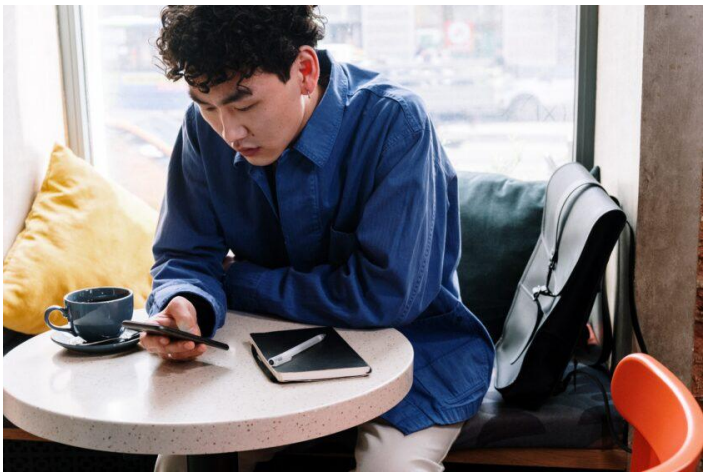
ESTUDIO SOBRE REDES SOCIALES 2025: CONCLUSIONES Y ESTRATEGIAS



Posted on 4. August 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

Vídeos 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, ¡pásese 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)

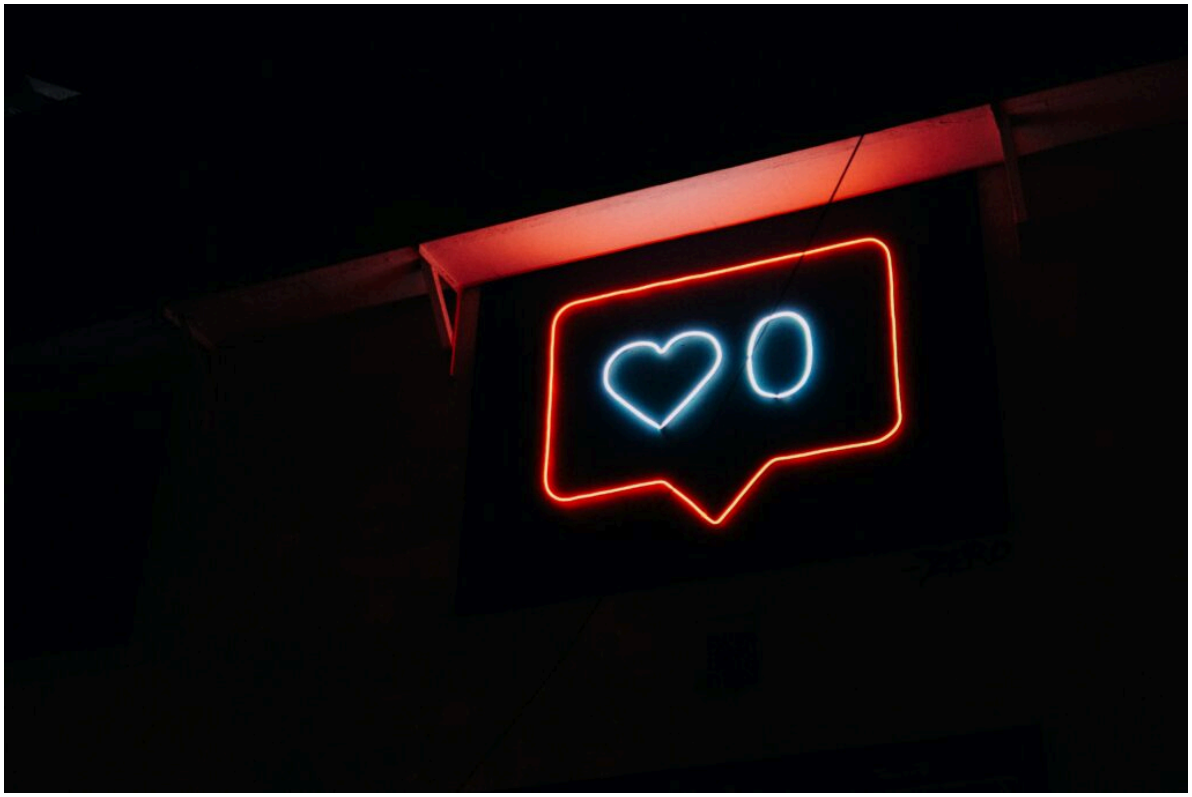
Publicaciones breves en tiempo real, sin grandes expectativas de interacción
Ejemplo: una empresa de servicios financieros informa sobre cambios en los tipos de interés y enlaza a su último artículo del blog.

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	Vídeos cortos con tendencias	2 a 4 veces por semana	Sea 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.