

Informe de redes sociales: Qué plataformas dominan en LATAM

En Latinoamérica, las redes sociales han pasado de ser una herramienta de entretenimiento a un canal clave en estrategias de negocios. Informes como los de Hootsuite y DataReportal muestran cuáles son las plataformas dominantes en nuestra región.

En este artículo repasamos esas tendencias con claridad y proponemos cómo los profesionales y empresas pueden aprovecharlas de inmediato.

Hallazgos principales

- Según un resumen publicado por **RelevantMKT**, las plataformas más usadas en Latinoamérica son **WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok y YouTube**.
- En México, Facebook alcanzó un **53.9 % de preferencia**, TikTok un **27.6 %** entre jóvenes, e Instagram un **20.7 %**.
- A nivel global, Facebook lidera con más de **3 000 millones de usuarios activos mensuales**, seguido por YouTube (~2 500 M), WhatsApp (2 000 M), Instagram (2 000 M) y TikTok (1 051 M).
- Las tasas promedio de engagement por publicación en redes sociales están entre **1.4 % y 2.8 %**, según Hootsuite.

Análisis aplicado a LATAM

1. WhatsApp como canal dominante de comunicación

En una región donde WhatsApp es masivo y cotidiano,

incorporarlo en atención al cliente, ventas y notificaciones automatizadas fortalece tu canal relacional.

2. TikTok y Reels liderando descubrimiento

Más del 20 % de jóvenes prefieren TikTok o Instagram como fuente principal de contenido, lo que implica que formatos verticales pueden traer visibilidad rápida.

3. Facebook y YouTube como pilar de alcance

Con amplias audiencias, siguen siendo esenciales para campañas robustas, especialmente para contenidos extensos, videos educativos o lanzamientos.

4. Engagement realista

Con engagement promedio entre 1.4–2.8 %, enfocar esfuerzos en contenido de valor supera cantidad de interacciones superficiales.

Acciones prácticas

1. Implementa WhatsApp Business con automatización y etiquetas para atención eficiente.
2. Crea contenido vertical corto (Reels y TikTok) para captar usuarios jóvenes.
3. Usa YouTube + Facebook para contenido profundo o tutoriales de producto.
4. Mide engagement en cada canal y ajusta formatos según resultados (comentarios, mensajes directos, shares).

FAQ

▪ ¿Cuál red priorizar si tengo pocos recursos?

WhatsApp es clave, luego TikTok/Instagram dependiendo del público. YouTube/Facebook dan profundidad a largo plazo.

- **¿3 % de engagement es muy ambicioso?**

Sí. Si llegas al promedio (1.5 %-2 %) ya estás dentro del rango saludable.

- **¿Puedo usar todas las plataformas?**

Sí, pero prioriza según tu audiencia. En mercados pequeños, mejor presencia bien planificada que difusa.

Puntos clave

- Las redes más usadas en LATAM: WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube.
- Engagement promedio: entre 1.4 % y 2.8 %.
- TikTok e Instagram lideran entre audiencia joven; Facebook y YouTube siguen siendo pilares.

Conclusión

Una estrategia efectiva en Latinoamérica debe combinar **WhatsApp para relación directa, contenido vertical para descubrimiento y plataformas consolidadas para contenido profundo**. La clave estará en medir, optimizar y priorizar según tu audiencia.

Fuentes

- RelevantMKT. (2025). *Ranking de redes sociales más utilizadas en Latinoamérica*. <https://relevantmkt.com/mejores-redes-sociales/>
- Merca20. (2024, December 18). *Tendencias en redes sociales 2025: Lo que viene para México y LATAM*. <https://www.merca20.com/tendencias-en-redes-sociales-2025-lo-que-viene-para-mexico-y-latam/>
- Tridens Technology. (2025). *Estadísticas de los medios sociales – Usuarios e ingresos*. <https://tridentstechnology.com/es/estadisticas-de-las-red>

[es-sociales/](#)

- Hootsuite. (2025). *60 social media statistics marketers need to know in 2025.*
<https://blog.hootsuite.com/social-media-statistics/>