áreas de decisión para realizar estimaciones más detalladas sobre los **costes de operación y explotación**.

De los análisis anteriores, se obtendrán las **previsiones de beneficios** para el centro para los 3 primeros años de explotación.

Todo ello para poder evaluar a través de **un análisis económico-financiero en profundidad la viabilidad del proyecto propuesto**. Al finalizar esta fase los participantes dispondrán de un plan de negocio a 3 años que reflejará su estrategia y le permitirá acceder a la última fase.



Competir

Durante **varios años**, los participantes deberán gestionar su centro deportivo en **competencia directa** con los centros definidos por otros participantes. Deberán demostrar la competitividad de sus centros, **tomar las decisiones** requeridas para aprovechar las oportunidades que puedan surgir e **impulsar acciones y proyectos** que permitan mejorar los resultados obtenidos en los diferentes indicadores clave.

En caso de no cumplirse las expectativas de negocio y las previsiones de recuperación de la inversión, los participantes deberán impulsar **acciones de mejora de resultados y ajuste de gastos**. Igualmente, los participantes deberán estar atentos a la estructura financiera de sus centros y **revisar el modelo de financiación seleccionado**. El simulador ofrece información sobre los resultados obtenidos en diferentes ratios financieros de la empresa y diversos parámetros de rentabilidad del proyecto.





“El mayor riesgo es no correr ningún riesgo. En un mundo que cambia muy rápidamente, la única estrategia que garantiza fallar es no correr riesgos.”

Mark Zuckerberg

Conoce todos nuestros simuladores y realiza simulaciones demo.

Registrándote en nuestra página: www.CompanyGame.com

¡Entra y experimenta!

Contacta con nosotros en: info@CompanyGame.com



Balmes, 301 - 08006 Barcelona, España - info@companygame.com - Tel. +(34) 93.534.04.02 - Móvil +(34) 607.56.88.56