

LISTA DE ESQUEMAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Contenidos	Pág.
Esquemas	
Proceso de Segmentación.....	21
Cuadrantes de Decisión Estratégica.....	23
Tipos de Planeación.....	26
Proceso de Planeación Estratégica.....	28
Tipos de Mercados.....	33
Análisis FODA.....	34
Cinco Fuerzas de Porter.....	35
Diagrama de Ishikawa.....	36
Propuesta de solución.....	89
Cinco Fuerzas de Porter de Vertient Day SPA.....	110
Diagrama de Ishikawa de Vertient Day SPA.....	112
Cadena de Valor de Porter para Vertient Day SPA.....	113
Cuadros	
Operacionalización de las Variables.....	45
Oportunidades y Amenazas de Vertient Day SPA.....	100
Matriz de Factores Externos.....	101
Fortalezas y Debilidades de Vertient Day SPA.....	103
Matriz de Factores Internos.....	104
Matriz de Posicionamiento Estratégico.....	105
Mercado Objetivo de Vertient Day SPA.....	108
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	120
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	121
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	122
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	123
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	124
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	125
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	126
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	127
Plan Operativo de Marketing de Vertient Day SPA.....	128

Plan de implementación de la Propuesta.....	132
Valores asignados a los impactos.....	133
Impacto Económico.....	134
Impacto Social.....	135
Impacto Cultural – Educativo.....	137
Impacto Comercial.....	138
Impacto Total.....	140

Gráficos

Conocimiento de los servicios de un SPA.....	53
Conocimiento de la existencia de Spas o Day Spas en la ciudad de Ibarra.....	54
Nombres de los SPAs de la ciudad de Ibarra.....	54
Frecuencia de uso de los servicios de Spa.....	55
Calificación de la atención recibida en el Spa.....	55
Calificación de las instalaciones que tiene el Spa al que asistió.....	56
Precios de los servicios del SPA que frecuenta.....	56
Ubicación del Spa que frecuentan.....	57
Servicios recibidos en el SPA que conocen.....	57
Preferencia de los servicios de Spa.....	58
Cantidad de dinero dispuestos a gastar en los servicios del SPA.....	59
Aspectos para asistir a un SPA.....	59
Conocimiento de Vertient Day SPA.....	60
Genero de la Poblacion encuestada.....	60
Edad de la Poblacion encuestada.....	61
Ocupación de la Poblacion encuestada.....	61
Nivel de estudios de la Población encuestada.....	62
Medios a través de los que se enteraron de Vertient Day SPA.....	62
Conocimiento de todos los servicios que ofrece Vertient Day SPA.....	63
Frecuencia de asistencia a Vertient Day SPA.....	63
Servicios recibidos en Vertient Day SPA.....	64
Preferencia de los servicios en Vertient Day SPA.....	65
Valor máximo a pagar por un servicio ofrecido en Vertient Day SPA.....	66
Aspectos para frecuentar Vertient Day SPA.....	67
Motivo por el cual acuden a Vertient Day SPA.....	68

Instalaciones que dispone Vertient Day SPA.....	68
Precios de los servicios que ofrece Vertient Day SPA.....	69
Ubicación de Vertient Day SPA.....	70
Publicidad de las promociones de Vertient Day Spa.....	70
Fidelidad de los clientes.....	71
Otros Spas visitados por los clientes de Vertient Day SPA en la ciudad...	71
Otros Spas visitados por los clientes de Vertient Day Spa.....	72
Calificación de la atención recibida en el otro SPA.....	72
Búsqueda para hacer uso de los servicios en otro Spa.....	73
Genero de los clientes de Vertient Day SPA.....	73
Edad de los clientes de Vertient Day SPA.....	74
Ocupación de los clientes de Vertient Day SPA.....	74
Nivel de estudios de los clientes de Vertient Day SPA.....	75
Cargos del personal de Vertient Day SPA.....	75
Capacitación del personal.....	76
Conocimiento de la misión y visión de Vertient Day SPA por parte del personal.....	76
Conocimiento de las estrategias que aplica Vertient Day SPA.....	77
Instalaciones de Vertient Day SPA.....	77
Formas de pago de servicios y productos de Vertient Day SPA.....	79
Estrategia que Vertient Day SPA debe seguir.....	106
Micro localización de Vertient Day SPA.....	113
Estrategia competitiva de Vertient Day SPA.....	129