

## 1- PROSICIÓN DE VALOR

Una vez decidimos la idea que queríamos llevar a cabo, analizamos toda esa posible competencia; directa y no-directa. Fue entonces, cuando nos percatamos que actualmente, en Vitoria-Gasteiz, no existe ninguna empresa de forma directa que desempeñe la actividad que tenemos pensado realizar, ni muchos menos que abarque los segmentos a los que nos hemos planteado dirigirnos.

Es por ello, que hemos detectado una necesidad que con nuestra empresa creemos poder satisfacer. Nuestra idea de negocio, se basa en la creación como tal de una **empresa turística, que ofrece una experiencia basada en la gastronomía local y los productos de km0**. (Todo ello, con la colaboración del Basque Culinary Center).

En nuestros inicios como idea de negocio, pudimos analizar que en el Mercado de Abastos, se realizan cursos de cocina lo cual, podríamos considerar como competencia, aunque no directa, ya que en nuestro caso, nos dirigiremos a aquellas personas amantes de la gastronomía, personas que les atrae cocinar y aquellos que sepan o no hacerlo. Dentro de todos ellos, podemos definirlos mejor de la siguiente manera:



FAMILIAS.



TURISTAS.



GRUPOS  
ESCOLARES.



PARTICULARES  
ENTRE 5-85 AÑOS.

Sabiendo la idea de negocio y a quienes queremos dirigirla, empezamos a pensar en cierto modo, que aspectos serían los que nos diferencian del resto de empresas y por qué el cliente nos elegiría. Pues bien, **nuestra propuesta de valor** se basa en ofrecer dichos cursos de cocina en **varios idiomas**, en los cuales los productos que utilizaremos en todas nuestras recetas serían totalmente **productos de KMO** y también **productos locales** de Álava.

De este modo, aportamos nuestro granito de arena siendo totalmente sostenibles. Otros de los puntos que forman parte de nuestra propuesta de valor es la **cercanía**, ya que pretendemos ofrecer dichos cursos en las instalaciones que se encuentran disponibles en el **Mercado de Abastos** y que alquilaremos por horas, ya que existe esa opción. Por lo tanto, realizaríamos la compra de dichos productos locales en el mercado, y nuestros clientes no tendrían que cargar con las bolsas durante un largo recorrido.