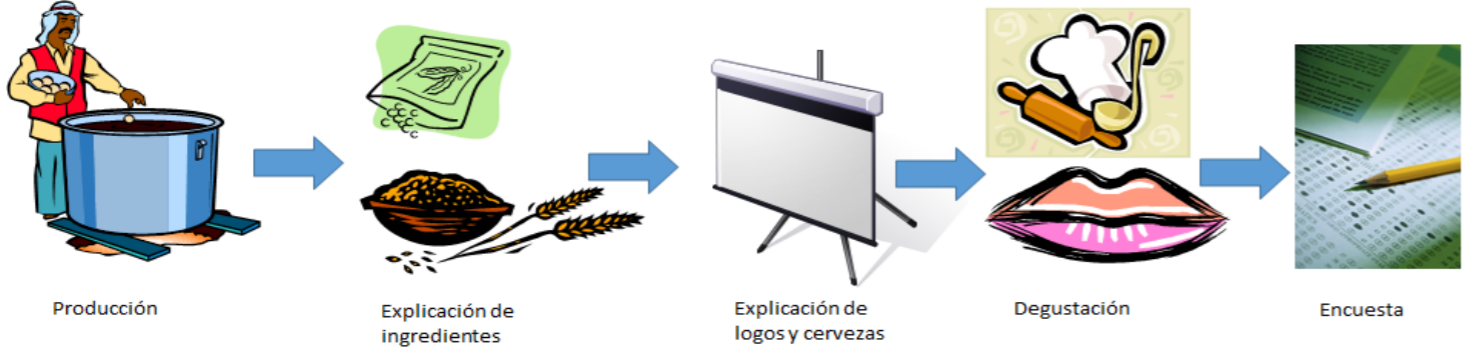
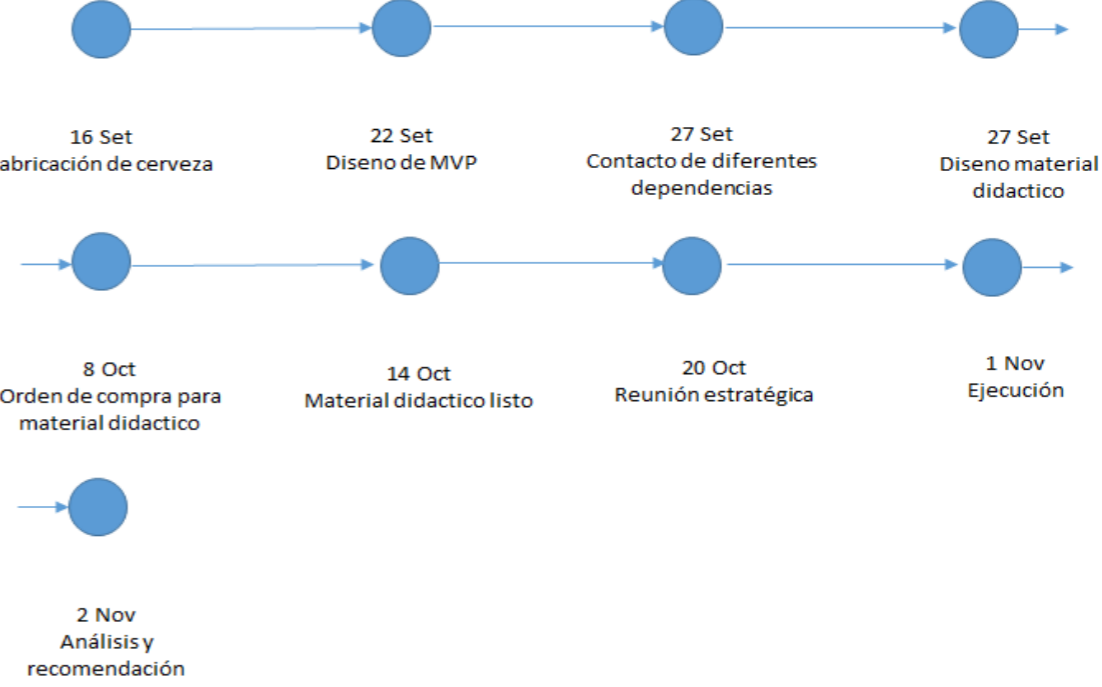


Nombre: Validación valor agregado <i>tour cervecero</i>	Autores: M. Leiva, A. Zamora, S. Sherman Versión 0.0 Fecha: 6/10/2014														
Antecedentes: <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> es un emprendimiento que se basa en la creación de cerveza artesanal. Como parte de la etapa inicial de producción, se define que aparte de las cervezas nuevas en el mercado, un valor agregado será la inclusión de visitas guiadas con lo que pretende enseñar al público asistente sobre la elaboración de la cerveza y, paralelamente, educar también sobre la experiencia gastronómica mediante el servicio de maridaje al finalizar.	Evaluación de resultados: Tamano de la muestra: 22 personas Máximo error permitido: 10% <table border="1" data-bbox="1754 279 2783 489"> <thead> <tr> <th>Punto de evaluación</th><th>Resultado</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Porcentaje de personas asistentes que acostumbran ir al mismo lugar a tomar cerveza</td><td>36%</td></tr> <tr> <td>Personas interesadas en aprender en el proceso de hacer cerveza</td><td>100%</td></tr> <tr> <td>Tomaría la cervecería como lugar de preferencia</td><td>100%</td></tr> <tr> <td>Porcentaje de personas que encuentran valor agregado en incluir instrucción de maridaje</td><td>95%</td></tr> <tr> <td>Porcentaje de personas que asistirían más de una vez al mes</td><td>90%</td></tr> <tr> <td>Recomendaría el lugar a otras personas</td><td>100%</td></tr> </tbody> </table>	Punto de evaluación	Resultado	Porcentaje de personas asistentes que acostumbran ir al mismo lugar a tomar cerveza	36%	Personas interesadas en aprender en el proceso de hacer cerveza	100%	Tomaría la cervecería como lugar de preferencia	100%	Porcentaje de personas que encuentran valor agregado en incluir instrucción de maridaje	95%	Porcentaje de personas que asistirían más de una vez al mes	90%	Recomendaría el lugar a otras personas	100%
Punto de evaluación	Resultado														
Porcentaje de personas asistentes que acostumbran ir al mismo lugar a tomar cerveza	36%														
Personas interesadas en aprender en el proceso de hacer cerveza	100%														
Tomaría la cervecería como lugar de preferencia	100%														
Porcentaje de personas que encuentran valor agregado en incluir instrucción de maridaje	95%														
Porcentaje de personas que asistirían más de una vez al mes	90%														
Recomendaría el lugar a otras personas	100%														
Problema a resolver Incluir las visitas guiadas y la experiencia gastronómica adiciona valor al producto que se le ofrece al cliente, sin embargo; implica un costo extra en la infraestructura del lugar donde se realiza la cerveza, mayor inversión al abrir un restaurante, además del personal necesario para atender las visitas y servir los alimentos, encargarse del equipo y ofrecer muestras para que el público las deguste. Al significar un gran esfuerzo, se debe considerar si realmente el cliente busca esto desde un inicio o si es recomendable manejarse únicamente con el producto central (la cerveza por medio de su distribución) y dejar la idea de las visitas guiadas y del maridaje para una segunda etapa del proyecto o prescindir de ello.	Análisis de resultados: Los resultados son contundentes al demostrar que si bien las personas suelen cambiar lugares para socializar y consumir cerveza, el 100% de los asistentes están dispuestos a tener la cervecería como lugar de preferencia. La visita guiada aporta un valor agregado a la clientela para considerarlo como un buen lugar para compartir en grupo. El maridaje fue uno de las retroalimentaciones que resultó ser una necesidad para el cliente, sin embargo; si se toma en cuenta la recomendación de dejarlo de lado desde el principio debido a costos y complicaciones de implementación, se debe impulsar a los emprendedores a buscar nuevas opciones para llenar este nicho.														
Estado Ideal Para considerar viable esta opción desde el inicio del proyecto, se debe tener presente que más del 50% de las personas encuestadas deben estar dispuestas a asistir a esta actividad y que quieran cambiar el lugar habitual por uno nuevo. Además, resulta ideal que se hagan presentes más de una vez al mes y que garanticen darlo a conocer a otras personas, de forma tal que se pueda formar una red de contactos y de nuevos clientes.	Recomendación: Implementar el <i>tour</i> tal y como se tiene pensado, pero omitir la idea relativa a la creación del restaurante, al menos al principio del proyecto. Entrenar al personal para que resulte ameno y deben estar anuentes a responder las preguntas del público, ya que esto es de suma importancia. Además, incluir sesiones de maridaje, por ejemplo una vez al mes, es una de las opciones que se podría considerar.														
Diseño de la Propuesta de validación: Se simulará las instalaciones de una cervecería artesanal mediante la implementación de <i>banners</i> y presentaciones, con el objetivo de mostrar la historia de <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> y el proceso de creación de cerveza. Las visitas guiadas se organizan en grupos de diez personas, a quienes se les explicará las fases del proceso y la materia prima utilizada para su creación. Se contará con el apoyo de carteles impresos con dos logos de cervezas de <i>Dos Amigos</i> y se les explicará el trasfondo de cada una. Al terminar, se les ofrecerá probar dos de ellas con maridaje, al tiempo que se argumentan las bases del maridaje. Al final, se les aplicará la encuesta evaluadora de la visita guiada, con la finalidad de reunir información sobre la actividad. <div data-bbox="210 1444 1576 1770">  </div>	Cronograma: <div data-bbox="1754 1213 2783 1854">  </div>														