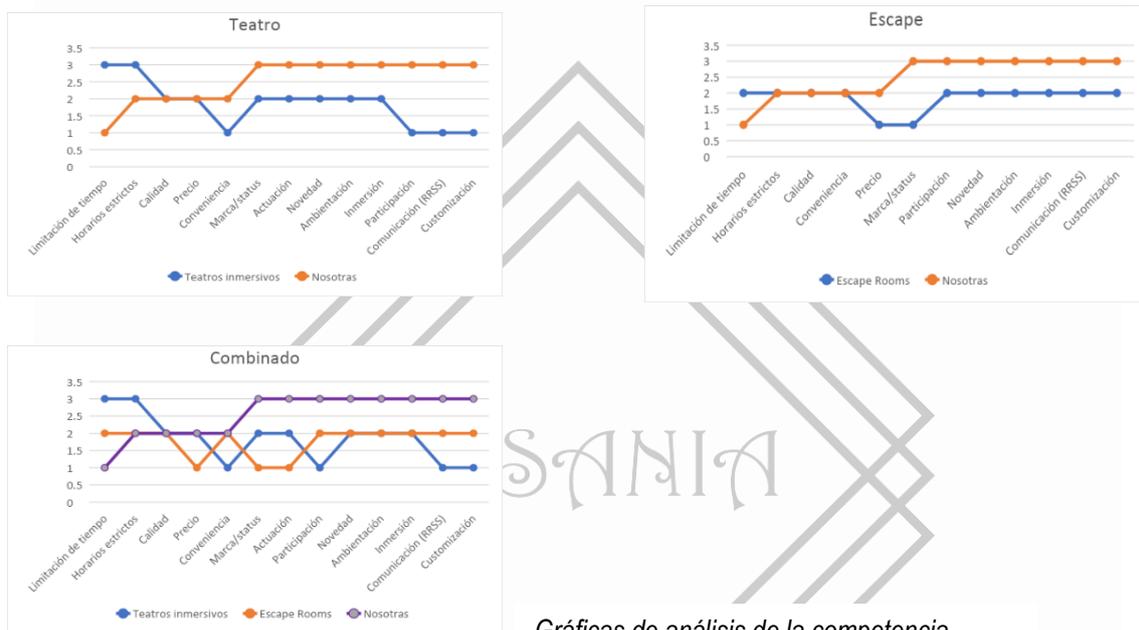


PROPUESTA DE VALOR.

Dysania ha creado una nueva forma de ocio y entretenimiento con la fusión del teatro inmersivo y los escape rooms. Pensada especialmente para un público joven, reticente a participar en eventos de este tipo, acercará a este segmento de la población al mundo de la cultura a través del terror y la resolución de enigmas en una experiencia interactiva y participativa.

De cara a crear la propuesta de valor, se ha realizado un análisis de la competencia para analizar en qué puntos Dysania destaca sobre el teatro inmersivo y los escape rooms.



Gráficas de análisis de la competencia

Como se puede ver en las gráficas (para verlas con más detalle, ir al anexo) las principales diferencias y puntos en los que Dysania destaca sobre su competencia más directa son:

1. Experiencia de juego.

Se ofrece una experiencia novedosa, combinando la idea de un escape room con la del teatro inmersivo en una jornada en la que el propio cliente influye determinantemente en el desarrollo de la historia, interaccionando activamente con los actores y convirtiéndose en parte activa del espectáculo.

La presencia de los actores durante todo el juego hace que la ambientación sea mejor, transportando al cliente a la historia como si la estuviera viviendo, y perdiendo las pantallas que suelen tener las salas de escape, recibiendo ayuda directamente de los intérpretes de una forma mucho más natural y que no te saca de la historia que te están contando.

Esta interacción activa hace que el juego sea mucho más customizable, pudiendo los actores adaptar cada experiencia al nivel y gustos de los jugadores, facilitándoles o dificultándoles la investigación.

2. Tiempo.

En este apartado se abordan dos puntos:

- Tiempo de juego.
- Horarios de juego.

En cuanto a los tiempos de juego, son más laxos que los habituales, eliminando la restricción habitual de una hora, aunque siempre dentro de un margen controlado por los actores, que facilitarán la labor de forma sutil a aquellos grupos más rezagados.

Los horarios de los pases se asemejarán más a los de los escape rooms, con varios pases diarios y oportunidades para jugar, con cierto margen para adaptarse a las necesidades de los jugadores siempre que esto no entorpezca otras sesiones del día.

3. Relación calidad-precio.

Si bien el precio será superior al de la mayoría de salas de escape y teatros inmersivos, la calidad del espectáculo también lo será, proporcionando una experiencia que no se percibe como un espectáculo, sino que se vive, formando parte de él.

Este nivel de inmersión justifica el encarecimiento de la entrada, que también le dará el prestigio que merece al evento y la marca.

4. Comunicación.

Uno de nuestros puntos claves es la comunicación con el cliente a través de redes sociales, donde creamos minijuegos para que conozcan el tipo de juego que se pueden esperar e interaccionamos con ellos.

Dado que nuestro modelo de negocio es de uso único, esta parte es fundamental, ya que nos da acceso a clientes potenciales, ya sea mediante eventos especiales con minijuegos diarios, sorteos...

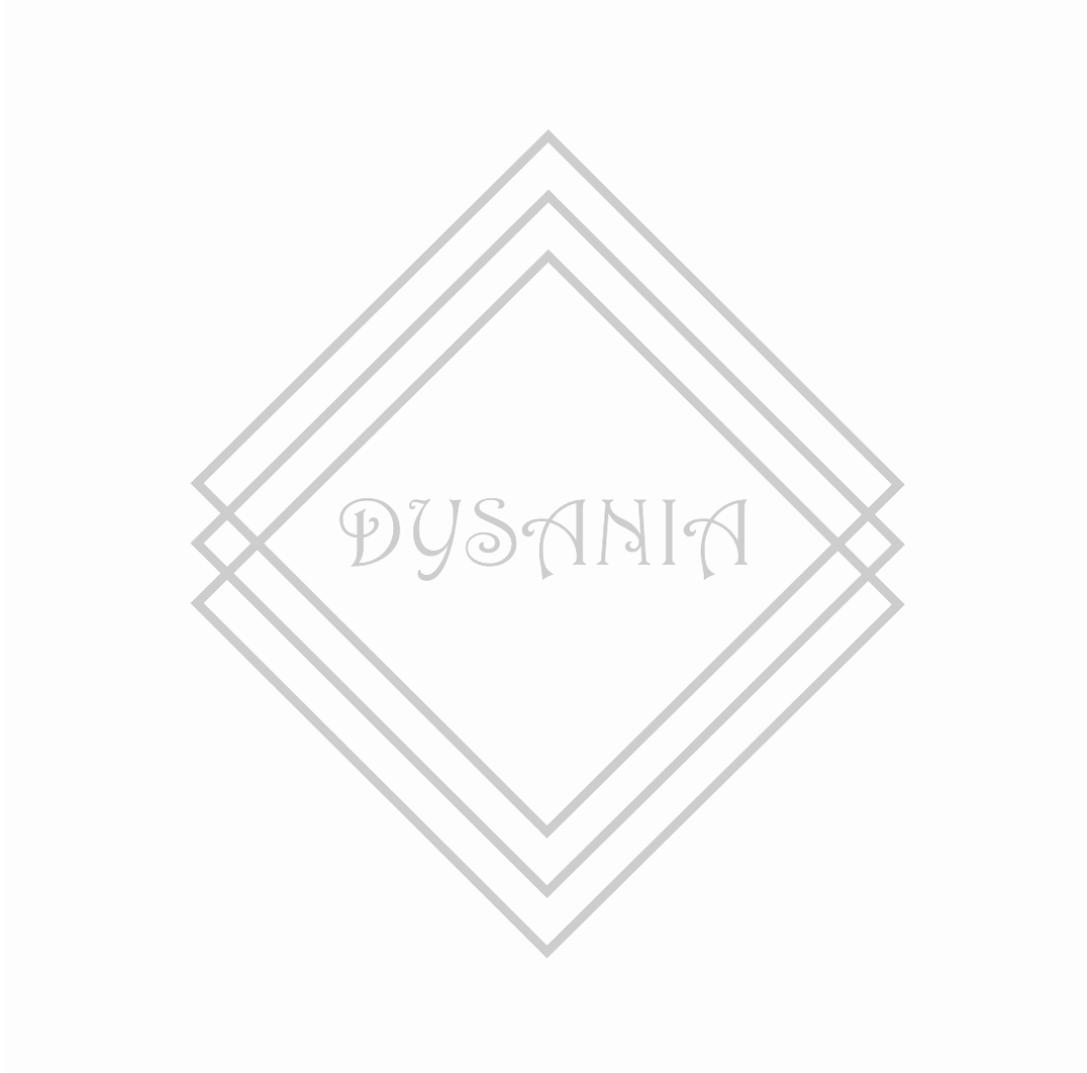
5. Marca.

Como se ha mencionado anteriormente, Dysania busca convertirse en una marca reconocible dentro del sector, que destaque por la calidad de su oferta, su novedad y su

adaptabilidad a todo tipo de niveles, convirtiendo un juego en una experiencia en la que, por momentos, el usuario se olvide de que está jugando.

6. Inclusión.

Por la disposición del mobiliario y el espacio, el juego será accesible a personas con discapacidad; en aquellos juegos que, por su disposición sean menos accesibles a ellos, se verán apoyados por los actores.



ANEXO: TABLAS DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

