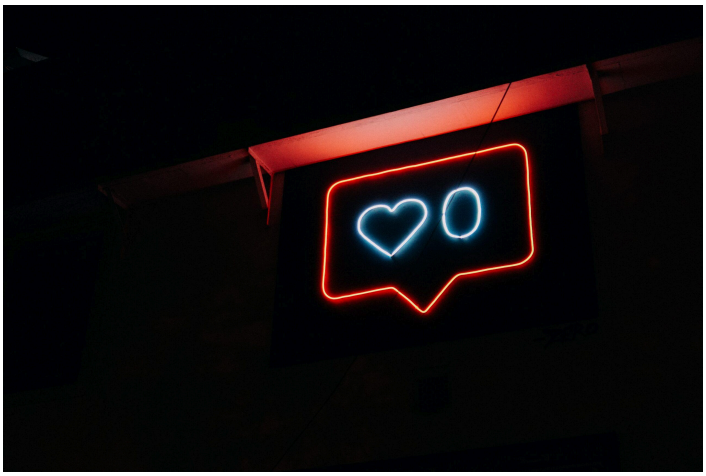
ALGORITMO DE INSTAGRAM 2025: LO QUE LAS EMPRESAS DEBEN SABER



Posted on 22. abril 2025 by Mia

En 2025, Instagram ha introducido importantes actualizaciones en su algoritmo que impactan de manera significativa a cómo se prioriza y muestra el contenido a los usuarios.

Estos cambios tienen como objetivo **mejorar la experiencia del usuario**, al mismo tiempo que ofrecen a los creadores de contenido y a las empresas nuevas oportunidades para **aumentar su alcance**.

Sin embargo, muchos usuarios están reportando caídas repentinas y drásticas en la visibilidad. **Y, detrás de escena, hay un sistema claro en funcionamiento**. Aquellos que comprendan cómo "piensa" Instagram podrán optimizar su contenido de forma estratégica y, de hecho, beneficiarse de los cambios.

¿QUÉ HA CAMBIADO?

El objetivo de la actualización de 2025 es **mejorar la experiencia del usuario y aumentar las tasas de interacción**. Esto significa que el contenido no debe ser solo “me gusta”, sino que debe fomentar que los usuarios se queden, vean e interactúen. Las prioridades clave incluyen:

- **Interacciones más profundas (comentarios, compartidos) en lugar de "me gustas"**

superficiales

- **Relevancia del contenido para el público objetivo**
- **Originalidad frente al contenido reposteado**
- **Visibilidad impulsada por métricas de interacción**

Más que nunca, el éxito en Instagram depende de una mezcla de **optimización técnica** (como imágenes y audio de alta calidad u horarios óptimos de publicación) y **planificación estratégica** de contenidos (por ejemplo: narración de historias o temas relacionados con eventos).

La forma en que se usan y se evalúan los hashtags también ha cambiado, lo cual es especialmente importante para redactar descripciones efectivas.

UN ANÁLISIS DETALLADO DE LOS CAMBIOS

Al profundizar, el algoritmo de Instagram en 2025 tiene en cuenta una **amplia variedad de nuevos factores** que influyen en el comportamiento del usuario y en la visibilidad del contenido. Los hemos desglosado para que pueda centrarse en lo que realmente importa.

NUEVAS MÉTRICAS Y ESTADÍSTICAS

Instagram ha introducido métricas como la **tasa de visualización (View Rate)**, que mide cuántos usuarios continúan viendo un vídeo **después de los primeros tres segundos**.
También se ha añadido la métrica **visualizaciones a lo largo del tiempo (Views Over Time)**, que ofrece análisis detallados para detectar patrones recurrentes y ajustar las estrategias de contenido en consecuencia.

ALGORITMOS ESPECÍFICOS SEGÚN EL FORMATO

Instagram utiliza ahora algoritmos especializados según el tipo de contenido:

- **Feed**: Evalúa la relación, el interés, la probabilidad de interacción y la actualidad del contenido.

- **Stories**: Da prioridad a las cuentas con las que usted interactúa con regularidad.
- **Reels**: Se clasifican en función del tiempo de visualización, los compartidos, los guardados y las repeticiones.
- **Explorar**: Se basa en el comportamiento del usuario y en la relevancia temática para ofrecer sugerencias personalizadas.

Dato interesante: los Reels cortos y entretenidos, con alto "potencial de repetición", superan en rendimiento a las publicaciones tradicionales con fotos.
Sin embargo, las fotos acompañadas de música pueden mostrarse también en formato Reel. Y como siempre, los carruseles suelen obtener mejores resultados que las imágenes individuales en el feed.



Entendiendo el alcance: Conectados vs. No conectados

El algoritmo distingue ahora entre dos tipos de alcance orgánico:

- **Alcance conectado:** Visibilidad entre los seguidores actuales.
- **Alcance no conectado:** Visibilidad ante nuevas audiencias (por ejemplo, a través de Reels y la sección Explorar).

Ambas métricas se miden por separado y pueden aumentar o disminuir de forma independiente. Los Reels son especialmente relevantes para el alcance no conectado, lo que los convierte en una herramienta ideal para **hacer crecer su comunidad**.

Consejo: Las estadísticas de Instagram ahora le muestran no solo cuántas interacciones ha recibido una publicación, sino también cómo se divide su alcance entre seguidores y no seguidores.

Además, Instagram envía notificaciones a las cuentas sobre **hitos importantes y oportunidades de crecimiento**, lo que le ayuda a decidir si podría ser útil promocionar una publicación con anuncios o no.

RECOMENDACIONES MEJORADAS Y NUEVOS FACTORES DE POSICIONAMIENTO

El **audio de alta calidad** se ha vuelto un elemento clave para la visibilidad.
Además, aunque ahora los Reels pueden durar **hasta tres minutos**, los vídeos más largos no se consideran de forma favorable en las recomendaciones del algoritmo.

ORIGINALIDAD POR ENCIMA DE LA COPIA

La originalidad sigue siendo una de las máximas prioridades: el algoritmo favorece el contenido auténtico y único. Por eso, los vídeos sin marcas de agua obtienen un mejor posicionamiento. El objetivo es que Instagram pueda identificar los reposts de TikTok y penalizar el contenido duplicado.

Instagram está tomando medidas más estrictas contra el contenido duplicado: las publicaciones repetidas sin valor añadido, el contenido generado por IA con poco esfuerzo y los posts repetitivos

pierden ahora gran parte de su visibilidad.
El propósito es **impulsar la creatividad real**, especialmente en cuentas pequeñas y medianas.

Eso significa que debe apostar por usar fotos y vídeos originales, contar historias personales y combinar información útil con un estilo visual atractivo.
Los elementos interactivos en Stories, como **encuestas o cuestionarios**, también cuentan como interacción y pueden mejorar su visibilidad.

¿Le gustaría recibir apoyo en sus actividades en las redes sociales?

Descubra aquí cómo podemos llevar su marketing en redes sociales al siguiente nivel.
Marketing en redes sociales

NUEVAS FUNCIONES Y SU IMPACTO

No solo se ha actualizado el propio algoritmo, sino que también se están implementando nuevas funciones que **influyen directamente en su funcionamiento, y viceversa**.
El objetivo principal de estas novedades es aumentar la interacción, algo especialmente valioso teniendo en cuenta las nuevas métricas.
Las nuevas funciones son las siguientes:

La función Test Reels

Con la última actualización, Instagram ha lanzado la nueva función **Test Reels**. Esta opción permite a las empresas publicar Reels solo para personas que no las siguen, sin que aparezcan de inmediato en su perfil principal.

Una vez **analizado** el rendimiento del contenido, este puede publicarse de forma oficial.
Esta herramienta reduce la presión de compartir contenido de forma pública demasiado pronto y fomenta la experimentación dentro de la estrategia de contenidos.


Agrega un texto...
Encuesta
Tema
Etiquetar personas
Agregar ubicación
Málaga
Ecuador
Pedregalejo
Renombrar audio
Audio original
Agregar etiqueta de IA
Debes etiquetar cierto contenido realista creado con IA. Más información
Público
Todos
Prueba
NUEVO

COMENTARIOS PÚBLICOS EN STORIES

Otra de las nuevas funciones es la posibilidad de **comentar públicamente** en las Stories de Instagram. Hasta ahora, las respuestas estaban limitadas a mensajes directos o reacciones con emojis públicos.
Esta novedad **aumenta la interacción** y abre nuevas vías para que las marcas se relacionen con su audiencia de forma más directa y visible.

CAMBIOS EN EL FORMATO DEL FEED

Las publicaciones de fotos en el feed ahora se muestran **por defecto en formato vertical (4:5)**. El formato cuadrado clásico sigue estando disponible, pero Instagram agrega automáticamente un marco y permite a los usuarios recortar la parte de la imagen que se mostrará en el feed. Además, la función de recortar la imagen para adaptarla al feed es nueva: cualquier imagen que no tenga el tamaño exacto de 4:5 puede personalizarse para ajustarse al formato del perfil.

El objetivo: lograr una **apariencia más coherente** entre las publicaciones del Feed y los Reels, fomentando que los usuarios exploren los perfiles de manera más profunda.

IMPACTO EN EMPRESAS Y CREADORES DE CONTENIDO

La actualización del algoritmo de 2025 presenta tanto oportunidades como retos. Las empresas y los creadores de contenido deben revisar sus estrategias de contenido para aprovechar al máximo las nuevas funciones y aumentar su visibilidad. El enfoque debe centrarse en la autenticidad, la calidad y el uso inteligente de las nuevas métricas de Instagram.

¿Quiere un análisis más detallado? Eche un vistazo a este video en YouTube que explica en profundidad el algoritmo de Instagram 2025.

CONCLUSIÓN: ENTIENDA EL ALGORITMO Y AUMENTE SU ALCANCE

En 2025, Instagram recompensa el contenido creativo, relevante y de alta calidad que genera

muchas interacciones. Los cambios ofrecen nuevas y emocionantes posibilidades, así como desafíos. Las empresas deben **adaptar su estrategia en Instagram** para aprovechar al máximo las nuevas funciones y maximizar su alcance.

La clave del éxito radica en crear **contenido original y de alta calidad**, y hacer un uso inteligente de las **nuevas métricas** de Instagram. Aquellos que adapten su contenido a su audiencia, publiquen de manera consistente e interactúen activamente con su comunidad tendrán la mejor oportunidad de ganar visibilidad, incluso con una base de seguidores pequeña.

¿Ha notado una caída significativa en su alcance? ¿O está listo para despegar en Instagram en 2025 pero no sabe por dónde empezar? ¡Nosotros, como su agencia de redes sociales, estamos aquí para ayudarle!