

PROPOSICIÓN DE VALOR -

SABOREANDO LOS RINCONES DE VITORIA-GASTEIZ

En este primer apartado, se explica el producto que se ofrece al cliente, y las características de este.

En primer lugar, nuestro producto posee heterogeneidad; se compone de varios productos y subproductos que lo conforman, puesto que incluye una visita cultural y paradas gastronómicas. Así, el valor del producto turístico es el propio diseño que tiene la actividad, debido a que es una novedad en Vitoria-Gasteiz. No hay una visita guiada que se lleve a cabo de manera habitual con un diseño parecido al que nosotros hemos planteado.

Respecto al recorrido turístico que se llevará a cabo, tendrá una duración de tres horas y las paradas turísticas son las siguientes:

1. Plaza de España y Casa Consistorial.
2. Plaza de la Virgen Blanca y Monumento de la Batalla de Vitoria.
3. Palacio de Álava-Esquivel y Palacio del Marqués de la Alameda.
4. Iglesia de San Pedro Apóstol.
5. Palacio de Montehermoso.
6. Iglesia de San Vicente y los Arquillos.
7. Iglesia de San Miguel Arcángel.
8. La Casa del Bacalao.
9. Calle Eduardo Dato y El Caminante.
10. Restaurante Sukalki.
11. Confituras Goya.

Además, pensamos que el precio puede ser otro elemento diferencial igualmente. Más adelante se establecerá un precio en el plan de costes, pero la idea es lograr fijar un precio asequible para todos los visitantes interesados en conocer la cultura vitoriana.

Así, estas características diferenciarán este producto de la competencia ante un *target* tan amplio. Un turista de la ciudad de Vitoria-Gasteiz puede verse frustrado al no encontrar un producto que le muestre la historia, los recursos, y la gastronomía de la ciudad. Asimismo, la ruta gastronómica no solamente ofrecerá platos típicos, sino que el visitante recibirá información sobre la elaboración del alimento y sus ingredientes.

Por lo tanto, se trata de un producto intangible (no será un producto físico) que ofrecerá vivir una experiencia novedosa al cliente.