

Roblox: Oportunidad Estratégica para Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP

Análisis de mercado, casos verificados y evaluación de fit para tu sector

El Estado Actual del Metaverso

111.8M

Usuarios activos diarios

↑ 41% año contra año

27.4B

Horas de engagement Q2

↑ 58% año contra año

\$1.44B

Revenue bookings Q2

↑ 51% año contra año

¿Por qué importa esto para Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP?

Mientras los canales tradicionales enfrentan saturación y costos crecientes, Roblox ofrece 2.45 horas diarias de engagement por usuario con audiencias altamente comprometidas. No es una apuesta especulativa: es una plataforma con 111.8 millones de usuarios activos y crecimiento comprobado trimestre tras trimestre.

Comparación: Canal Tradicional vs. Roblox

Métrica	Marketing Digital	Roblox Metaverso
Tiempo de atención	1.3 minutos promedio	2.45 horas diarias
Engagement trend	↓ 23% anual	↑ 58% anual
Costo de adquisición	Creciente (+35% YoY)	Estable / Decreciente
Saturación	Alta competencia	Blue ocean relativo
ROI medible	Atribución compleja	Tracking nativo

 **Ventana de Oportunidad**

KONEKTOR GROUPConfidencial - Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP

Con 6.7 millones de experiencias activas, la competencia se intensifica. Los early movers están capturando share of voice mientras los costos de entrada siguen siendo manejables. La

Casos Verificados: Marcas que Ya Ejecutan

Resultados reales de Q2 2025 con metodologías replicables

Fenty Beauty

1.1M

PARTICIPANTES

450K

PERSONALIZACIONES

Insight clave: Experiencia de personalización de productos con 23% de click-to-purchase, superando benchmarks de e-commerce tradicional.

Walmart Discovered

30M

VISITAS

9 min

SESIÓN AVG

Insight clave: 96% approval rating con integración física-digital. Usuarios compran productos reales después de experiencia virtual.

Adidas Virtual Gear

340%

ROI

\$20.48

GASTO AVG

Insight clave: Monetización dual (virtual + física) con engagement sostenido superior a campañas tradicionales.

Netflix Nextworld

10x

VS TRADICIONAL

85%

BRAND RECALL

Insight clave: Experiencias inmersivas generan 10x más engagement que campañas de video tradicionales con mejor recall.

Caso Konektor: Resultados Verificables (LATAM)

Marca de Consumo Masivo (LATAM)

Brand Experience + Amplificación + Eventos | Sector: Alimentos & Bebidas

Caso Verificable

Implementación 2024-2025

375K+

VISITAS ORGÁNICAS

1.5MM+

MINUTOS ENGAGEMENT

40MM+

IMPRESIONES TOTALES

Estrategia implementada: Mundo virtual de marca con experiencias gamificadas dirigidas a Gen Z y Alpha. Combinación de brand experience inmersiva + amplificación pagada + eventos recurrentes. El engagement genuino (tiempo real de interacción) superó benchmarks de industria en 240%. Casos de estudio detallados disponibles bajo NDA en sesión estratégica.

Factores Críticos de Éxito

Aprendizajes clave de +400 activaciones exitosas

- **Autenticidad sobre promoción:** Las experiencias que funcionan ofrecen valor real, no son anuncios disfrazados. El engagement genuino es la moneda del metaverso.
- **Integración física-digital:** Los mejores casos conectan la experiencia virtual con acciones concretas en el mundo real (compras, educación, comunidad).
- **Iteración basada en data:** Roblox ofrece analytics detallados. Las marcas exitosas optimizan continuamente basándose en comportamiento real de usuarios.
- **Construcción de comunidad:** No se trata de campañas puntuales sino de crear espacios donde los usuarios quieran volver y pasar tiempo regularmente.

Roadmap de Implementación para Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP

Framework probado de 90 días para tu primera activación

Días 1-30 Fase 1: Estrategia y Diseño

Definición de objetivos, mapeo de audiencia objetivo en Roblox, diseño de experiencia alineada con tu propuesta de valor, y establecimiento de KPIs medibles.

Días 31-60 Fase 2: Desarrollo y Testing

Construcción de la experiencia, testing interno con usuarios beta, optimización basada en feedback, y preparación de estrategia de lanzamiento.

Días 61-90 Fase 3: Lanzamiento y Optimización

Soft launch con audiencia limitada, análisis de métricas en tiempo real, iteraciones rápidas, y escalamiento progresivo basado en resultados.

Opciones de Implementación

Caminos estratégicos para Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP

Brand Experience Completa

Mundo de marca inmersivo, experiencias interactivas, integración de productos, eventos recurrentes, y optimización continua.

Timeline:

90-120 días

ROI típico:

250-400% en engagement medible

Ideal para:

Construcción de marca y comunidad sostenible

Activaciones Complementarias

Roblox Ads para amplificación, UGC items (wearables de marca) con distribución across experiences, eventos limitados.

Timeline:

30-60 días

Uso:

Amplificación o testing inicial

Ideal para:

Validación rápida de mercado

¿Por qué elegir Brand Experiences?

- **Activo digital permanente:** A diferencia de ads que generan impresiones pasivas, una brand experience crea un espacio donde usuarios pasan tiempo real interactuando con tu marca.
- **Escalabilidad comprobada:** Una vez lanzada, la experiencia sigue generando engagement sin costos proporcionales con millones de minutos de interacción genuina.

¿Es Roblox adecuado para Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP?

Evaluación honesta: Roblox funciona mejor para marcas que buscan engagement de largo plazo con audiencias Gen Z y Alpha, tienen propuestas de valor que se pueden experimentar (no solo comunicar), y están dispuestas a iterar basándose en data.

Próximo Paso: Sesión Estratégica

30 minutos para evaluar fit específico, discutir oportunidades identificadas, y definir si tiene sentido avanzar con Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP

[Agendar Conversación](#)

O responde directamente: sebastian@konektorgroup.com