

Tendencias de redes sociales: Visión global versus LATAM

Las redes sociales siguen evolucionando de forma acelerada en todo el mundo. En 2025, más de **5.24 mil millones de identidades activas** utilizan redes sociales globalmente, lo que representa más del **63 % de la población mundial**. A su vez, el usuario promedio usa **6.8 plataformas diferentes al mes**.

En este artículo, analizamos estas tendencias globales —plataformas más usadas, tiempo promedio de uso, razones de uso— y traducimos su significado para Latinoamérica, donde los comportamientos de adopción y engagement tienen matices clave para aprovechar desde tu estrategia de contenido o marca.

Hallazgos globales con análisis

1. Economía de escala: 5.24 mil millones de identidades sociales

El informe de We Are Social / DataReportal destaca que hay 5.24 mil millones de identidades activas en redes (una persona puede tener más de una). El uso aumentó un 4.1 % en el último año—equivalente a unos 206 millones de nuevas cuentas conectadas.

Interpretación global: La expansión digital sigue imparable.

Implicaciones para LATAM: Si bien la adopción global es alta, muchas regiones aún tienen espacio para crecer en cobertura y sofisticación. Deberías utilizar redes como WhatsApp o Instagram como anclas digitales, pero avanzar hacia nuevos canales donde haya menos saturación.

2. El usuario promedio usa casi 7 redes mensuales

Según Sprout Social, una persona promedio utiliza **6.83 redes sociales diferentes al mes**. Este uso multicanal implica que

las audiencias están más diversificadas, pero eso también permite estrategias más segmentadas y profundas.

Aplicación regional: No basta con presencias dispersas. Para LATAM, puede ser efectiva una estrategia centrada en dos o tres redes que mejor resuenen con tu audiencia local, pero complementadas con otras en etapas puntuales de campaña.

3. Tiempo de uso medio: 2 horas y 20 minutos diarios

Globalmente, el tiempo promedio de uso en redes sociales sigue siendo alto: aproximadamente **2 h 20 min al día**. Aunque en algunas zonas ese tiempo se ha estabilizado o reducido ligeramente, sigue siendo un canal poderoso para engagement diario.

Interpretación para negocios pequeños/regionales: Si capitalizas bien esos minutos diarios, puedes generar conexiones significativas a través de contenido útil, formatos nativos y consistencia en publicación.

4. Mayor uso de la escucha social y contenidos creativos

Según Hootsuite, **62 % de los social marketers utilizan herramientas de social listening**, y el contenido está cambiando: más audaz, disruptivo y con voz flexible de marca. Además, el 83 % de los marketers indica que **la IA les ayuda a crear mucha más cantidad de contenido**.

Guía para LATAM: Escuchar a tu audiencia en redes es la base para resonar con cultura local. Y, si la creación de contenido es una barrera, la IA puede ayudarte a generar ideas, captions y formatos optimizados.

Acciones recomendadas

1. Define un **core de 2-3 plataformas** clave para tu

audiencia (ej.: WhatsApp + Instagram) y sé consistente ahí.

2. Aplica **escucha activa** con herramientas básicas (hashtags, menciones) para ajustar contenido.
3. Usa la IA para automatizar la generación de captions, headlines o primeras versiones de contenido, ahorrando tiempo.
4. Evalúa los **momentos de uso diario** en tu región: ¿mañana, tarde, noche? Luego publica cuando hay más usuarios activos.
5. Enfócate en narrativa flexible—permite que tu voz evolucione según contexto, eventos o tendencias locales.

Preguntas frecuentes

¿Usar muchas redes es mejor?

No necesariamente. Es más eficaz dominar algunos canales bien que intentar estar en todos con poca fuerza.

¿La gente en LATAM también usa casi 7 redes mensuales?

Sí, aunque varía por país. Lo importante es gravitar donde tu audiencia está activa y el contenido tiene más resuena.

¿Debo invertir en herramientas de escucha para microempresas?

Sí. Incluso una versión básica de monitoreo (como alertas de menciones) mejora la percepción de proximidad y la capacidad de respuesta.

Puntos clave

- 63,9 % de la población mundial tiene identidad social; uso está creciendo.
- Usuarios navegan en una media de casi 7 plataformas mensuales.
- Dedicar +2 h cada día a redes.
- Escucha social y creación asistida por IA son palancas clave.

Conclusión

Las redes sociales siguen siendo el terreno fértil para construir comunidad, narrar marcas y descubrir nuevas oportunidades. La clave está en escucharlas, activarlas con intención—no sólo con volumen—y evolucionar con creatividad, datos y contexto local.

Fuentes

- We Are Social & DataReportal. (2025). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Sprout Social. (2025). *80+ Must-Know Social Media Marketing Statistics for 2025*. <https://sproutsocial.com/insights/social-media-statistics/>
- Hootsuite. (2025). *The top Social Media Trends for 2025*. <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- Hootsuite. (2025). *60 social media statistics marketers need to know in 2025*. <https://blog.hootsuite.com/social-media-statistics/>