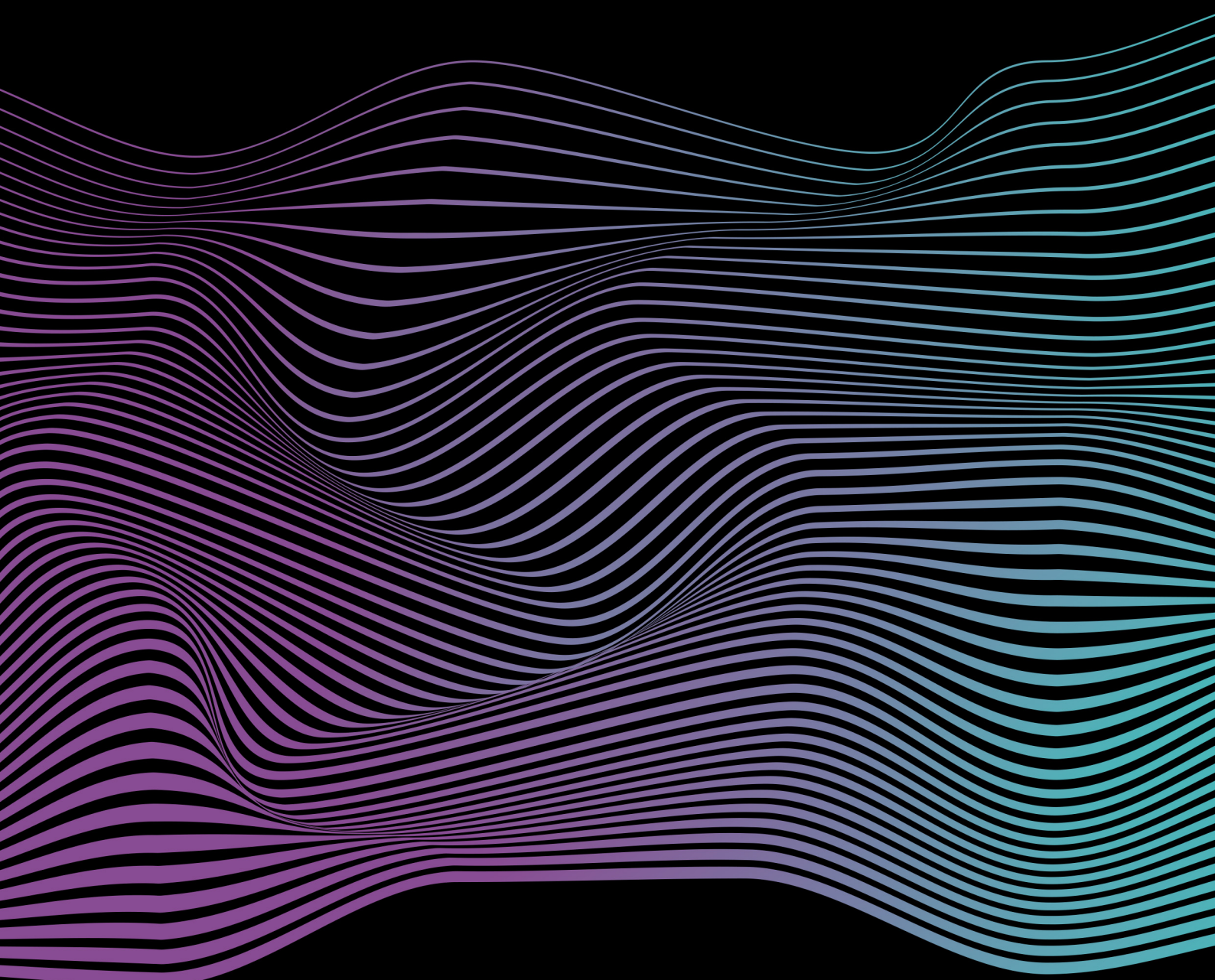


# Las Redes **SOCIALES** PARA QUÉ SE UTILIZAN ?



# Las Redes **SOCIALES** PARA QUÉ SE UTILIZAN?



## ¿Qué está pasando hoy?

En 2026 ya no gana quien más publica, sino quien publica con más criterio. TikTok lidera el tiempo de uso, con 95 minutos diarios en promedio, y ya funciona como plataforma de comercio social. YouTube crece de la mano del video largo, e Instagram avanza hacia un ecosistema de IA que arma campañas enteras. Facebook se sostiene gracias a comunidades hiperlocales y grupos, y LinkedIn gana peso con video corto y venta social B2B. En paralelo crece la desconfianza por el contenido generado con IA sin aclararlo, y los usuarios piden cada vez más control sobre lo que ven en su feed.



### FACEBOOK

*Comunidad, alcance masivo y todas las generaciones*

#### PARA QUÉ SIRVE

Sigue siendo la red con mayor base de usuarios adultos. Sirve para construir comunidad, dar soporte al cliente, vender en Marketplace y sostener presencia local o institucional.

#### CÓMO USARLA

Publicá en grupos temáticos, combiná foto, video corto y vivos, y respondé mensajes rápido: ahí se juega buena parte de la confianza de la marca.



### INSTAGRAM

*Marca visual, Reels y descubrimiento*

#### PARA QUÉ SIRVE

Es la vidriera visual del negocio: construye marca, muestra producto y genera descubrimiento a través de Reels y la pestaña Explorar.

#### CÓMO USARLA

Priorizá Reels y Stories por sobre el feed estático, cuidá la estética general del perfil y usá las herramientas de IA propias de Instagram para producir contenido más rápido.

# Las Redes **SOCIALES** PARA QUÉ SE UTILIZAN?



## TIKTOK

*Descubrimiento masivo y comercio social*

### PARA QUÉ SIRVE

Es la red con más minutos de consumo diario y ya tiene un canal de venta directa consolidado: ideal para llegar a audiencias jóvenes y generar viralidad real.

### CÓMO USARLA

Publicá seguido y en formato nativo (nada de spots reciclados), sumate a tendencias sonoras y probá TikTok Shop si vendés producto físico.



## X (ANTES TWITTER)

*Conversación en tiempo real y comunidades de nicho*

### PARA QUÉ SIRVE

Sirve para noticias, opinión pública, atención al cliente en vivo y para posicionarte como referente dentro de una comunidad específica.

### CÓMO USARLA

Publicá seguido y participá de conversaciones en lugar de solo anunciar. Evitá contenido con IA sin aclararlo: la plataforma ya penaliza esa falta de transparencia.



## PINTEREST

*Buscador visual con alta intención de compra*

### PARA QUÉ SIRVE

Funciona como buscador de inspiración: quien llega ahí ya sabe qué quiere, por eso convierte muy bien para e-commerce y servicios visuales.

### CÓMO USARLA

Subí Pines verticales bien etiquetados, enlazá siempre a tu sitio o tienda, y pensá en contenido evergreen: un Pin sigue trayendo visitas meses después de publicado.

# Las Redes **SOCIALES** PARA QUÉ SE UTILIZAN?



## LINKEDIN

*Marca profesional y venta B2B*

### PARA QUÉ SIRVE

Es la red para posicionamiento profesional, reclutamiento y venta B2B. Se usan pocos minutos por día, pero con altísima intención.

### CÓMO USARLA

Compartí casos, aprendizajes y video corto propio (no solo reposteés notas ajenas), y sumá social selling: comentar e interactuar activamente en tu nicho.



## YOUTUBE

*Video largo, autoridad y búsqueda*

### PARA QUÉ SIRVE

Es buscador y red social a la vez: sirve para educar, construir autoridad de marca y sostener contenido que sigue trabajando durante años, no solo días.

### CÓMO USARLA

Combiná video largo (tutoriales, entrevistas, casos) con Shorts para descubrimiento, y optimizá título y miniatura como si fuera SEO, porque literalmente lo es.

## ¿Cuáles conviene usar? ¿Hacen falta todas?

No. Estar en las siete redes sin estrategia diluye el esfuerzo y resiente la calidad. Lo recomendable es elegir 2 o 3 según tu audiencia y tu capacidad real de producción de contenido: los negocios B2B rinden mejor en LinkedIn; las marcas de consumo masivo y visual, en Instagram y Facebook; las audiencias jóvenes y la viralidad, en TikTok; el e-commerce y el diseño, en Pinterest; y el contenido de autoridad a largo plazo, en YouTube. Conviene más manejar pocas redes bien trabajadas que siete a medio abandonar.

REDES SOCIALES

NO SE TRATA DE  
**PLATAFORMAS**  
SE TRATA DE  
**EXPERIENCIAS**

Si te interesó el contenido  
y necesitás una asesoría  
para tu Proyecto, no dudes  
en contactarme.

**CLICK AQUÍ**