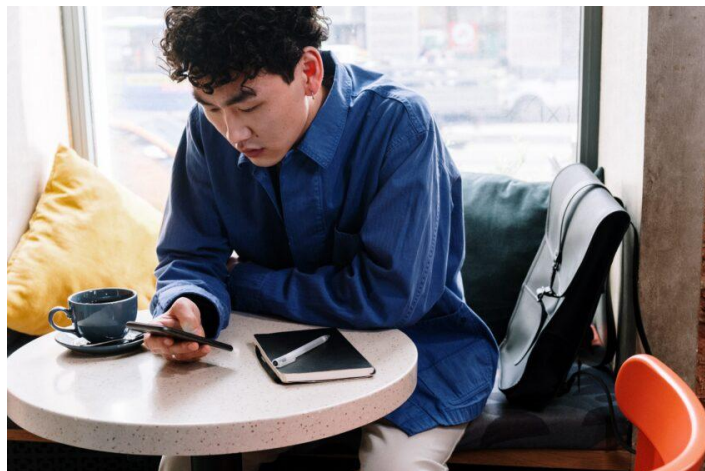


ESTUDIO SOBRE REDES SOCIALES 2025: CONCLUSIONES Y ESTRATEGIAS



Posted on 4. agosto 2025 by Mia

El último estudio elaborado por [Metricool](#), la empresa responsable de la herramienta de gestión de redes sociales del mismo nombre, ofrece datos muy valiosos sobre la evolución de las plataformas más relevantes a lo largo de 2024 y proporciona orientaciones claras sobre cómo las marcas y empresas deben ajustar sus [estrategias de cara a 2025](#).

Basado en el análisis de más de 3 millones de perfiles y 40 millones de publicaciones, el informe revela tendencias marcadas y recomendaciones prácticas para el nuevo año.

En Wisea hemos analizado detenidamente el estudio y resumido para usted los hallazgos más importantes.

LO QUE REVELA EL ESTUDIO: CIFRAS CLAVE

TikTok sigue siendo la plataforma más dinámica. En 2024, el alcance medio aumentó un **70%** y el tiempo medio de visualización creció un **71%**.

YouTube mantiene su liderazgo en alcance global. Con más de **2.700 millones de usuarios activos** y un aumento del **7,59%** en visualizaciones, sigue siendo un referente.

LinkedIn experimenta un crecimiento sorprendente: las interacciones aumentaron un **99%** y los clics en enlaces externos se incrementaron un **122% respecto a 2023**. La red profesional está evolucionando hacia una plataforma social rica en contenido.

Facebook presenta una imagen desigual: aunque el número de usuarios subió ligeramente hasta los **3.000 millones**, el alcance y las interacciones descendieron hasta un **41%**.

Instagram continúa siendo clave, aunque los resultados dependen del formato. Los Reels siguen liderando el rendimiento, aunque su eficacia ha bajado respecto a 2023.

TENDENCIAS Y RECOMENDACIONES

Para cuentas pequeñas (menos de 2.000 seguidores), el estudio recomienda priorizar **TikTok y YouTube**, ya que son las plataformas que más impresiones orgánicas generan por seguidor. En cambio, las publicaciones en Instagram y X (antes Twitter) ofrecen un potencial de crecimiento más limitado.

En cuanto a la interacción, **LinkedIn lidera claramente**: con una tasa media del **14,78%** en cuentas pequeñas, supera al resto de plataformas. Queda por ver si los cambios en el [algoritmo de Instagram](#) a principios de año alterarán esta posición.

YouTube también destaca por la cantidad de **interacciones por seguidor**.

Si su objetivo es generar clics hacia su sitio web o una página de destino, **LinkedIn es la mejor opción**. **Facebook** también tiene un papel relevante, con una **media de 413 clics por publicación**, lo que la convierte en un canal eficaz para generar tráfico.

Otras tendencias destacadas:

- **X** gana impresiones, pero la interacción continúa descendiendo.
- **Pinterest** mantiene su crecimiento, con un **aumento del 55% en clics externos**.

- **Twitch** pierde usuarios y nivel de interacción.

¿QUÉ PLATAFORMA ES MÁS ADECUADA SEGÚN SU OBJETIVO?

- **Para ganar alcance:** TikTok, YouTube
- **Para aumentar la interacción:** LinkedIn, Instagram Reels
- **Para generar tráfico o contactos:** LinkedIn, Facebook
- **Para inspirar visualmente:** Pinterest

RENDIMIENTO PREVISTO POR PLATAFORMA EN 2025

Plataforma	Alcance	Interacción	Clics / Conversión	Observaciones
TikTok	Muy alto	Bueno	Medio	Ideal para alcance y viralidad (crecimiento del 70%)
YouTube	Alto	Muy bueno	Medio	Escala bien con contenido extenso
LinkedIn	Medio	Muy alto	Muy alto	Excelente para negocios B2B y marca personal
Facebook	En descenso	Moderado	Muy alto	Base de usuarios más grande, excelente para clics
Instagram	Ligeramente en declive	Estable	Medio	Los Reels siguen funcionando, aunque un 20% por debajo
Pinterest	En crecimiento	Moderado	Bueno	Gran potencial B2C y buen generador de tráfico
X	Incierto	Bajo	Bajo	Precaución por problemas de marca y visibilidad
Twitch	A la baja	Bajo	Muy bajo	Ya no es una plataforma prioritaria para 2025

ESTRATEGIAS DE PUBLICACIÓN SEGÚN CADA PLATAFORMA

El estudio destaca la importancia de adaptar el contenido y el estilo de publicación a cada plataforma. A continuación, se presentan las mejores prácticas:

TIKTOK

Videos cortos, auténticos y con narrativa emocional

Ejemplo: una panadería local muestra en vídeo el proceso de elaboración de sus croissants con una música en tendencia

Llamada a la acción: "Recién hechos mañana, ipásese por la tienda!".

YOUTUBE

Combinación de vídeos breves y contenido extenso con narrativa o tutoriales

Ejemplo: un gimnasio publica vídeos cortos de 1 minuto con ejercicios rápidos y, una vez al mes, un vídeo largo con consejos de entrenamiento.

LINKEDIN

Contenido experto, resúmenes de estudios, miradas entre bastidores y publicaciones que fomenten el debate

Ejemplo: una empresa tecnológica comparte un estudio sobre transformación digital en pymes y pregunta: "¿Cómo está afrontando su empresa estos retos?".

FACEBOOK

Priorizar publicaciones con enlaces y promoción de eventos

Ejemplo: una agencia de viajes comparte un enlace con ofertas anticipadas y promociona una jornada informativa mediante evento.

INSTAGRAM

Combinación estratégica de Reels, carruseles y Stories

Ejemplo: una marca de moda presenta su nueva colección en un Reel breve, continúa con un carrusel de primeros planos y lanza ofertas por tiempo limitado en Stories.

PINTEREST

Pines inspiradores con enlaces directos a productos o entradas de blog

Ejemplo: una tienda de muebles crea tableros de ideas con tendencias de decoración para 2025 y enlaza cada imagen con el producto correspondiente.

X (ANTES TWITTER)

Publicaciones breves en tiempo real, sin grandes expectativas de interacción

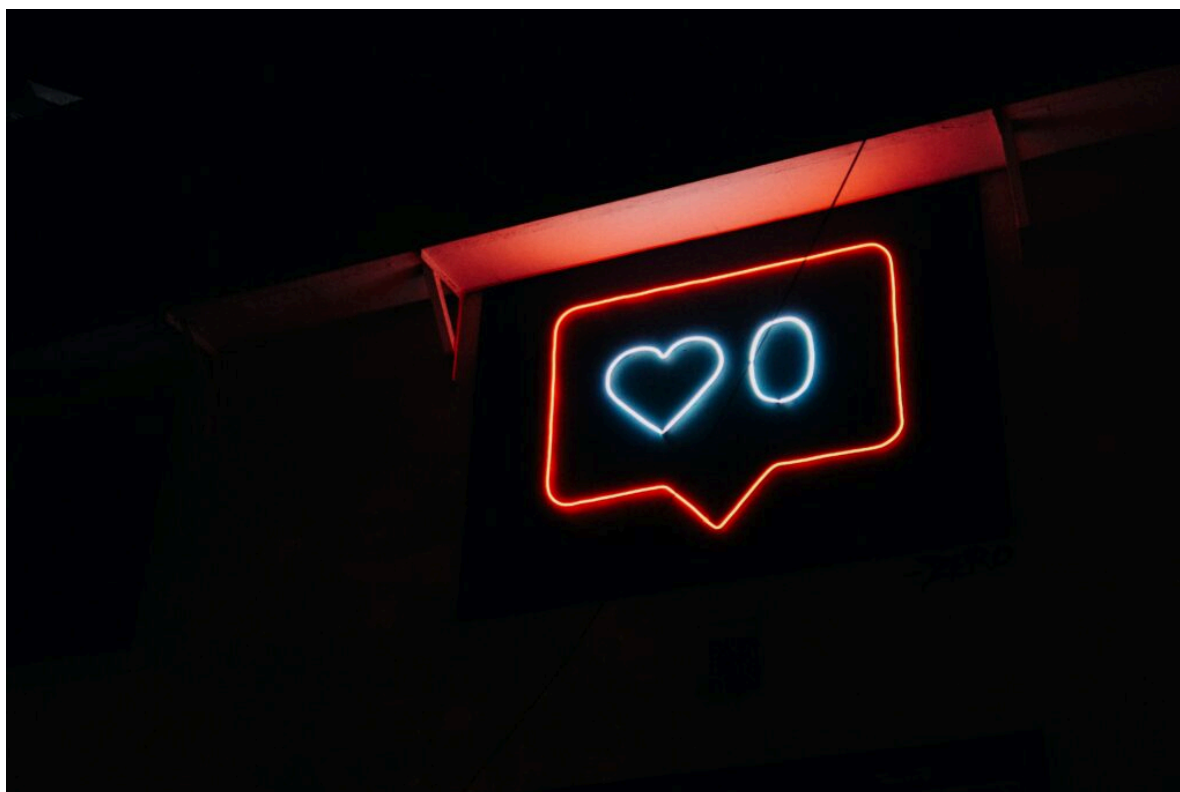
Ejemplo: una empresa de servicios financieros informa sobre cambios en los tipos de interés y enlaza a su último artículo del blog.

TWITCH

Dada su pérdida de relevancia, solo recomendable para eventos en directo o contenidos muy específicos en videojuegos. Sin audiencia previa, resulta difícil crecer.

Plataforma	Formato ideal	Frecuencia recomendada	Consejo práctico
TikTok	Videos cortos con tendencias	2 a 4 veces por semana	Procure ser auténtico y actúe rápido ante las novedades
YouTube	Shorts + vídeos largos	1 a 3 Shorts + 1 vídeo largo por semana	Use los vídeos cortos para ganar visibilidad y los largos para fidelizar
LinkedIn	Publicaciones especializadas, carruseles	1 a 3 veces por semana	Comparta ideas y fomente el debate
Facebook	Publicaciones con enlaces y eventos	2 a 4 veces por semana	Destaque los enlaces y segmente bien la audiencia

Plataforma	Formato ideal	Frecuencia recomendada	Consejo práctico
Instagram	Reels, carruseles, Stories	2 a 3 publicaciones + 1 o 2 Stories al día	Priorice Reels, refuerce con carruseles
Pinterest	Infografías, tableros con enlaces	5 a 10 pines por semana	Añada palabras clave en las descripciones y use temáticas estacionales
X	Noticias breves, enlaces	1 a 2 publicaciones diarias	Comparta opiniones o novedades y utilice etiquetas con estrategia
Twitch	Solo retransmisiones en directo	2 a 4 emisiones por semana (si ya es activo)	Mantenga horarios fijos para fidelizar audiencia



CONCLUSIÓN: EL CONTENIDO ADECUADO NECESITA LA PLATAFORMA ADECUADA

El panorama de redes sociales se vuelve más exigente en 2025. El éxito no llega por casualidad, sino

con una **estrategia bien definida para cada plataforma**. Si desea obtener resultados, debe pensar en **términos de plataformas**, dirigirse directamente a su audiencia y **adaptar su contenido de forma inteligente**.

Las empresas que apuestan por **TikTok** y **YouTube para ganar visibilidad**, utilizan **LinkedIn** y **Facebook para generar contactos**, y publican **Reels creativos en Instagram** están posicionándose para lograr una **alta visibilidad** y un **crecimiento sostenible**.

Al mismo tiempo, está claro que el contenido **debe adaptarse más que nunca** a las expectativas de cada plataforma. Un plan de publicaciones genérico ya no es suficiente.

Si logra detectar tendencias a tiempo, crear contenido creativo y distribuir bien sus recursos, estará preparado para destacar, incluso en un entorno cada vez más competitivo.

¿Necesita ayuda para llevar su estrategia de redes sociales al siguiente nivel? Contáctenos. Como [agencia especializada en redes sociales](#), estamos aquí para ayudarle a hacer crecer su marca, ampliar su alcance y alcanzar objetivos medibles.