



Día de las Redes Sociales: ¿Cuáles son las plataformas y formatos que están dominando la industria?

Ciudad de México, 26 de junio de 2023. – Las redes sociales son responsables del mayor cambio social que la humanidad ha experimentado globalmente para relacionarse en los últimos 20 años.

¿Qué es el Día de las Redes Sociales?

El próximo 30 de junio se celebra el Día Mundial de las Redes Sociales, una fecha creada por el blog de noticias Mashable, uno de los más populares de Internet, para reconocer el impacto de los medios sociales en conectar de forma sencilla y rápida a miles de millones de personas todos los días a todas horas.

“Hoy en día existe una regla no escrita en el marketing para las empresas, y es que, si no existes en alguna plataforma, estás perdiendo una oportunidad indiscutible de llegar al grupo potencial de consumidores para tu marca”, dijo **Steffy Hochstein, Digital Director de [another](#)**, la agencia global con la mayor oferta de medios en América Latina.

A nivel mundial, las personas en América Latina son los usuarios que más tiempo están frente a la pantalla diariamente con un promedio de 212 minutos, según una investigación en 45 mercados de la empresa [GlobalWebIndex](#) (GWI).

A nivel regional, Brasil y Colombia son los países más enganchados a las redes sociales, con 225 y 216 minutos diarios en promedios, mientras que Argentina ocupa el quinto lugar mundial, y México el octavo puesto dentro del top 10 en el mercado latinoamericano.

“En cuanto a las nuevas generaciones, como la Gen-Z, pasaron de ser los más conectados a darse un leve respiro. Antes de la pandemia, en el bloque regional, los jóvenes argentinos de 16 a 24 años tenían el promedio de conexión más alto del mundo, con 257 minutos diarios, ahora están pasando menos tiempo en las redes sociales, desmintiendo la creencia de que los consumidores más jóvenes están constantemente conectados. De hecho, las generaciones más grandes tienen esa corona como las que más tiempo pasan frente a la pantalla”, comentó Hochstein, basada en el [nuevo reporte de GWI](#).

La experta agregó que la GEN-Z está más preocupada por su salud mental frente a la pantalla, ya que el 35% expresó que debe haber algún tipo de prevención al pasar tanto tiempo frente a sus aparatos, en comparación con sólo el 22% de la Generación X y el 18% de los baby boomers.

¿Cuál es la red social con más usuarios?

En pleno 2023, la plataforma más popular, fuera de China, es Facebook con 2 mil 910 millones de usuarios, seguido de YouTube con 2 mil 514 personas activas, el tercer lugar es

another

para WhatsApp con 2 mil 514 millones de usuarios, y finalmente Instagram con mil 478 millones de seguidores.

El caso de TikTok es un tema que necesita de su propio análisis. El número de usuarios de Internet que afirman utilizar esta plataforma mensualmente ha aumentado en un 40% desde el 2020. Además, el compromiso con TikTok ha crecido especialmente entre los consumidores de mayor edad, demostrando su atractivo intergeneracional.

*“Las redes sociales tienen un algoritmo que está cambiando constantemente. Las agencias y marcas siempre deben observar estos constantes cambios para adaptarse. Por ejemplo, este año los videos de corta duración son populares entre los usuarios de redes sociales, con más de la mitad de ellos (51%) afirmando haber visto un video corto (menos de 10 minutos) en la última semana. Sin embargo, los videos más largos (más de 10 minutos) aún mantienen su favoritismo, con un 39% de los usuarios diciendo haber visto uno en línea en la última semana”, comentó **Steffy Hochstein**.*

La Digital Director de [another](#) agregó que el marketing en redes sociales resulta efectivo para el descubrimiento e investigación de marcas. Los consumidores descubren nuevas marcas a través de la publicidad en redes sociales, recomendaciones o comentarios, y las actualizaciones en las páginas de las marcas en redes sociales.

###