

#AYearInMetrics

# ESTUDIO DE REDES SOCIALES 2023



# Qué ha pasado en 2023 y tendencias en redes para 2024


Estudio basado en el análisis de 9 redes sociales, 978.379 cuentas y 29.482.611 publicaciones.

 297.147 cuentas | 9.056.466 publicaciones

 289.180 cuentas | 5.093.000 publicaciones

 92.559 cuentas | 5.044.379 posts

 66.567 cuentas | 810.703 TikToks

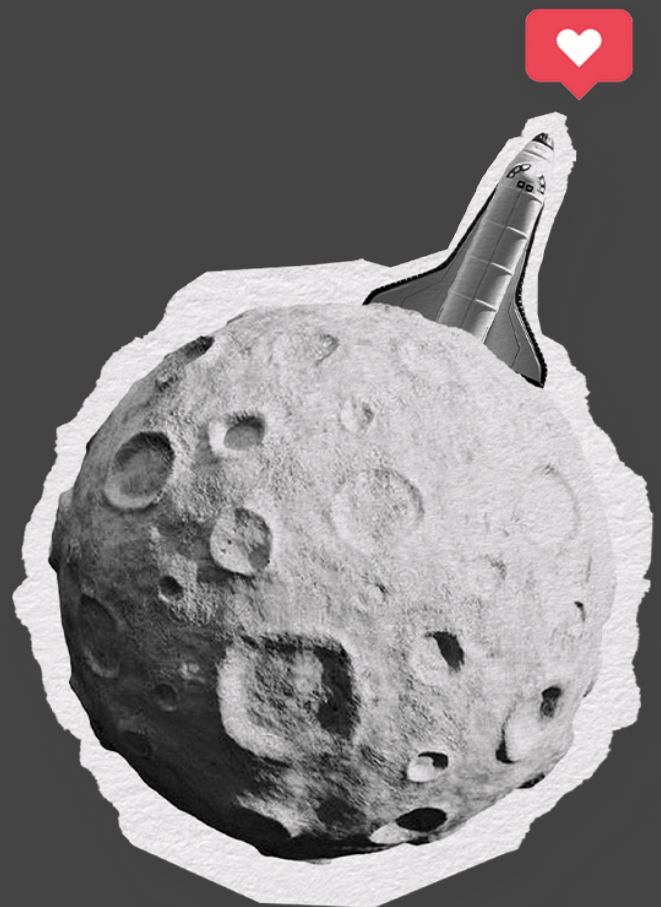
 31.925 cuentas | 383.433 publicaciones

 10.747 cuentas | 279.713 pins

 86.626 cuentas

 101.485 cuentas | 8.702.767 vídeos

 2.143 cuentas | 112.150 streams + clips



En el estudio anual de redes sociales analizamos el uso profesional de cada red social, lo que permite extraer conclusiones cómo:

- La evolución de cada red social de forma independiente
- Qué red social funciona mejor dependiendo del objetivo de la marca

Hemos comparado los datos de este año con los datos del anterior para medir la evolución. Así mismo, con el fin de garantizar la fiabilidad de la información sin variación en la muestra, llevamos a cabo un estudio paralelo con la misma muestra de 2022 respecto a 2023.

## Agrupación de cuentas

Las cuentas analizadas se han separado por grupos en función del número de seguidores. El objetivo es poder analizar los resultados con cuentas comparables entre sí y ver cómo evolucionan los datos a medida que crecen las cuentas en número de seguidores.

Por tanto, existen cinco grupos diferenciados en función al número de seguidores:

<b>Tiny</b>	0 – 500 followers
<b>Small</b>	500 – 2K followers
<b>Medium</b>	2K – 10K followers
<b>Big</b>	10K- 50K followers
<b>Huge</b>	50K – 55M followers

## Nomenclatura cuentas pequeñas – cuentas grandes

En el estudio hablamos de cuentas pequeñas y cuentas grandes. Cuando nos referimos a cuentas pequeñas hablamos de cualquier grupo menor al siguiente y viceversa.

Es decir, una cuenta pequeña no tiene que ser el grupo de 0-500 seguidores si no que también sería el grupo de 10K a 50K en relación al siguiente de 50K a 55M.

# Facebook

Los resultados del estudio muestran que Facebook está experimentando cambios importantes. El crecimiento de los Reels, el declive del alcance o las interacciones en post son prueba de ello.

	2022	2023
<b>Cuentas</b>	211.060	289.180
<b>Posts</b>	4.207.102	5.093.000
<b>Reels</b>	91.328	699.037

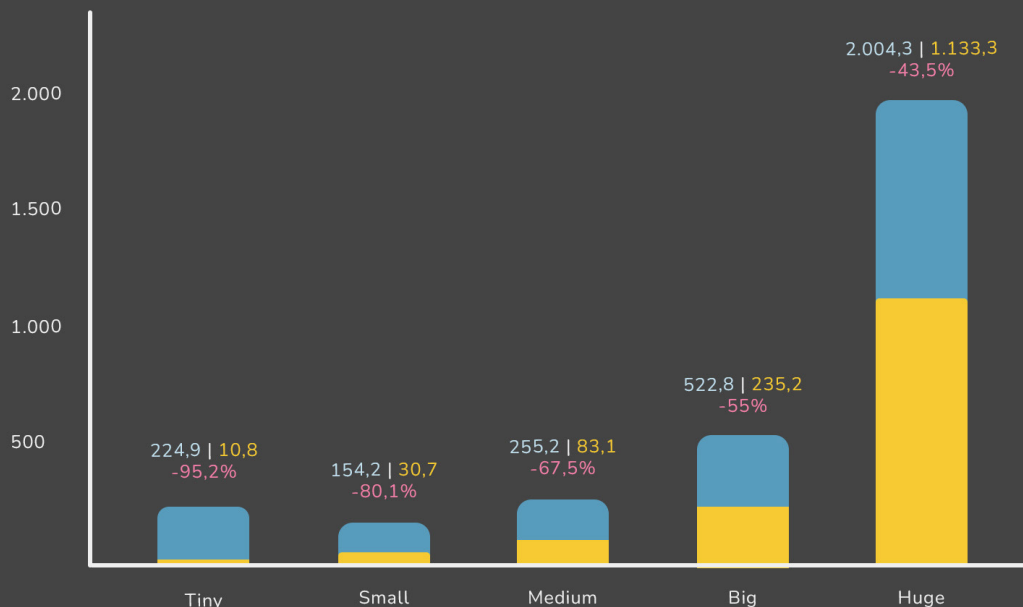
Después de analizar más de 280.000 cuentas de Facebook y más de cinco millones y medios de post y reels los datos hablan.

## La participación en Facebook está en declive para las marcas

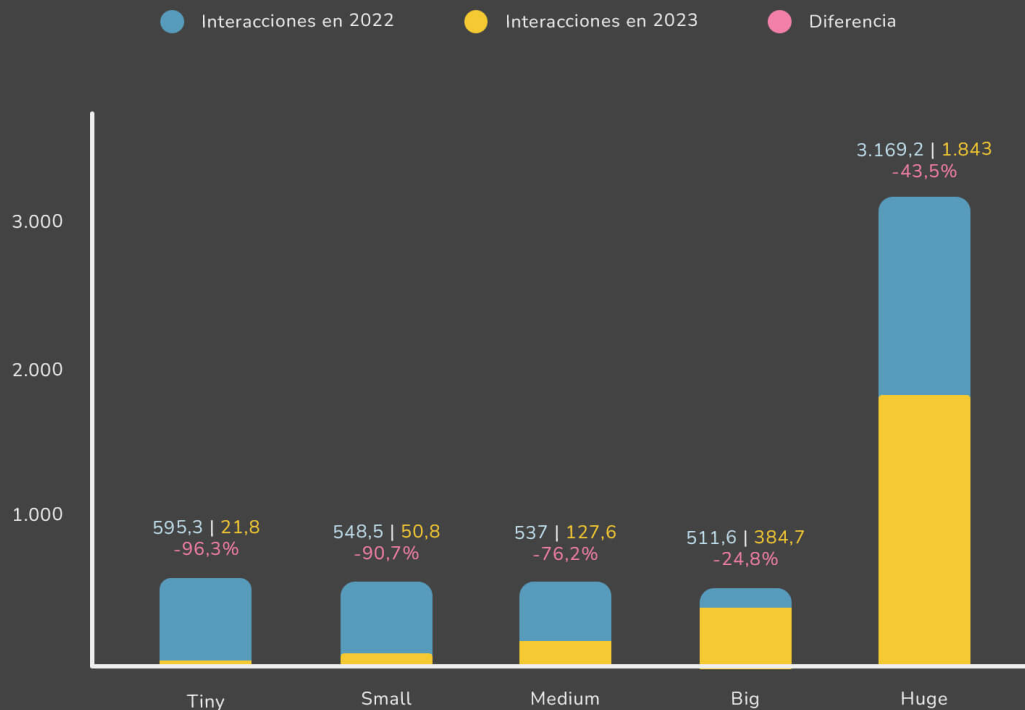
Todos las métricas relacionadas con la acción del usuario han disminuido en 2023. Lo que demuestra que está haciendo un cambio en esta red social.

### Interacciones medias de Reels en Facebook 2023 vs 2022

● Interacciones en 2022 ● Interacciones en 2023 ● Diferencia



## Interacciones medias de Posts en Facebook 2023 vs 2022



## Reels arrasa en número de publicaciones

Sin duda es el año de adopción en Reels: las marcas han publicado más del 600% que en 2022. Aunque estos esfuerzos no han conseguido que aumenten los datos de interacción y alcance. El único dato en positivo es el engagement de Reels que sube un 33%.

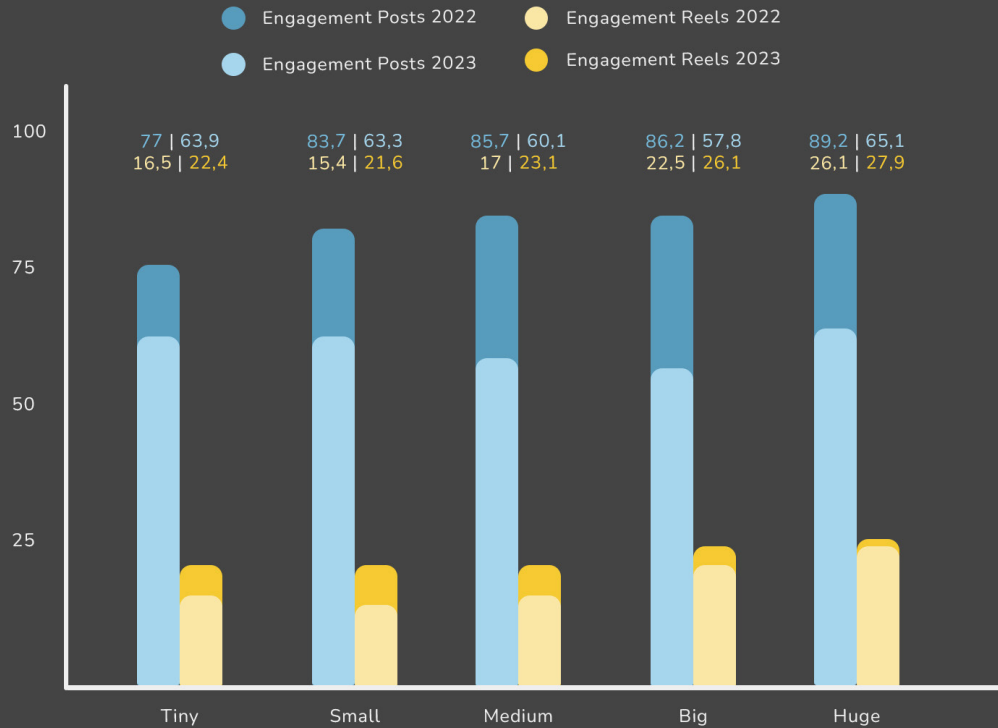
*\*Esta subida puede ser por los esfuerzos de Meta en aprovechar el contenido de Instagram para Facebook.*

Engagement rate Reels	2022	2023	Diferencia
<b>Tiny</b>	16,5	22,4	35,68%
<b>Small</b>	15,4	21,6	40,51%
<b>Medium</b>	17	23,1	35,35%
<b>Big</b>	22,5	26,1	15,97%
<b>Huge</b>	26,1	27,9	7,05%

## Post vs Reels

El engagement indica que los Reels es el contenido que engancha más al usuario, mientras que el engagement de los post se ha reducido considerablemente.

### Engagement Posts vs Reels en Facebook 2023 vs 2022



La frecuencia de publicación de post también ha disminuido en todos los tamaños de cuentas.

<i>Frecuencia publicación posts semanales</i>	2022	2023	Diferencia
<b>Tiny</b>	3,2	1,85	-42,85%
<b>Small</b>	3,3	2,64	-20,57%
<b>Medium</b>	12,2	3,72	-69,49%
<b>Big</b>	8,20	6,08	-25,37%
<b>Huge</b>	51,8	14,58	-71,88%



Mientras que en Reels, el formato con mayor engagement, sube el número de publicaciones semanales.

<i>Frecuencia publicación Reels semanales</i>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Diferencia</b>
<b>Tiny</b>	0,10	0,49	372,56%
<b>Small</b>	0,07	0,43	483,01%
<b>Medium</b>	0,39	0,99	151,35%
<b>Big</b>	0,18	0,98	447,78%
<b>Huge</b>	1,67	3,87	131,69%

## Tendencias 2024 para Facebook

En base a los datos analizados la tendencia para crecer en Facebook en 2024 se apoya en el formato reels.

Las marcas cada vez dedican menos esfuerzos a Facebook, y estos esfuerzos se centran en aprovechar el contenido de otras redes. Parece que esa seguirá siendo la tendencia.

Adaptarse a los cambios de la red será clave.



# Twitter

Twitter experimentó una bajada importante en las impresiones en todos los tamaños de cuentas, lo que indica un descenso en el alcance general del contenido.

Las métricas de interacción tienen un crecimiento positivo menos en el tamaño Tiny , excepto los clics y menciones, lo que sugiere que los usuarios están interactuando más con el contenido que ven.

	2022	2023
<b>Cuentas</b>	60.298	92.559
<b>Posts</b>	4.405.595	5.044.379

## Mayor frecuencia de publicación según crece la cuenta

Si la frecuencia ha disminuido en relación al año anterior sí se observa que el promedio de publicaciones aumenta según el tamaño de la cuenta.

Existe un salto en las cuentas «Huge» que publican un promedio de 80.7 veces por semana. Por tanto, las cuentas más grandes son más activas en la plataforma y generan más contenido.

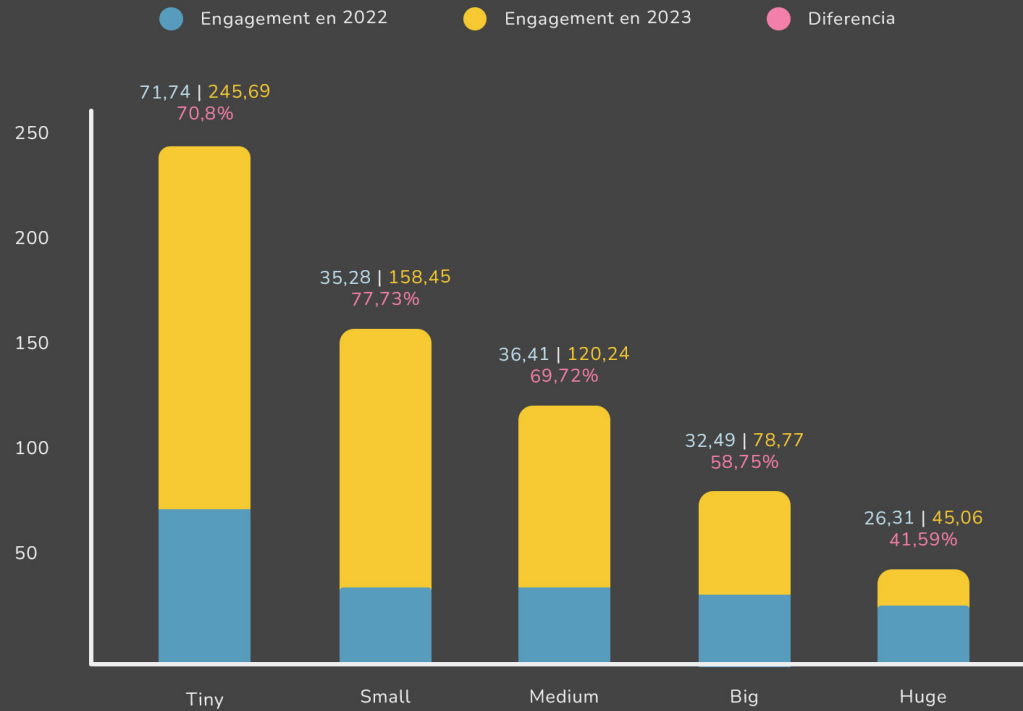
<i>Frecuencia publicación semanal</i>	2022	2023	Diferencia
<b>Tiny</b>	7,7	5	-35,55%
<b>Small</b>	10,6	8,2	-22,73%
<b>Medium</b>	17,4	13,1	-25,07%
<b>Big</b>	29,7	20,4	-31,50%
<b>Huge</b>	119,9	80,7	-32,67%



# Y mayor engagement en todas las cuentas

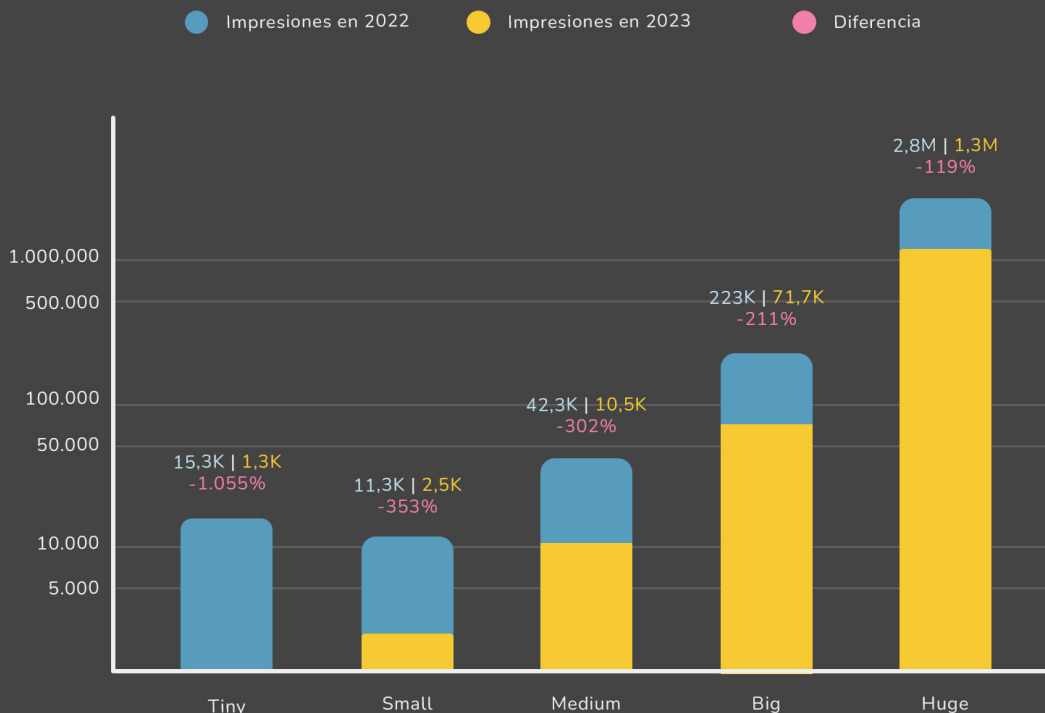
Parece que a pesar de la bajada de impresiones, la subida en interacciones ha compensado la subida del engagement. Se llega a menos personas pero a las que se muestra interactúan más.

## Evolución del engagement rate en Twitter 2023 vs 2022



Cuenta abajo en impresiones en todos los tipos de cuenta.

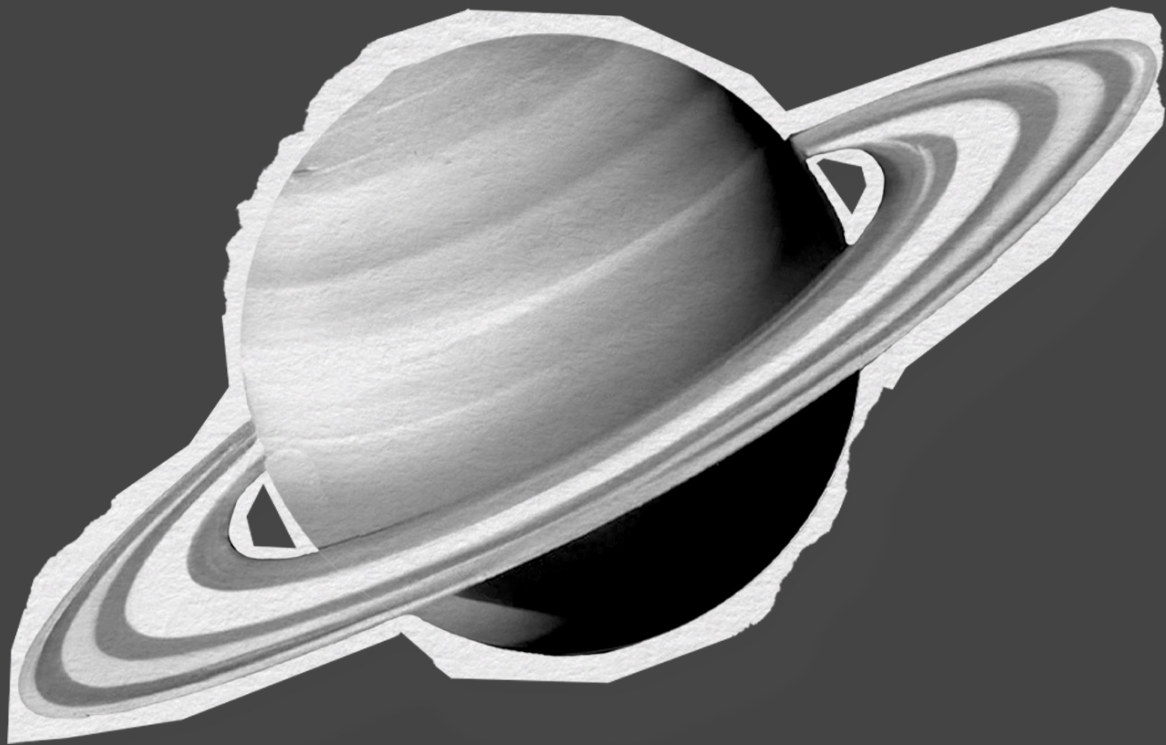
## Media de impresiones por post en Twitter 2023 vs 2022



## Tendencias 2024: Hay vida en Twitter después de su cambio a X

En resumen, el estudio sugiere que Twitter sigue siendo una plataforma eficaz para la interacción, incluso a pesar de la bajada en impresiones, los cambios en el algoritmo o el tamaño de la cuenta.

Por tanto en X (Twitter) si tu objetivo en 2024 es generar reconocimiento de marca para crear conversaciones con tus clientes y engagement, X puede ayudarte.



# LinkedIn

En LinkedIn en 2023 observamos bajada de impresiones y una bajada más pequeña de interacciones y como consecuencia el engagement es más alto.

Las marcas llegan a menos gente pero se llega a usuarios más interesados en el contenido.

Analizamos los datos generales comparativos de LinkedIn: impresiones, interacciones, reacciones, comentarios, compartidos, clics, engagement, frecuencia de publicación por semana y número de cuentas de LinkedIn por tamaños.

	2022	2023
<b>Cuentas</b>	12.960	31.925
<b>Posts</b>	173.157	383.433

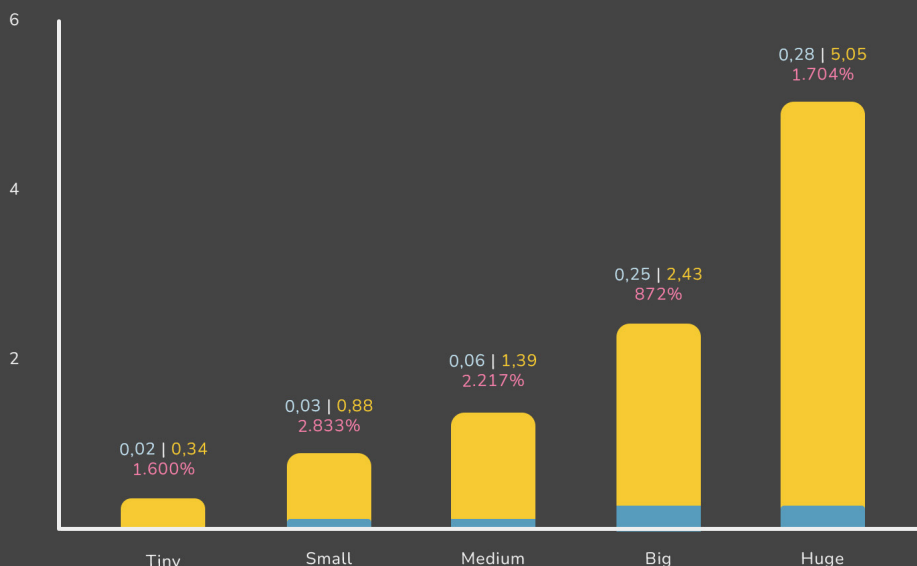
## Contenido relevante y listo para compartir

El aumento masivo en impresiones, interacciones y sobre todo en compartidos (+ 3000%)\* indica que la clave para el éxito en LinkedIn radica en la calidad del contenido.

La viralidad está en auge, de aquí la importancia de crear contenidos que resuenen y motiven a la audiencia a compartir.

### Media de compartidos por post en LinkedIn 2023 vs 2022

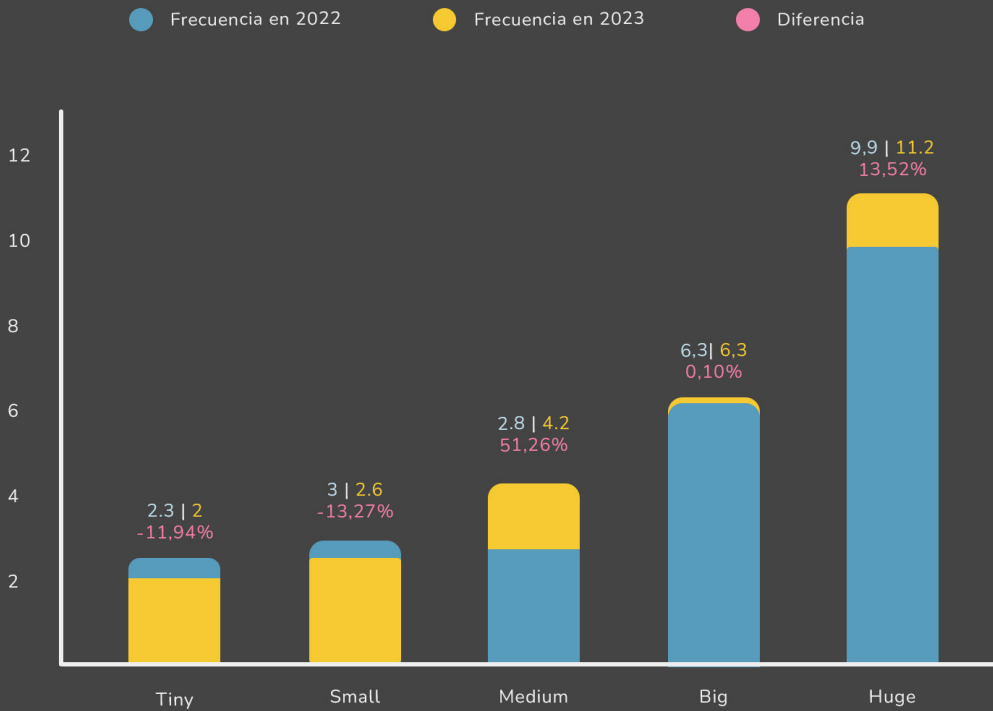
● Compartidos en 2022 ● Compartidos en 2023 ● Diferencia



## Frecuencia de publicación adaptada al tamaño de la cuenta

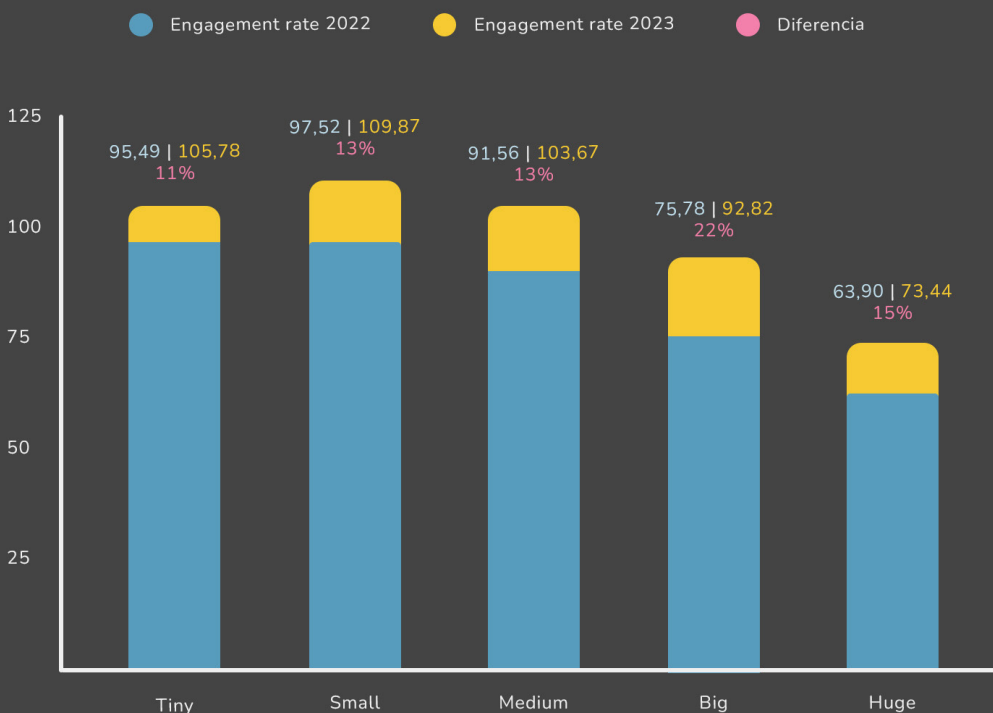
Las cuentas más pequeñas (Tiny y Small) destacan aunque son las que crean menos publicaciones, mientras que el resto aumenta la frecuencia de publicación.

### Frecuencia de publicación semanal en LinkedIn 2023 vs 2022



A pesar de este dato el engagement sigue siendo mayor en las cuentas más pequeñas, con un escalón a la baja en las cuentas huge.

### Evolución del Engagement Rate en LinkedIn 2023 vs 2022



## Mayor participación, subida en interacciones y engagement:

El aumento de más de 141% en interacciones y más del 12% en el índice de engagement indica una mayor participación de la audiencia.

Este incremento se atribuye a una mayor interacción por publicación y a que LinkedIn y su algoritmo puedan estar promoviendo la actividad.

## Tendencias en LinkedIn para 2024

De 2022 a 2023, vemos que LinkedIn es más eficiente: menos posts, pero más potentes y subida en engagement. Aunque compartir es la interacción estrella, señal de que la gente quiere ver contenidos que le importen.

Para 2024 parece que el menos es más, pero tiene que ser un contenido con mayor posibilidad de compartirse. La diversidad en tamaño de cuentas parece que se mantiene, así que todos tienen espacio en LinkedIn, que cada vez se basa más en contenidos e interacción que en recruiting.



# Pinterest

Vamos con una visión rápida de los cambios clave en Pinterest durante 2023 y las tendencias para el próximo año. Estos son los datos analizados.

En el caso de Pinterest son datos globales sin separación por tamaño de cuenta, ya que la plataforma a través de su API no aporta esta información.

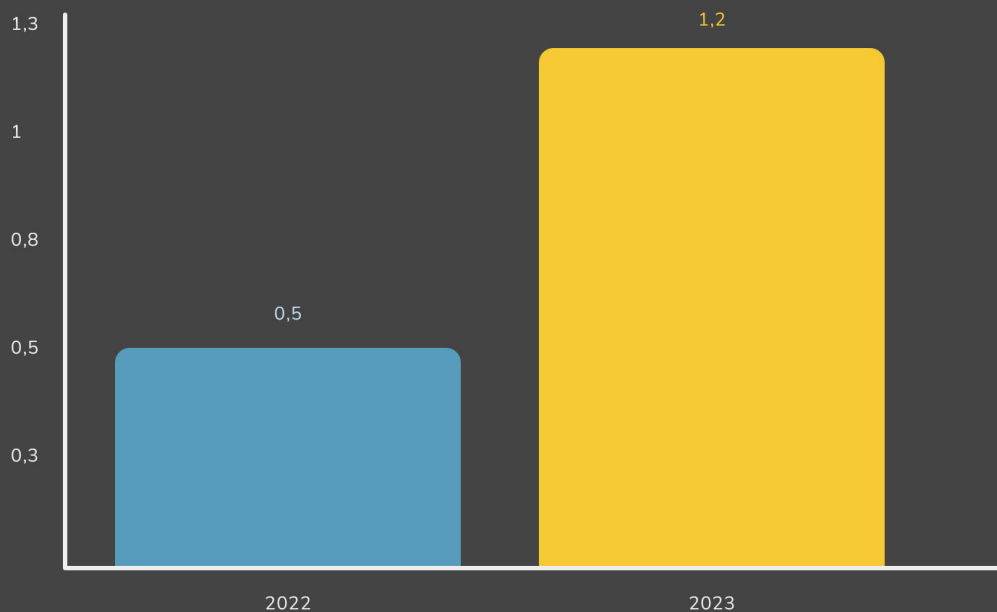
	2022	2023
<b>Cuentas</b>	3.641	10.747
<b>Pins</b>	77.900	279.713

## Pinterest sigue siendo la plataforma del descubrimiento

El engagement sube mucho en Pinterest. un 32%, y la interacción estrella que ha promovido esta subida son los clics a enlaces externos.

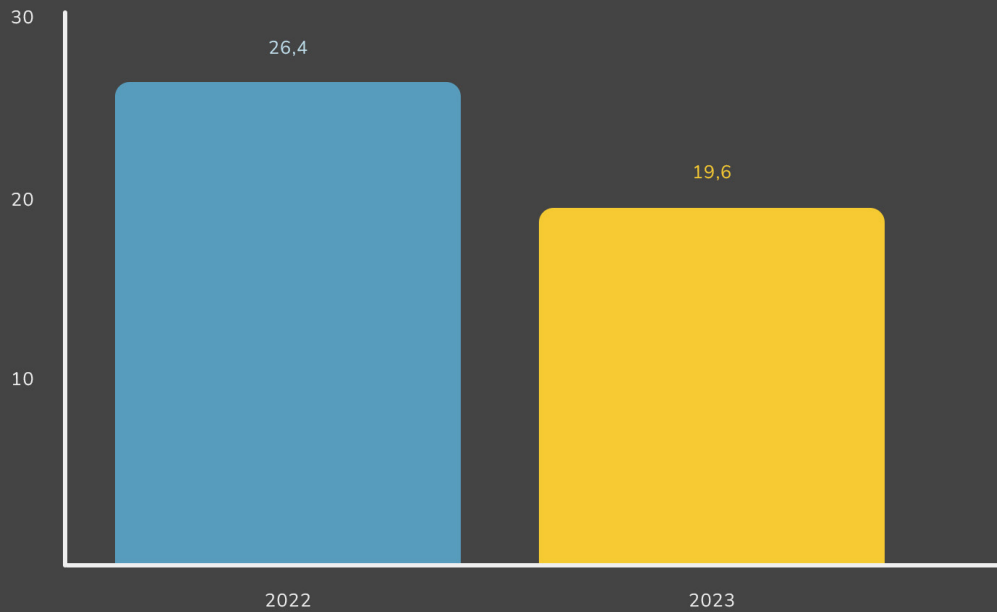
Por lo que reafirma la idea de que Pinterest además de ser la red social del descubrimiento, genera tráfico a tu web.

Media de clics en enlaces en Pinterest  
2023 vs 2022

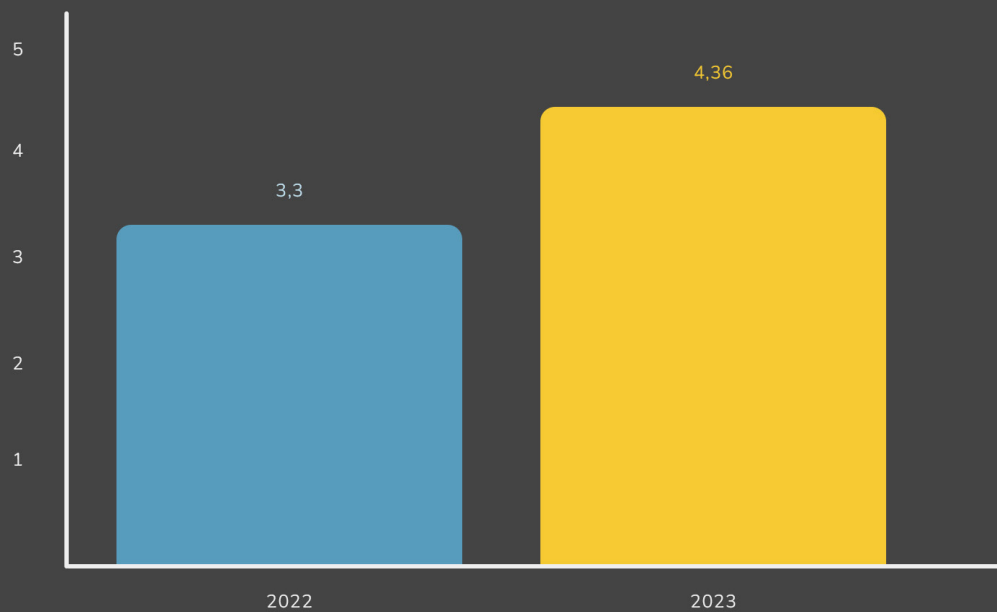




### Media de clics en pines en Pinterest 2023 vs 2022



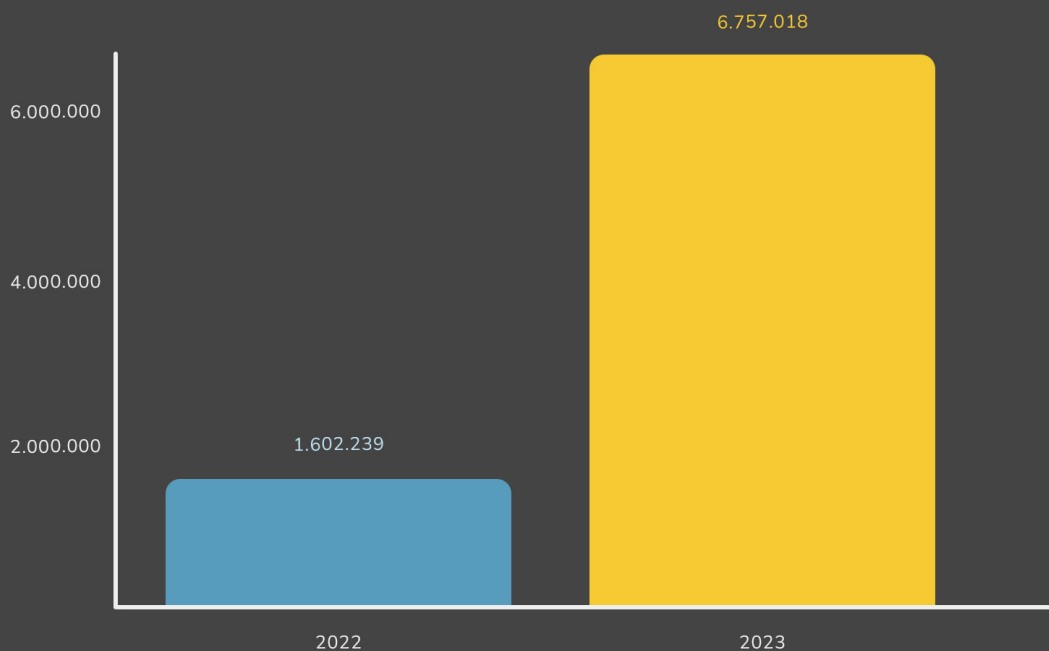
### Evolución del engagement rate en Pinterest 2023 vs 2022



## Donde la participación de los usuarios no para de crecer

Los usuarios no solo están viendo contenido, sino que la interacción con él ha crecido en más de un 17.4%, desde hacer clic en enlaces hasta guardar contenido. Esto subraya la importancia de estrategias centradas en el usuario y contenido que invite a la acción.

Evolución de interacciones en Pinterest  
2023 vs 2022



## Tendencias en Pinterest para 2024

Considerando los datos del estudio, anticipamos algunas tendencias y cambios clave para 2024.

Con el gran incremento de clics en los pins para ir a urls externas y las funciones de compra de la plataforma, Pinterest se consolidará como red social de compra directa. A las marcas les toca prepararse para crear pines llamativos que inviten a interactuar con ellos para finalizar las transacciones.

La calidad visual será un punto clave para destacar y llevarse el mayor número de interacciones y clics posibles.

# Twitch

Twitch ha experimentado cambios en 2023: destaca el crecimiento en la duración promedio de transmisiones, la explosión en la visualización de vídeos en las cuentas de mayor tamaño, y la bajada en la frecuencia de streams.

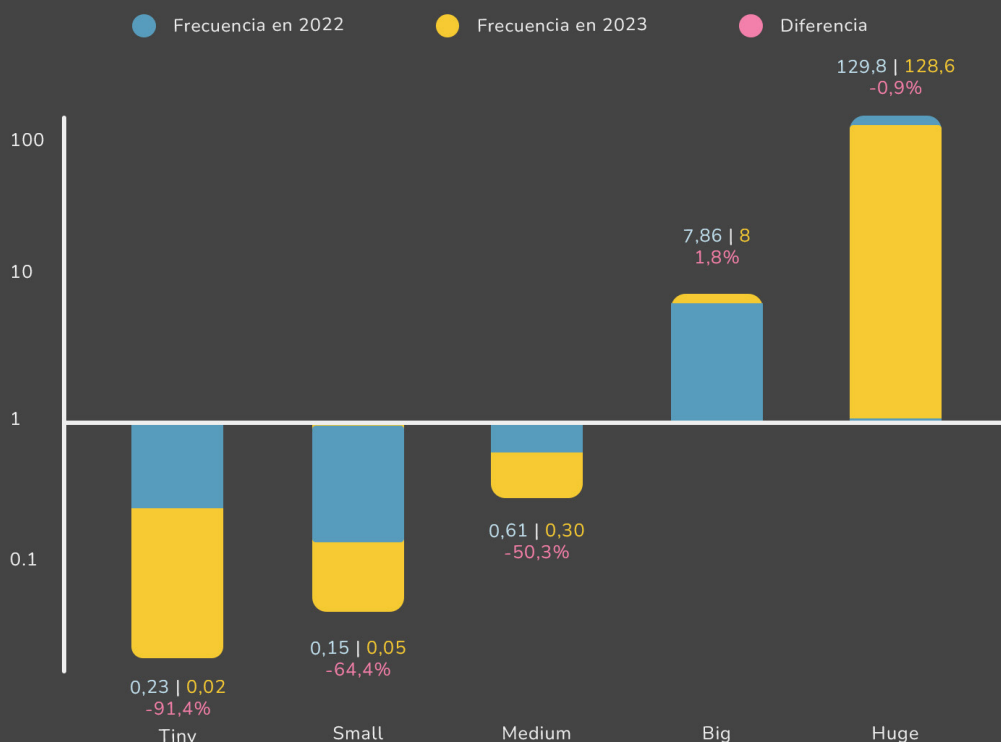
	2022	2023
<b>Cuentas</b>	1.107	2.143
<b>Clips</b>	67.257	89.663
<b>Streams</b>	11.662	22.487

## Cambios en la frecuencia de publicación

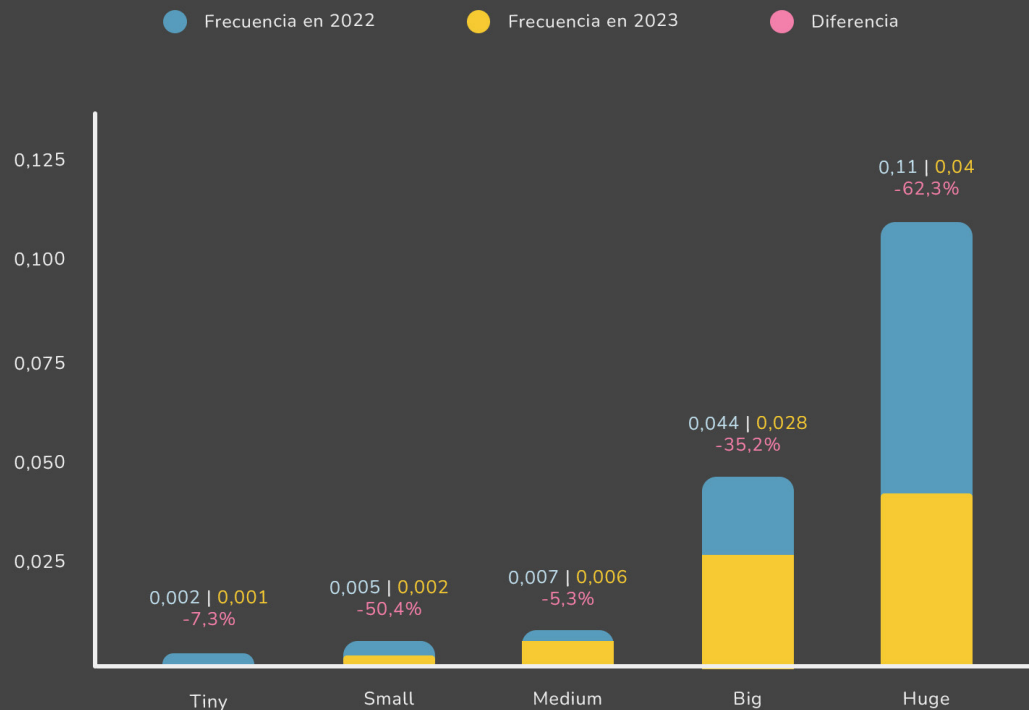
Las categorías «Tiny» y «Small» muestran disminuciones significativas en la frecuencia de publicación de streams semanales, excepto la categoría Big que tiene un ligero aumento. En cuanto a clips la disminución más pronunciada es para las cuentas “Small” y “Huge.”

Esto sugiere que hay cambios en la estrategia de contenido, con creadores enfocándose en la calidad sobre la cantidad.

### Frecuencia de streams semanales en Twitch 2023 vs 2022



## Frecuencia de publicación semanal de clips en Twitch 2023 vs 2022



## La duración de los vídeos aumenta

La duración promedio de las transmisiones en Twitch ha experimentado un crecimiento general de 2022 a 2023.

Lo que sugiere que los creadores de contenido están dedicando más tiempo a sus transmisiones.

<i>Duración media streams en minutos</i>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Diferencia</b>
<b>Tiny</b>	7.286,8	8.142	11,74%
<b>Small</b>	10.756,4	11.159,2	3,74%
<b>Medium</b>	10.244,8	11.880,8	15,97%
<b>Big</b>	11.050,2	11.285,6	2,13%
<b>Huge</b>	14.566,3	15.486,2	6,32%

## Las cuentas grandes se hacen con la victoria en views

Cuanto mayor es la cuenta mayor es el tiempo de duración, la frecuencia de publicación y las visualizaciones.

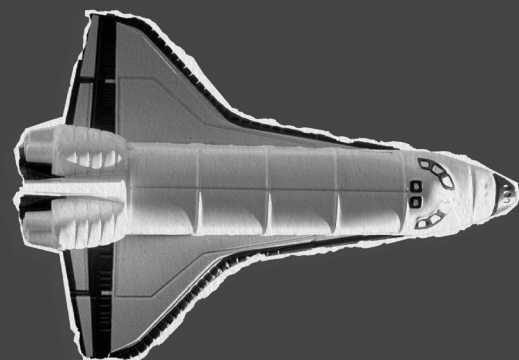
Son las cuentas Medium, Big y Huge las que han aumentado el número de visualizaciones pese a tener una frecuencia más baja que en 2023.

Visualizaciones medias	2022	2023	Diferencia
<b>Tiny</b>	646	96,6	-85,05%
<b>Small</b>	142,1	113,4	-20,19%
<b>Medium</b>	395,4	413,6	4,59%
<b>Big</b>	1.617,8	4.081,5	152,28%
<b>Huge</b>	18.914	40.242,2	112,76%

## Qué tendencias se prevén para 2024 en Twitch

Calidad vs cantidad.

Twitch está madurando como plataforma de streaming y si parece clara una premisa en base a los datos analizados es que los streamers deben ofrecer contenido de calidad enfocado a su audiencia en lugar de cantidad.



# Instagram

En 2023 la adopción de Reels en la plataforma es un hecho, el aumento de la frecuencia de publicación lo corrobora. Sin embargo, se observa una disminución en el alcance promedio, reproducciones y participación, lo que marca un cambio en la dinámica de la plataforma.

	2022	2023
<b>Cuentas</b>	167.952	297.147
<b>Posts</b>	1.637.607	2.486.041
<b>Reels</b>	656.044	1.373.460
<b>Stories</b>	5.137.036	5.196.965

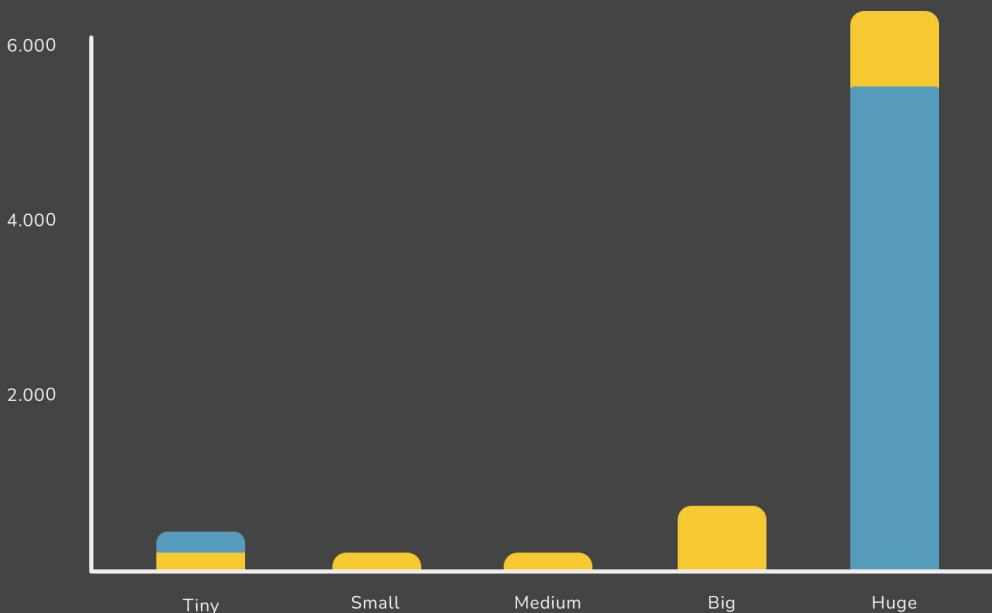
## Las Stories están de enhorabuena: aumentan alcance e impresiones

Sobre todo en las cuentas "Tiny" y "Huge". El formato stories es el que tiene la frecuencia de publicación más alta en relación con los post y reels.

Un formato en auge para las cuentas más pequeñas.

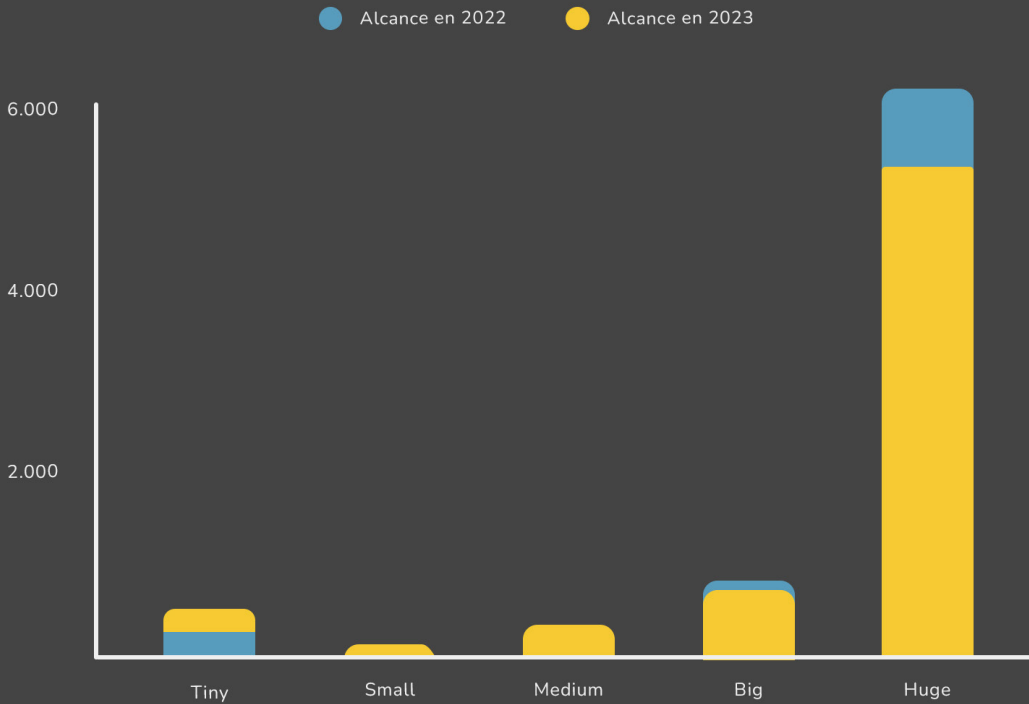
### Impresiones medias Stories Instagram 2023 vs 2022

● Impresiones 2022 ● Impresiones 2023





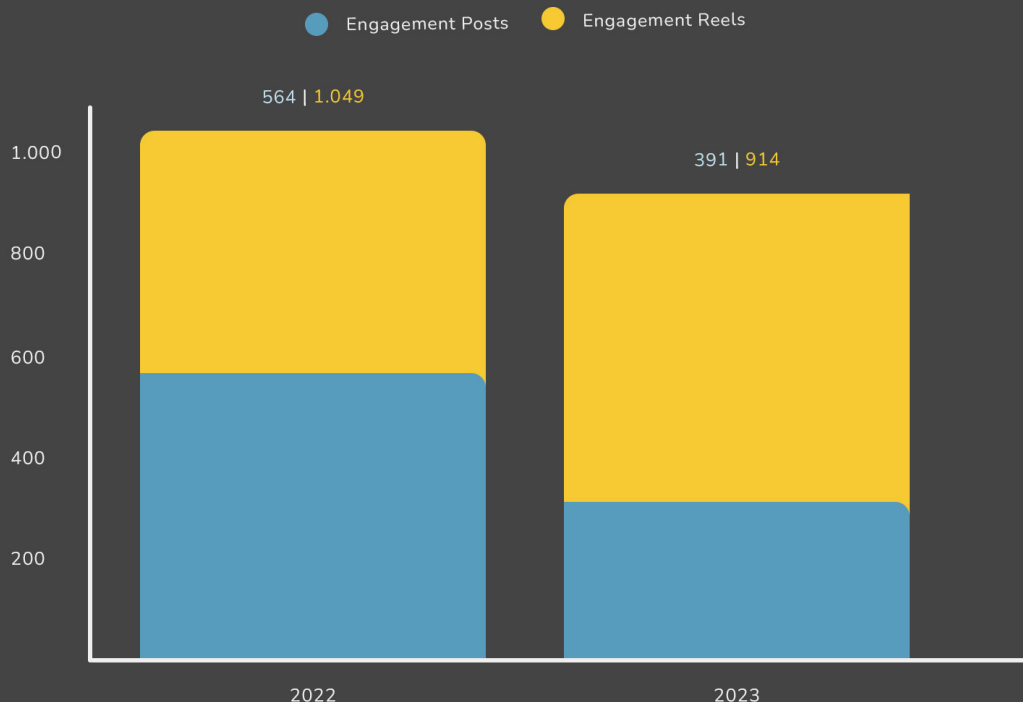
### Alcance medio Stories Instagram 2023 vs 2022



## La frecuencia de publicación tiene una correlación directa con las interacciones

La frecuencia de publicación de los post ha bajado considerablemente, subiendo la frecuencia de publicación de reels en todas las cuentas menos en el tamaño Tiny. Esta bajada se aprecia también en el número de interacciones que reciben los post y los reels.

### Evolución interacciones en Instagram 2023 vs 2022



## #AYearInMetrics

Las interacciones han bajado en post. Mientras que en reels las cuentas más grandes, que también han aumentado la frecuencia de publicación se han visto beneficiadas, sobre todo las "huge" que obtienen un 18.26% más en comparación a 2022.

<i>Frecuencia de publicación semanal de Posts en Instagram</i>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Diferencia</b>
<b>Tiny</b>	4,7	2,1	-56,6%
<b>Small</b>	3,4	2,2	-35,7%
<b>Medium</b>	12,6	3,3	-73,9%
<b>Big</b>	8,6	6	-31%
<b>Huge</b>	82,3	19,6	-76,2%

<i>Frecuencia de publicación semanal de Reels en Instagram</i>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Diferencia</b>
<b>Tiny</b>	0,9	0,8	-14,5%
<b>Small</b>	0,6	0,8	40,8%
<b>Medium</b>	0,8	1,1	39,6%
<b>Big</b>	1,3	1,8	37,6%
<b>Huge</b>	3	4,1	35,1%

## Tendencias 2024 Instagram

Stories y reels se posicionan como los formatos con mayor proyección para 2024.

Este patrón sugiere que hay un desafío para retener la atención y el compromiso de la audiencia con el formato reels, sobre todo para cuentas de tamaños más pequeños y medianos.

Por tanto el formato story podría convertirse en aliado de las estrategias en Instagram para las cuentas de tamaños específicos para retener la comunidad.

Instagram tiene muchas más claves: formatos como vídeos y carruseles que vemos en detalle en el estudio de Instagram 2023. Esto son solo algunos titulares, te invitamos a que veas todos los detalles [haciendo clic aquí.](#)



# TikTok

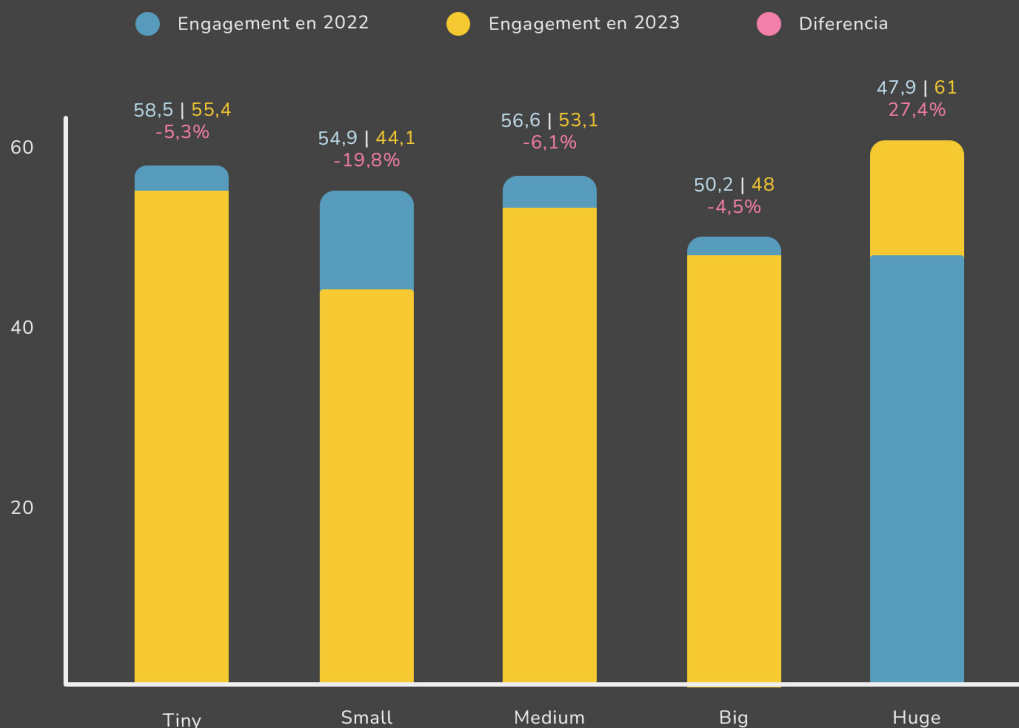
Analizamos de forma general cómo ha evolucionado TikTok en 2023 en base a visualizaciones, interacciones y engagement.

	2022	2023
Cuentas	14.206	66.567
Publicaciones	171.213	810.703

## Soplan vientos favorables para las cuentas más grandes

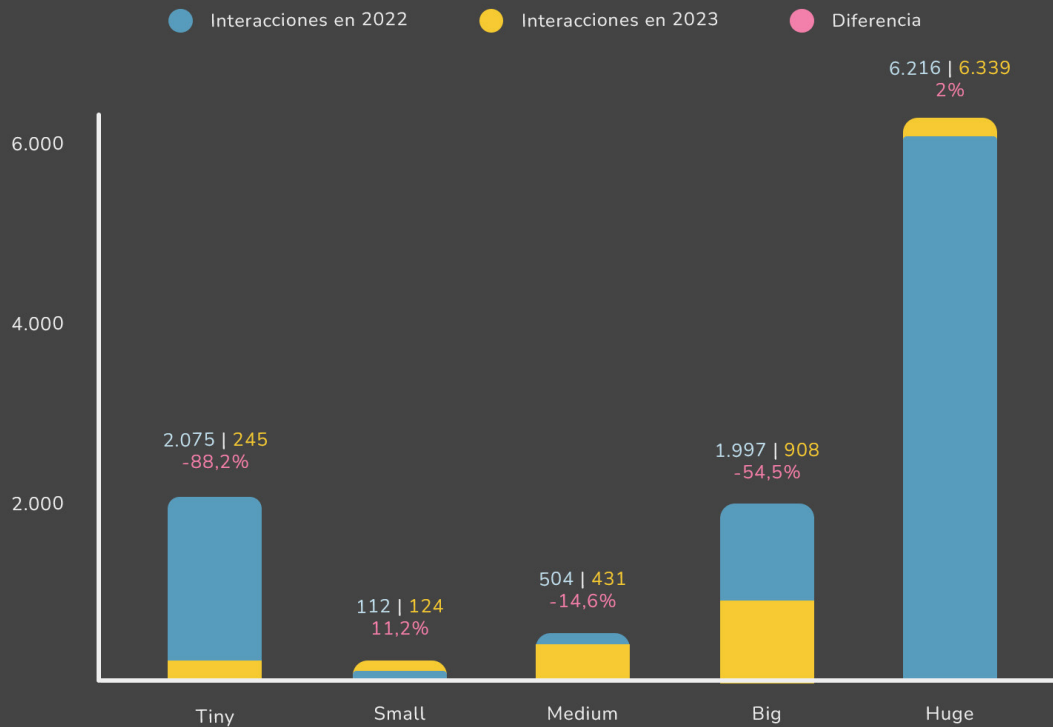
Si por algo se ha caracterizado TikTok era por lo sencillo que era crecer aunque acabarás de empezar en la red social.

### Evolución Engagement Rate en TikTok 2023 vs 2022



Aunque vemos que las cuentas Tiny siguen teniendo buen engagement, si alguien sale favorecido son las cuentas "huge" que suben tanto en engagement como en interacciones.

## Interacciones medias en TikTok 2023 vs 2022



## Vídeos más largos en la red del micro vídeo por excelencia

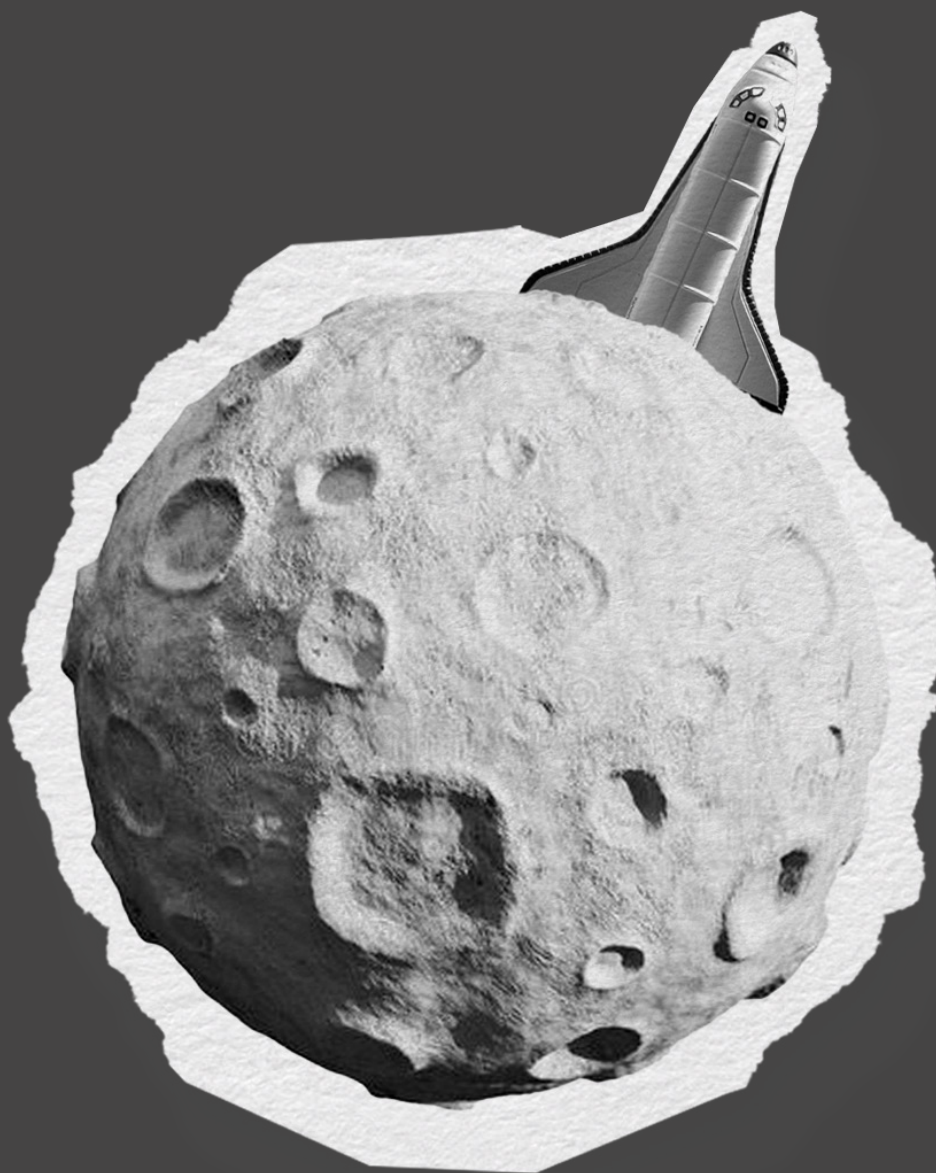
Baja la frecuencia de publicación, excepto en las cuentas Big, y aumenta la duración media de los vídeos, siendo la media de 55 segundos. Menos vídeos pero más largos.

<i>Frecuencia de publicación semanal TikTok</i>	2022	2023	Diferencia
<b>Tiny</b>	2,7	2,1	-20,8%
<b>Small</b>	3,4	2,9	-14,5%
<b>Medium</b>	3,9	3,4	-13,8%
<b>Big</b>	4,5	4,8	7,6%
<b>Huge</b>	7	6	-9,9%

## Tendencias en TikTok para 2024

Con la disminución de interacciones y las vistas promedio en varios tamaños de cuentas, la conclusión podría sugerir una saturación del contenido en la plataforma, lo que significa que los creadores y marcas deben centrarse en estrategias más efectivas para mantener el compromiso de la audiencia.

Para ver datos en detalle y diferencias entre cuentas personales y business puede ver [el estudio completo de Tiktok 2023 aquí.](#)





# Google Business Profile

Google Business Profile se consolida como el canal para potenciar negocios locales. Además de facilitar la inserción de negocios en las búsquedas de Google, también actúa como red social en la parte de publicaciones.

	2022	2023
Cuentas	83.319	86.626

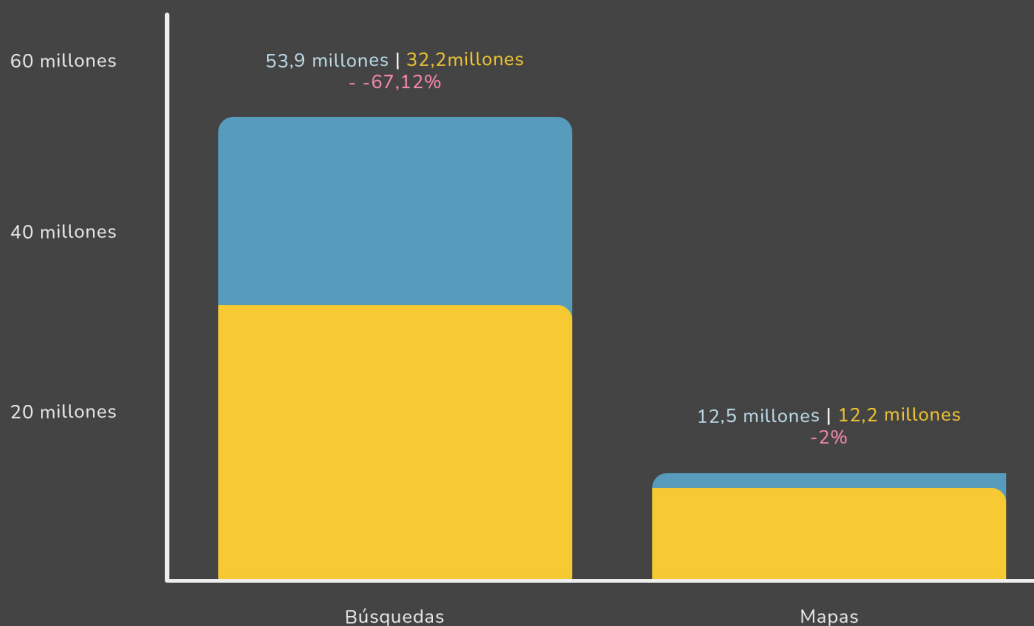
Vamos a ver cómo ha evolucionado GBP en 2023:

## Se reducen las impresiones en las búsquedas desde el móvil y el ordenador

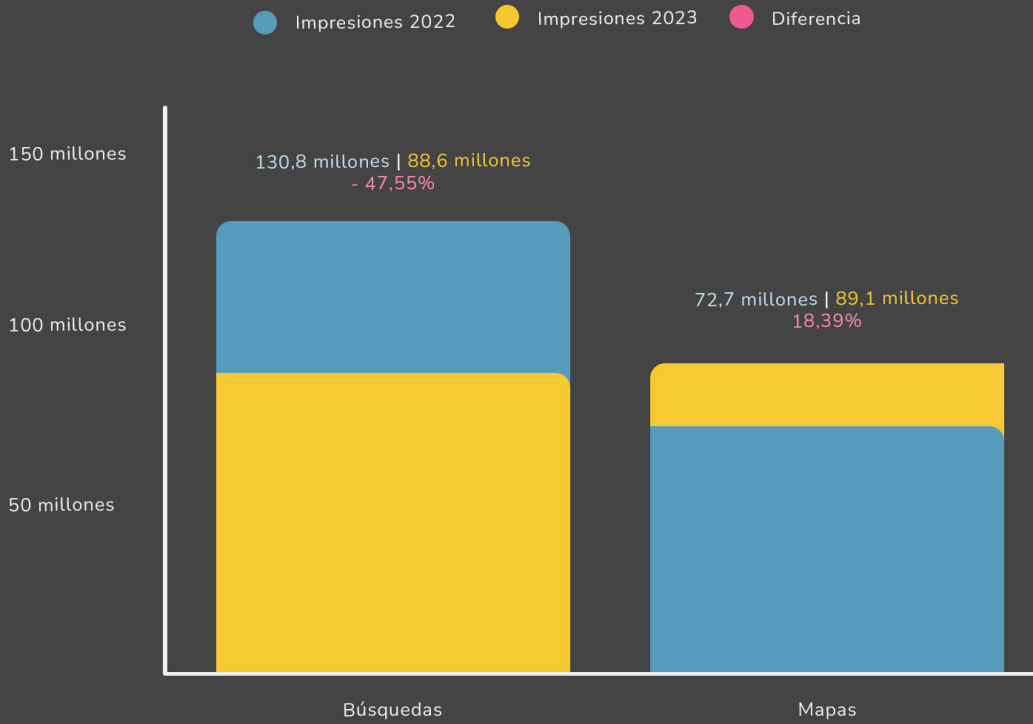
Pero hay una subida del 22.53% en las impresiones desde el móvil en Google Maps. Este dato puede mostrar un cambio en el comportamiento de los usuarios respecto a las búsquedas.

### Impresiones desktop Google Business Profile 2023 vs 2022

● Impresiones 2022 ● Impresiones 2023 ● Diferencia



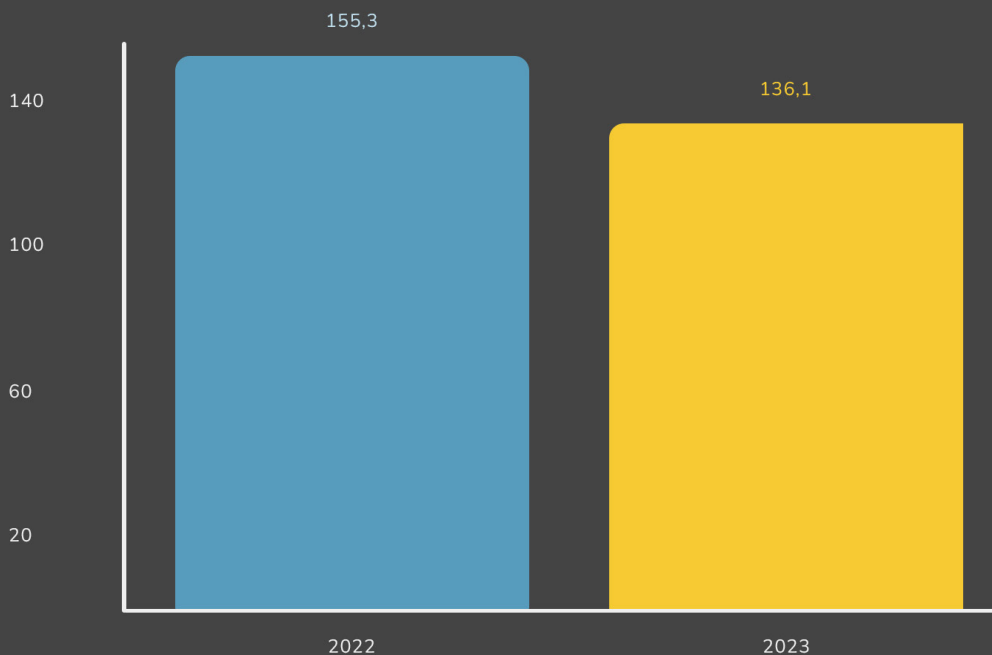
## Impresiones móviles Google Business Profile 2023 vs 2022



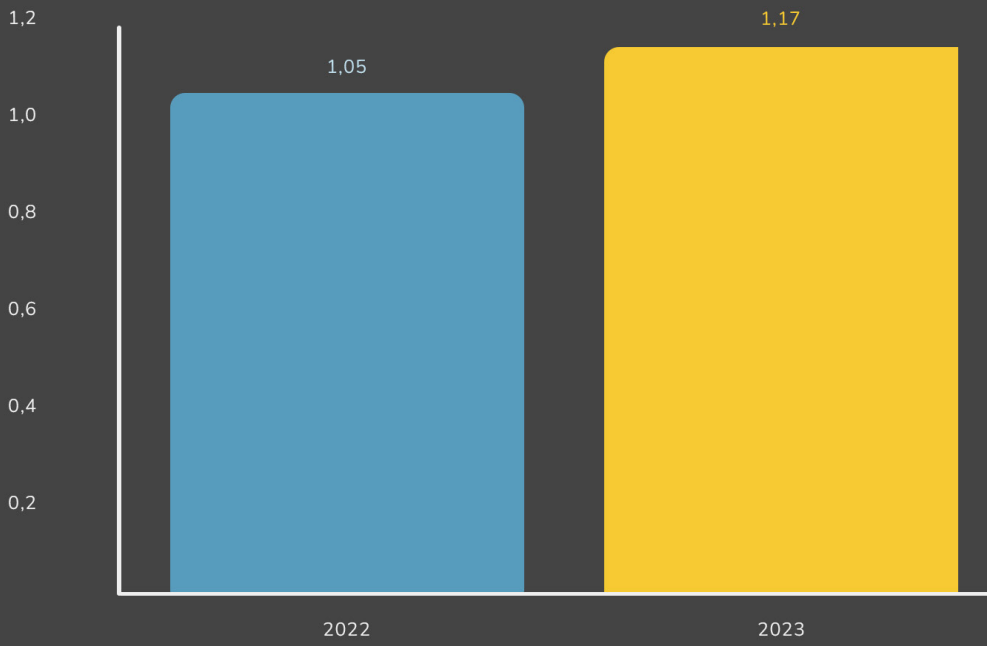
## Disminuyen los clics al sitio web y aumentan las reservas

El usuario usa GBP en el entorno de mapas, por tanto los clics de pedir dirección y reservar son los que suben en porcentaje, mientras el resto experimenta una bajada.

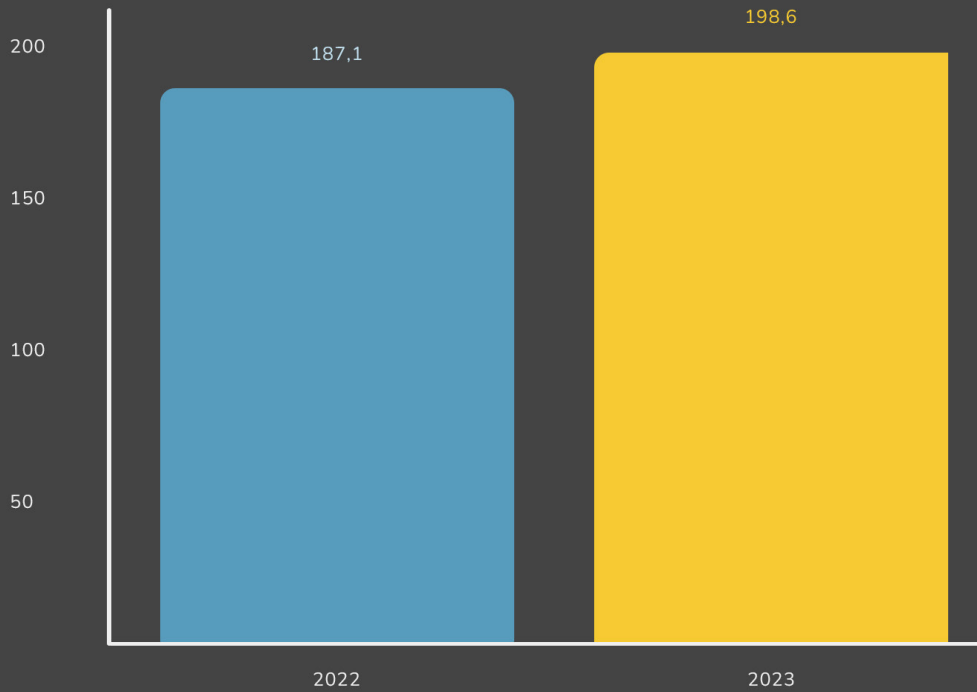
## Clics en sitio web en Google Business Profile 2023 vs 2022



### Clics en reservas en Google Business Profile 2023 vs 2022



### Clics en direcciones en Google Business Profile 2023 vs 2022



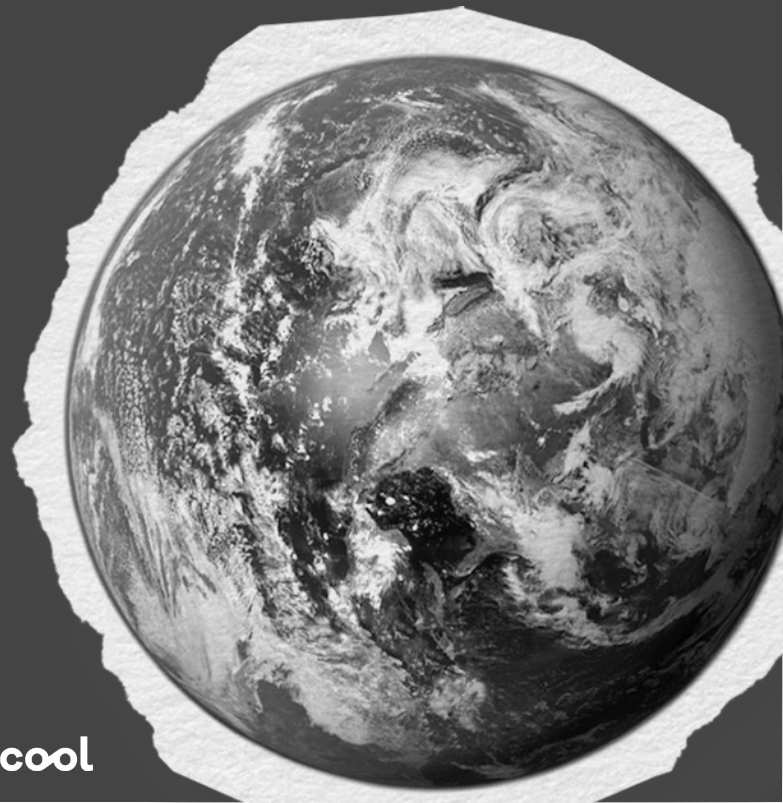
## Y aumentan las publicaciones destacando el formato vídeo

Las publicaciones en el perfil de empresa de Google permiten acaparar más sitio en los resultados de Google. Las marcas han incrementado estas publicaciones para llamar la atención de los navegantes.

	2022	2023
Fotos	262.630	339.412
Vídeos	7.551	14.129
Posts	107.588	184.993

## Tendencias 2024 Google Business Profile

Google Business Profile se consolida como la plataforma para conseguir más acciones directas dentro del buscador. Los usuarios cada vez usan estos perfiles para realizar acciones inmediatas sin salir de Google como reservar o pedir indicaciones para llegar al sitio.



# YouTube

El estudio de YouTube analiza todos los vídeos en conjunto (tanto shorts como vídeos regulares). Los shorts se lanzaron en 2020 por lo que no interfiere en los datos obtenidos de 2022 y 2023.

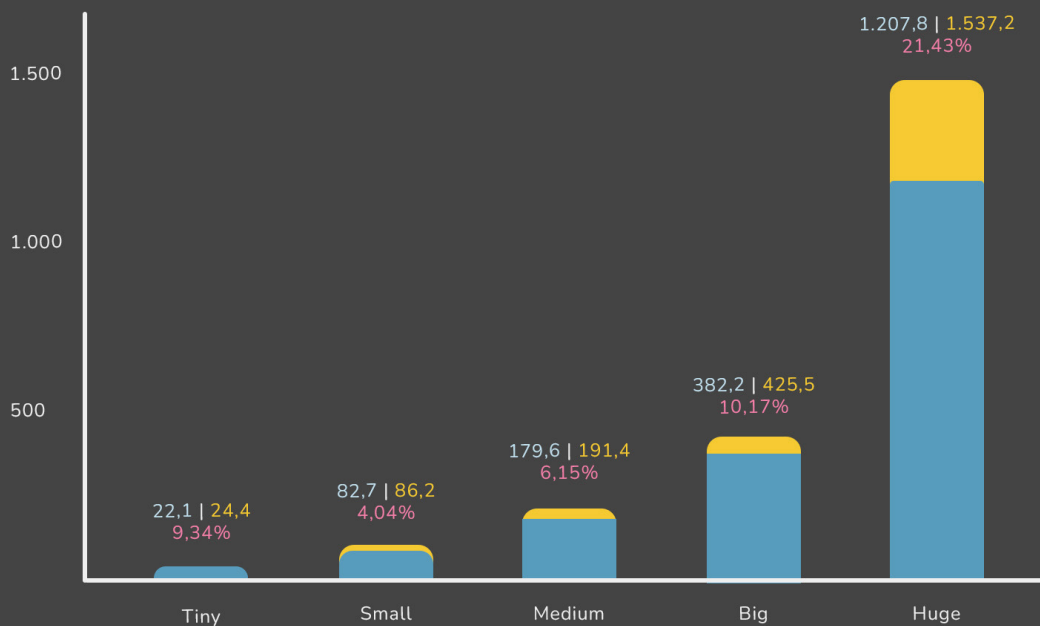
## A mayor tamaño de canal de Youtube mayor frecuencia de publicación

La frecuencia de publicación ha crecido en todos los canales, sin importar su tamaño, eso sí la mayor subida se ve en las cuentas Huge. El aumento de producción de contenido ha crecido más de un 27% en relación a 2023.

¿Influye la frecuencia de publicación en el número de seguidores? No podemos afirmarlo al 100% pero es un dato a tener en cuenta.

### Frecuencia de publicación mensual en YouTube vídeos + shorts 2023 vs 2022

● Frecuencia en 2022 ● Frecuencia en 2023 ● Diferencia



Las cuentas Huge publican de media a la semana 219 vídeos (shorts y vídeos) en contraposición a las cuentas Tiny que su media es de 3.49 vídeos semanales.

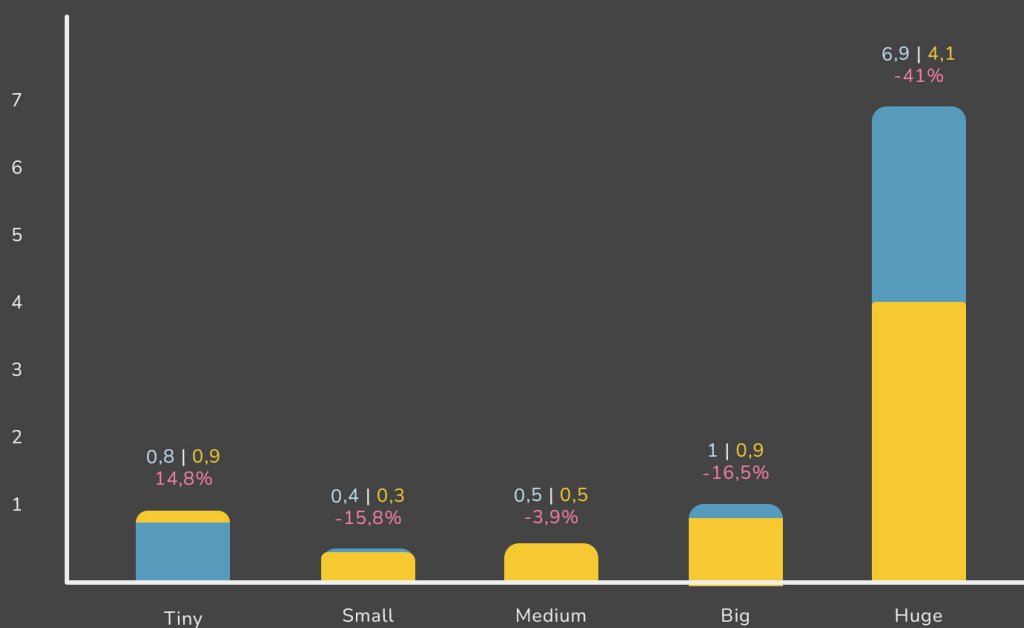
Frecuencia de publicación semanal en YouTube	2022	2023	Diferencia
Tiny	3,16	3,49	10,31%
Small	11,82	12,31	4,21%
Medium	25,66	27,34	6,55%
Big	54,6	60,78	11,33%
Huge	172,54	219,61	27,27%

## Disminución en la Interacción Promedio por Vídeo:

A pesar del aumento en la producción de contenido, los canales de todos los tamaños han experimentado una disminución en la interacción promedio por vídeo (excepto las cuentas Tiny). Esto sugiere que, aunque están publicando más vídeos, pueden enfrentar desafíos en la retención de la atención y la participación de la audiencia.

### Interacciones medias por vídeo en Youtube 2023 vs 2022

● Interacciones en 2022 ● Interacciones en 2023 ● Diferencia



## Crecimiento en las Impresiones por Vídeo en Canales Enormes:

Los canales de tamaño Huge tienen un impresionante aumento del 69.46% en las impresiones por vídeo. Este crecimiento sugiere una mayor visibilidad y alcance para los vídeos publicados en canales de gran tamaño. Es probable que estos canales estén utilizando estrategias efectivas de promoción y distribución de contenido para llegar a audiencias más amplias.

<i>Media de impresiones por vídeo</i>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Diferencia</b>
<b>Tiny</b>	0,93	0,81	-12,90%
<b>Small</b>	0,32	0,38	18,75%
<b>Medium</b>	0,50	0,52	4%
<b>Big</b>	0,86	1,03	19,77%
<b>Huge</b>	4,06	6,90	69,46%

## Tendencias YouTube 2024

Se espera que la tendencia para 2024 esté marcada por un enfoque aún mayor en la calidad y la promoción del contenido para aumentar la interacción y la participación de la audiencia.

Los creadores de contenido, especialmente en canales pequeños, pueden beneficiarse al enfocarse en estrategias específicas para mejorar la retención de la audiencia.

Además, el crecimiento significativo en las impresiones por vídeo en canales de tamaño Huge, destaca la importancia de las estrategias de marketing digital avanzadas, como la optimización SEO, colaboraciones y publicidad en la plataforma, para maximizar la visibilidad.

# Metodología del estudio de redes sociales

La recogida de datos se efectuó durante un periodo de 30 días: el mes de septiembre de 2023 en comparativa al mismo periodo de 2022.

La procedencia de las cuentas y contenidos es de más de 120 países por lo que los resultados son globales y no localizados por idioma o área geográfica. Todas las cuentas son business, de creador o negocio por lo que el estudio y conclusiones se centran en el uso de redes profesional.

Las cuentas y contenido analizados varia por red social. En cada apartado se adjuntan los datos específicos de la muestra.

Como en todos los estudios de Metricool separamos por tamaño de cuenta las redes sociales que permiten acceder al dato de seguidores/followers, como excepción tenemos Pinterest.

Para acceder a todas las métricas y gráficas [descárgate el panel de Looker Studio.](#)

## Conclusión general sobre las tendencias en redes sociales para 2024

### Algoritmos más precisos

La saturación del contenido en redes es evidente, con descensos en interacciones y alcance. Sin embargo el engagement sube.

Estos datos indican que los algoritmos ,sobre todo en las grandes redes (TikTok, Instagram y Facebook, son más precisos. Al existir más contenido tienen que hacer un trabajo más eficiente.

Por tanto muestran el contenido a las personas más afines con él, por lo que los algoritmos están haciendo bien su trabajo, de aquí que el engagement suba pero baje el alcance y las interacciones.



## Calidad vs cantidad

La tendencia general apunta a un enfoque en la calidad del contenido en lugar de la cantidad, especialmente en Twitch y LinkedIn.

## Formatos de vídeo en auge

Stories, Reels y transmisiones en vivo se posicionan como formatos con proyección para 2024, con énfasis en la creación de contenido visual atractivo.

## Adaptación a algoritmos y cambios de plataforma

La adaptación a cambios en algoritmos y preferencias de la audiencia se vuelve crucial para mantener el compromiso en todas las plataformas.

## Mayor participación en cuentas más pequeñas: la autenticidad se premia

Aunque hay un aumento general en la frecuencia de publicación en cuentas más grandes, la participación a menudo es más alta en cuentas más pequeñas, destacando la importancia de la autenticidad y la conexión.

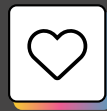


### ¡Ahora te toca a ti!

Aplica estos aprendizajes en tu estrategia y mide si está funcionando con Metricool.

[Crea tu cuenta gratis en metricool.com](https://metricool.com)

#AYearInMetrics



**metricool**