

Arrasate, 16 de diciembre de 2014









The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Iteration:

Key Partners

Which Kay Activities do partners perform?

Who are our Key Partners?



Key Activities

What Ray Activities do our Yaker Propositions require? Our Distribution Channels?



What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bursiles of products and services are we offering to each Customer Segment Which customer needs are we satisfying?

Customer Relationships

Segments expect us to establish and maintain with them? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?

Customer Segments



Key Resources





Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?

How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best?

How are we integrating them with customer routines?

Channels

Which over are most cost-efficient?

CONTRAR



Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying?

How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?











EL DEPORTE ES	% (2010)
Una manera de estar en forma	52
Salud, una terapia saludable	50
Un entretenimiento	39
Una manera de mejorar la línea o el aspecto físico	13
Un espectáculo	10
Una forma de evasión	9
Un negocio	6
Una forma de relación social	6
Un medio para formar el carácter de la persona	4
Una profesión	// 2
NC	9











Más de 97.000 apps en todas las tiendas

En 2012: 247 millones de smartphones tenían al menos una

En 2015: Un tercio de todos los smartphones tendrá una

En 2015: la eHealth podría generar en España proyectos con un volumen de negocio de 4.000 millones de euros



Zeltia-Universidad Rey Juan Carlos (Innovación, Salud y Comunicación), la Red de Innovación (RDi) y Wake App Health.



OLVIDA DENTRO - FUERA



TIPO DE INSTALACIÓN DEPORTIVA	2010	1990
INSTALACIÓN PÚBLICA	51	40
INSTALACIÓN EN UN CLUB PRIVADO	18	25
INSTALACIÓN EN UN CENTRO DE ENSEÑANZA	5	11
INSTALACIÓN DE UN CENTRO DE TRABAJO	14	1
EN LUGARES ABIERTOS PÚBLICOS	45	19
EN LA PROPIA CASA	11	4

lunes, 18 noviembre 2013

LONDRES N. YORK TOKIO







La troika avisa: el principal riesgo para la economía sigue siendo la banca http://t.co/ZqMNjHkdf6



¿Cómo puede afectar a mi ahorro el impuesto a los depósitos bancarios? http://t.co/8XmMwqy6dc

Ver +



Buscar en Cinco Días

Inicio -Mercados -Economía -Tecnología V Finanzas personales -Tendencias -Empresas V

ESTÁ PASANDO >

Rescate financiero

Pensiones

Empleo juvenil

Panrico

Resultados empresariales

MÁS TEMAS >

El 17 de noviembre es el Día Mundial de Cantar Bajo la Ducha.

publicidad

Directivos / Verano

El 'fitness' se instala en los parques

Se multiplican las empresas que usan los espacios públicos como alternativa a los gimnasios

LARA VESGA 20-08-2012 07:00













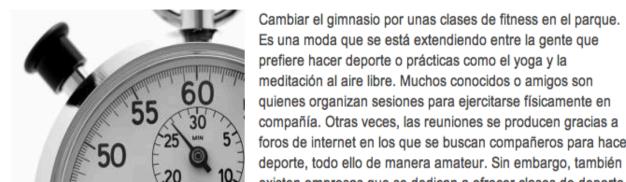




Gestión empresarial

Ocio

Economía



Cambiar el gimnasio por unas clases de fitness en el parque. Es una moda que se está extendiendo entre la gente que prefiere hacer deporte o prácticas como el yoga y la meditación al aire libre. Muchos conocidos o amigos son quienes organizan sesiones para ejercitarse físicamente en compañía. Otras veces, las reuniones se producen gracias a foros de internet en los que se buscan compañeros para hacer deporte, todo ello de manera amateur. Sin embargo, también

Lo + visto Fórmulas para ahorrar de cara a la jubilación de otra manera Sacudida de Vodafone: cambio total en sus tarifas de contrato Nestlé busca a 1.250 jóvenes en España para darles trabajo Santander aprovecha el repliegue de las cajas para crear 'Banca Rural' El gasto en desempleo cae porque se agotan las ayudas y llegan menos parados Ver +



publicidad

Abiatu

Abiatu5

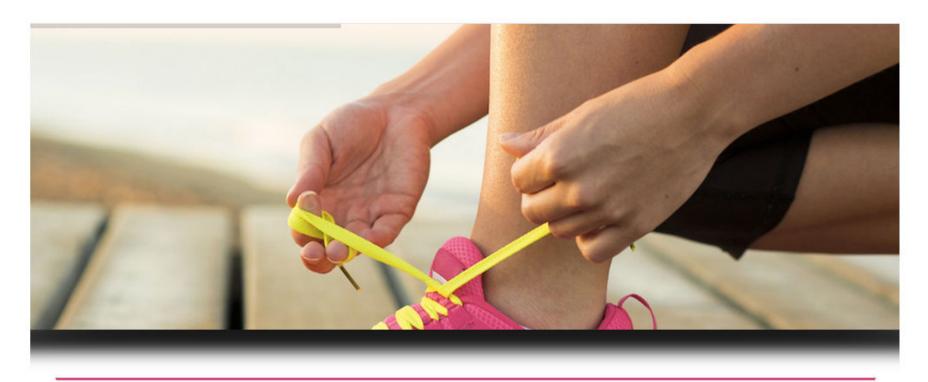
Circuitos

Calendario

Tarifas e Inscripciones

Contacto





ABIATU es un club deportivo que nace con la aspiración de acercar el running a las mujeres, para que éste forme parte de su ocio de calidad, y afronten así la vida con mayor energía y positividad.



MOTIVOS POR LOS QUE LA GENTE NO HACE SUFICIENTE DEPORTE	2010	2005	2000	1990
Falta de tiempo libre	64	62	52	46
Falta de instalaciones y medios	35	38	43	62
Falta de afición	43	44	39	35
Falta de formación	26	27	30	37
Falta de medios económicos	24	21	21	28
Falta de ayuda	13	13	12	17
Otros motivos	7	7	3	3
	Sec. 1	No. 5		ALC: N





	MOTIVOS PRÁCTICA DEPORTIVA	2010	2005	2000	1990	1980		
	Por hacer ejercicio físico	70	60	58	58	56		
	Por diversión	50	47	44	46	51		
	Por mantener y/o mejorar la salud	48	32	27	-	11-11		
	Porque le gusta el deporte	41	34	34	40	47		
	Por encontrarse con amigos/as	28	23	24	28	25		
	Por mantener la línea	23	16	13	15	15	1	-
	Por evasión (escapar de lo habitual)	15	10	8	8	14	A	1
	Porque le gusta competir	5	3	VI.4 3	4 (185	6
	Otros motivos		3	2		2	10	
			M		55	4		
		CULL		1				
Sin		0	(3)	3		1	SI	1"
			3,6	in Sin		1	Sir I	· M
		n	1	F				M
P		VJ		9.	00			
7 13					M	7		
- 4		1	-		7011		MCSE PA	

GAMIFICACIÓN

30 DAY FITNESS CHALLENGE

	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
Week 1	Booty & Legs	Cardio	Abs & Booty	Arms & Booty	HIIT Cardio	Shoulders, Back & Booty	
Week 2	Abs, Legs & Booty	Arms, Shoulders, & Back	HIIT Cardio	Booty & Legs	Abs, Arms & Booty	Cardio	S
Week 3	Lower Body	Upper Body & Abs	Tabata Training	Upper Body	Lower Body	Upper Body	Y R O E G T
Week 4	Lower Body	Upper Body & Abs	Stability Ball	HIIT Cardio	Lower Body	Upper Body	Н
Week 5	Full Body	Abs		2			「

#OPZombieFit













speed of reaction

Tarragona 7/9/13 www.speedofreaction.com





