

Estudio

LINKEDIN

2025

metricool

¡Hola!

Somos Metricool.

La herramienta que te ayuda a planificar, publicar y medir tu contenido en redes sociales.

Más de

2.000.000

de profesionales ya confían en nosotros

Desde grandes referentes globales como **Adidas, Starbucks** o **Elle**, hasta pequeñas empresas, como una **escuela de buceo en Ciudad del Cabo**.

La analítica está en nuestro ADN.

De hecho, está en nuestro nombre, y fue la primera funcionalidad que ofrecimos al nacer.

Desde entonces, no hemos parado de analizar datos y actividad en redes sociales. ¿Por qué? Porque creemos que es un ejercicio esencial para:

- **Tomar la temperatura de las plataformas.**
- **Seguir su evolución.**
- **Y detectar tendencias que marcan el futuro.**

COMPARTE EL ESTUDIO 

Índice

MUESTRA — Pg. 04

DE UN VISTAZO — Pg. 05

Chequeo de LinkedIn — Pg. 06

Quién publica más — Pg. 08

Impresiones — Pg. 09

Engagement — Pg. 11

Interacciones — Pg. 13

Vídeo — Pg. 17

Creer — Pg. 22

SECTORES — Pg. 23

Análisis — Pg. 24

Conclusiones — Pg. 25

ENCUESTAS — Pg. 26

PUBLICACIONES — Pg. 27

Formatos — Pg. 28

Mejor día y hora — Pg. 30

Enlaces, ¿sí o no? — Pg. 31

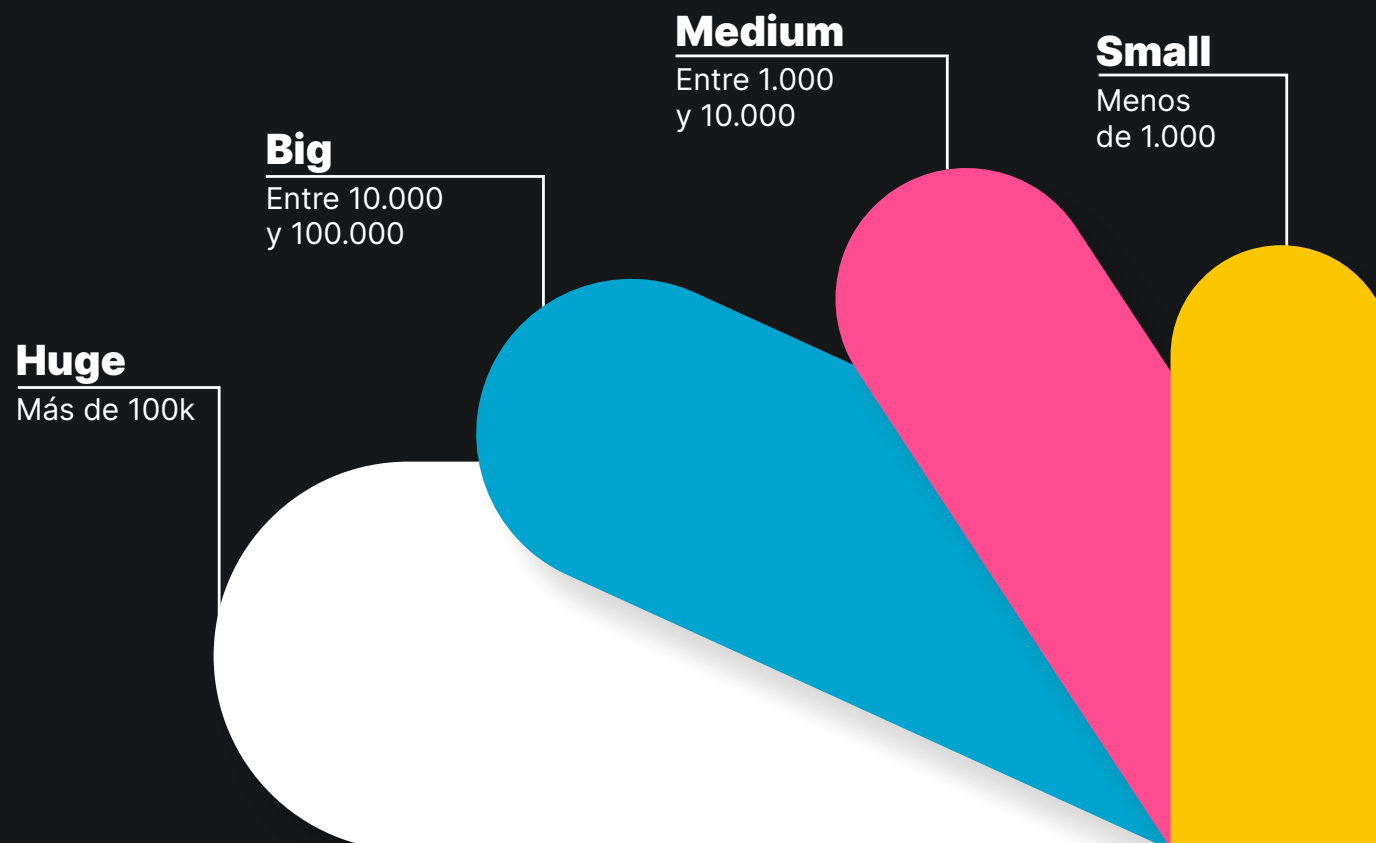
BEST PRACTICES — Pg. 33

CONCLUSIONES — Pg. 39

Muestra

Hemos analizado 577,180 posts de 47,735 páginas de LinkedIn, casi el doble de información que en nuestro primer estudio en 2023. Los datos han sido recogidos durante los meses de enero de 2023, 2024 y 2025.

Para que resulte más sencillo compararte con páginas similares a la tuya, en algunas secciones hemos clasificado la cuentas según su número de seguidores:



LINKEDIN, EN UN VISTAZO

2025 VS. 2024

COMPARTE ESTO



12,24

ES EL PROMEDIO
DE PUBLICACIONES
MENSUALES

206%

HAN CRECIDO LAS INTERACCIONES

28%

HAN AUMENTADO
LOS CLICS

24%

HAN CRECIDO LAS
INTERACCIONES

17%

DE CUENTAS GANAN
SEGUIDORES

53%

HAN CRECIDO LAS
PUBLICACIONES EN VIDEO

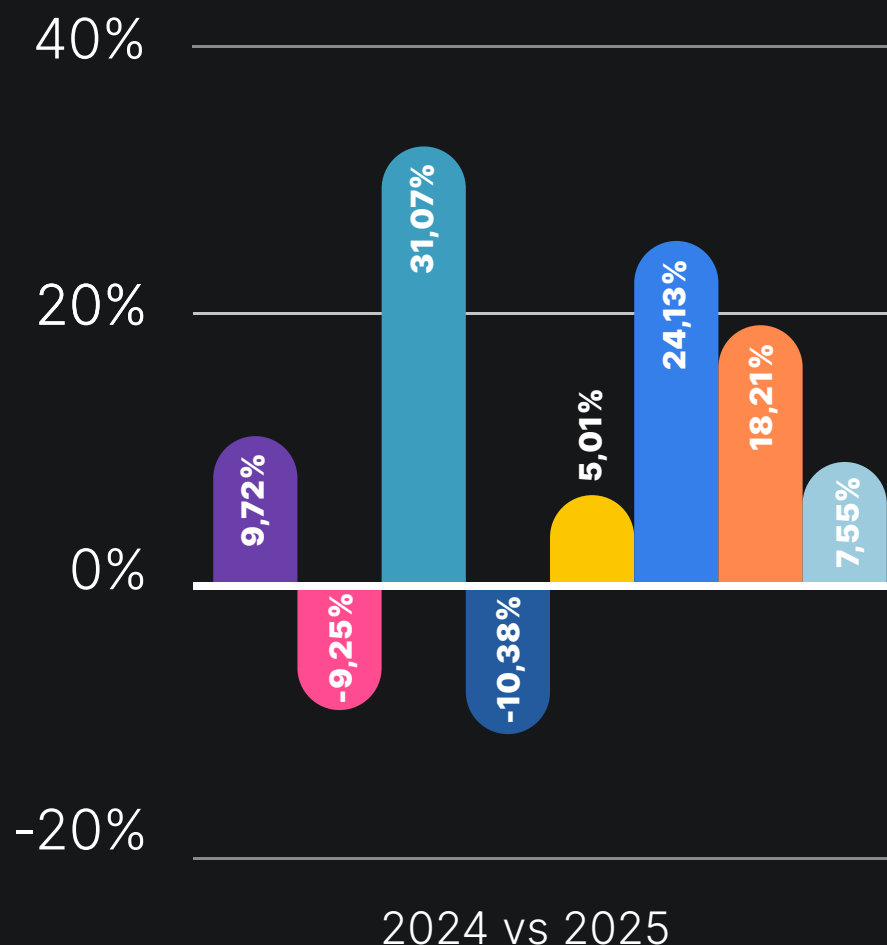
CHEQUEO DE SALUD DE LINKEDIN

Más adelante desgranaremos las métricas en detalle, pero primero echaremos un vistazo al estado de salud de la red social.



Como siempre que pasamos por consulta, hay algo que vigilar, pero, en general, estamos ante una paciente con una salud espectacular. Prácticamente todos los marcadores están en verde, y algunos, como los clics y las interacciones, se han disparado por completo.

Comentarios Promedio Likes Promedio Clics Promedio Compartidos Promedio
Impresiones Promedio Interacciones Promedio Engagement Frecuencia Semanal



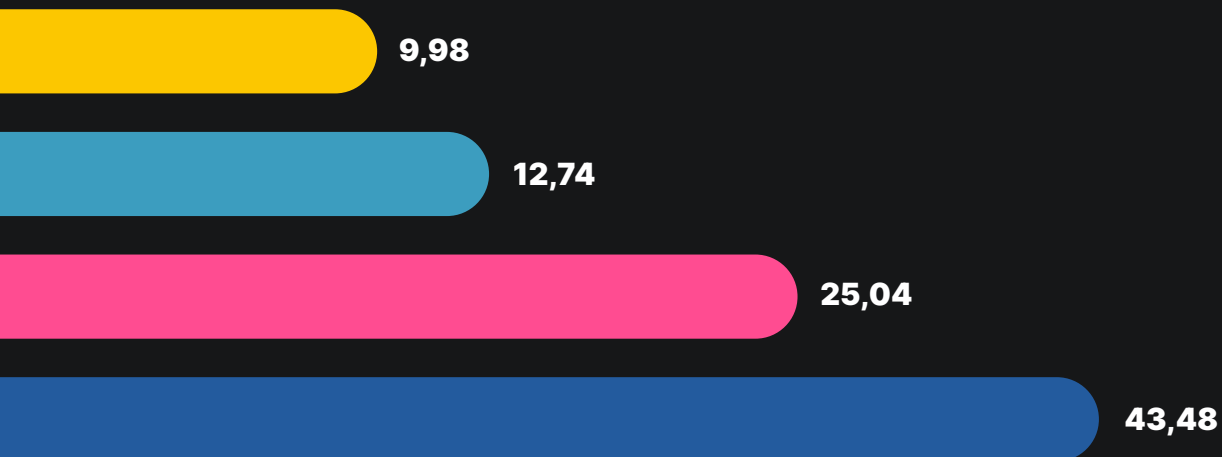
12,24

**ES EL PROMEDIO
DE PUBLICACIONES
MENSUALES EN
LINKEDIN**

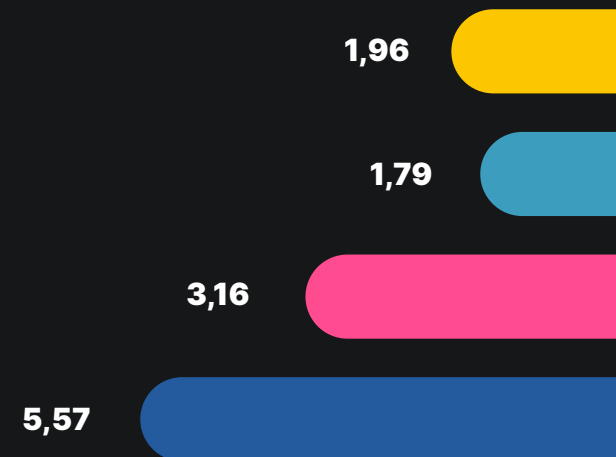
COMPARTE ESTO



POSTS



VÍDEOS



■ Small ■ Medium ■ Big ■ Huge

QUIÉN PUBLICA MÁS

Lo primero que resulta interesante es analizar qué tipo de cuentas publican más. ¿A mayor número de seguidores, más cantidad de publicaciones mensuales? La respuesta es: rotundamente sí.

22,39%

**HAN SUBIDO LAS
IMPRESIONES DE LAS
PUBLICACIONES DE
CUENTAS CON MENOS DE
1.000 SEGUIDORES**

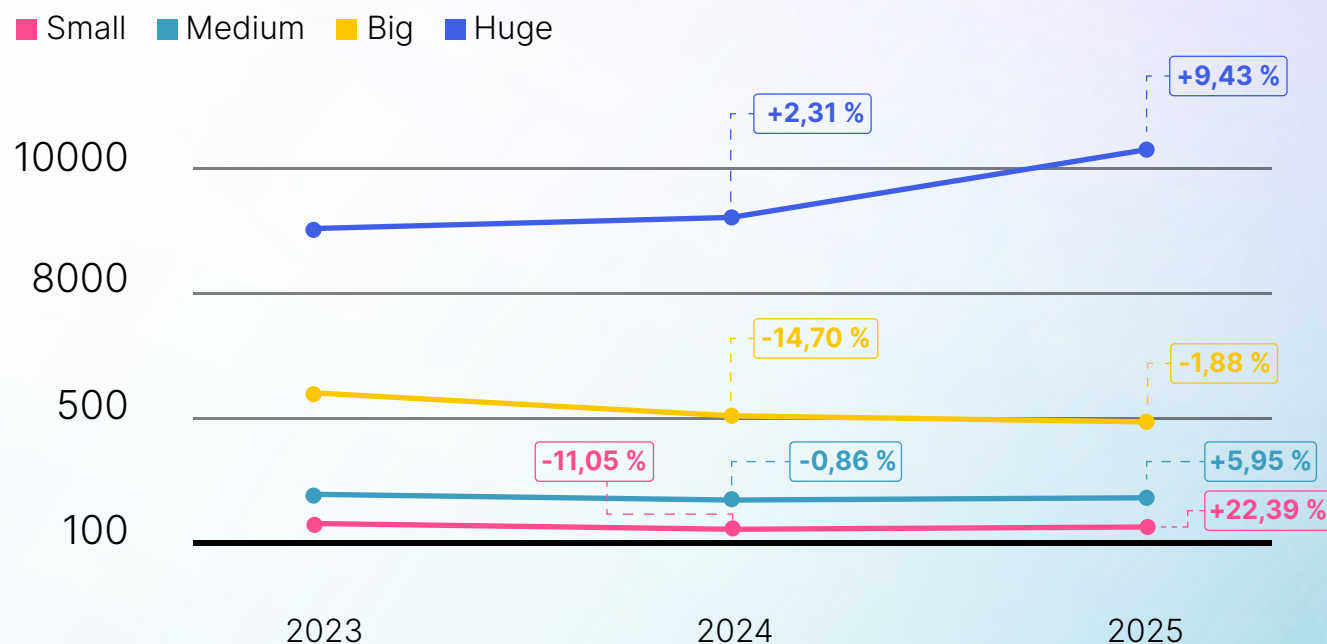
COMPARTE ESTO



IMPRESION-ANTE

Los datos muestran que la tendencia en los últimos años es positiva de forma constante para prácticamente todas las cuentas.

Y es que, aunque la cantidad de publicaciones también crece ligeramente año tras año, factores como el aumento del número de personas que se conectan o que pasen más tiempo en la plataforma pueden provocar este incremento en las impresiones que reciben las publicaciones.



13,75%

**HA SUBIDO EL ENGAGEMENT
EN LAS PÁGINAS CON MÁS
DE 1.000 SEGUIDORES**

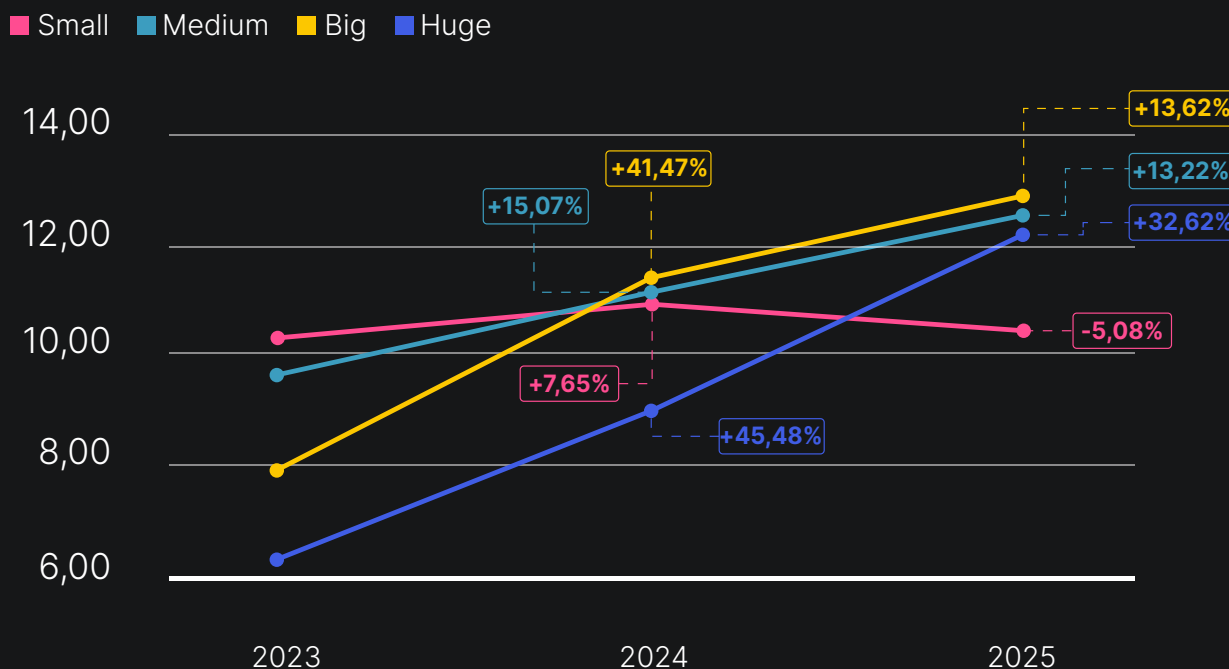
COMPARTE ESTO



¿EL ENGAGEMENT? BIEN, GRACIAS.

Salvo que tu página aún no haya superado la barrera de los 1.000 seguidores. En ese caso los datos no son tan positivos.

La buena noticia es que aún creciendo en número de seguidores, el engagement parece que no sólo se mantiene si no que se aumenta. Lo que quiere decir que LinkedIn es una buena plataforma para fidelizar a tu audiencia.



28,13%

**HAN SUBIDO LAS
INTERACCIONES
EN LINKEDIN EN EL
ÚLTIMO AÑO**

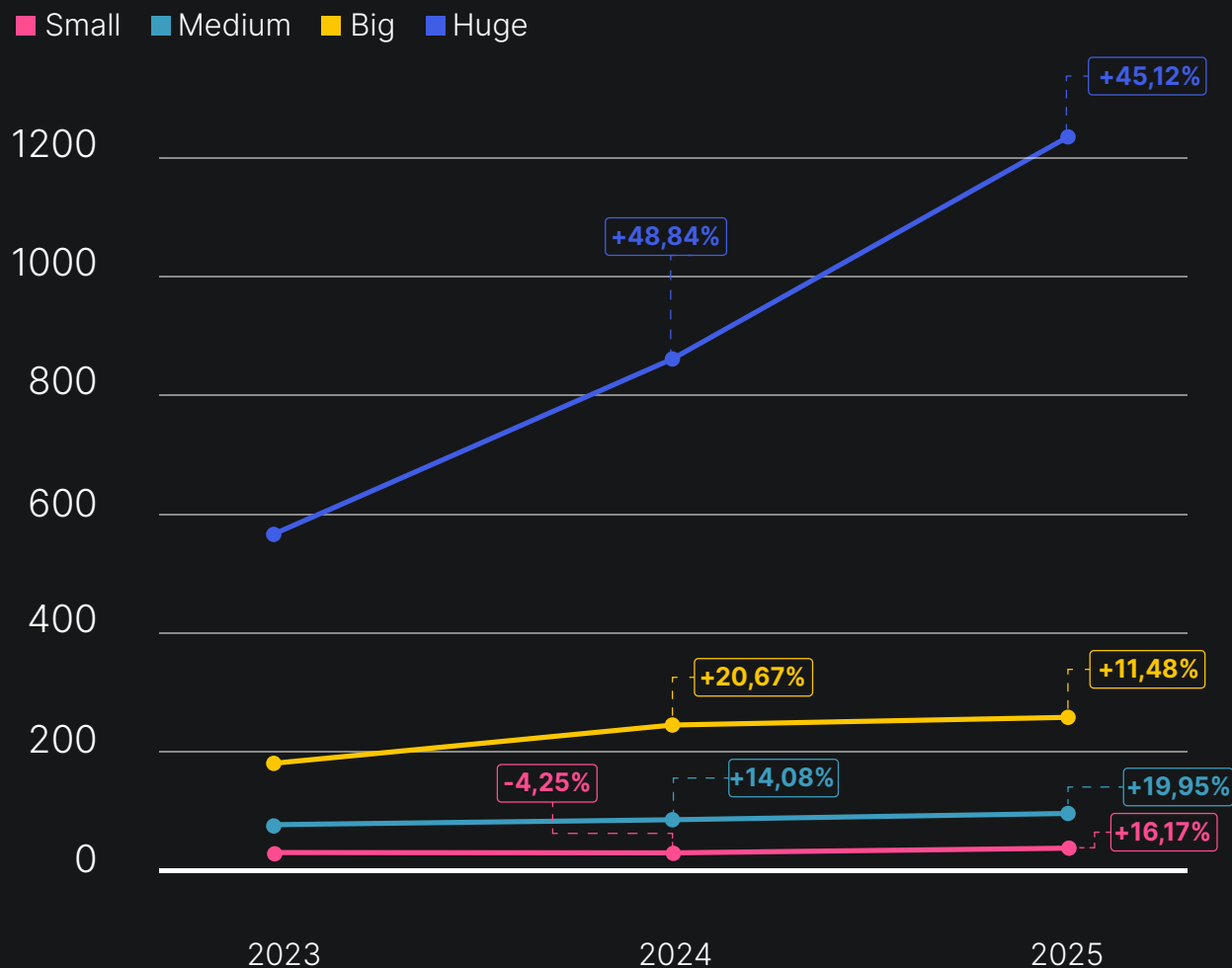
COMPARTE ESTO



MUCHO MÁS QUE SCROLL INFINITO

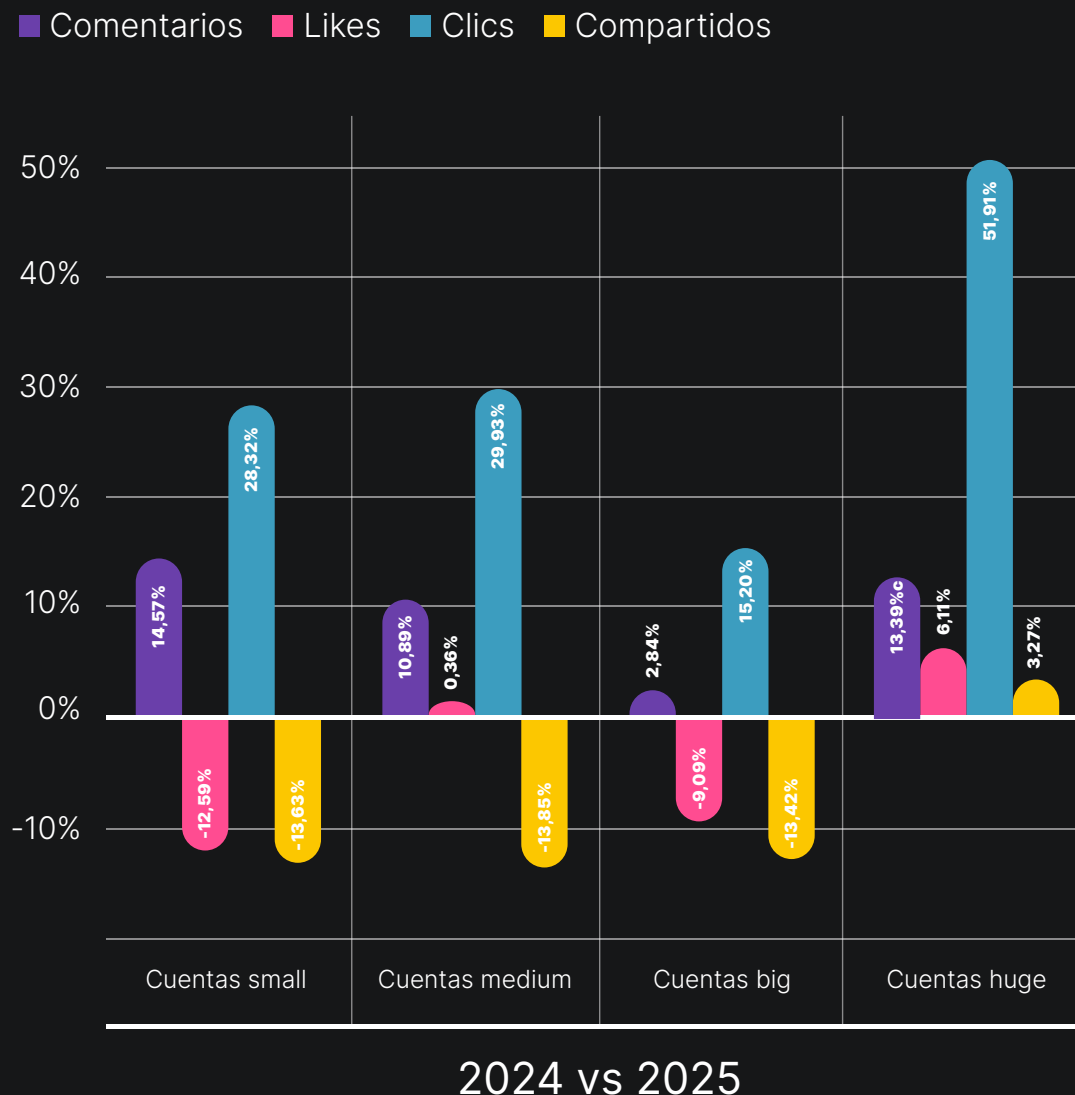
Las interacciones en LinkedIn durante los dos últimos años han subido de forma constante. Lo cual son buenísimas noticias.

Esto quiere decir que no solamente más personas ven nuestras publicaciones, si no que además los usuarios de la plataforma son activos. Esto es ideal tanto como para conseguir visibilidad adicional, como para tener más certeza de qué tipo de contenido resuena mejor con nuestra audiencia.



INTERACCIONES EN LINKEDIN: ¿QUIÉN SUBE Y QUIÉN SE ESTANCA?

Así han evolucionado las interacciones en LinkedIn en los últimos años:



INTERACCIONES: CONCLUSIONES

Así han evolucionado las interacciones en LinkedIn en los últimos años:

LO BUENO

Los clics explotan.

Las páginas de más de 100K seguidores casi triplican sus clics en dos años.

Aunque las páginas de todos los tamaños han crecido en clics a un ritmo impresionante en los últimos años, esto posiciona a LinkedIn como una plataforma excelente para dirigir tráfico a un sitio externo.



Aumento constante de comentarios.

Bien sea porque se ha impuesto la estrategia de “comenta y te lo mando” o porque se ha vuelto una red donde suceden más conversaciones, el hecho es que ha habido un crecimiento en los comentarios generalizado.

Además, las páginas pequeñas y medianas son las que han crecido a mayor ritmo en 2024 (+24,63% y +18,27%, respectivamente).



LO NO TAN BUENO

Los compartidos bajan en la mayoría de los casos.

Las páginas pequeñas y medianas han caído significativamente en compartidos (-13,63% y -13,85%). Sin embargo esto no impide que las impresiones crezcan, así que parece que simplemente el contenido viaja de otra forma en LinkedIn.



53%

**HAN CRECIDO LAS
PUBLICACIONES EN VÍDEO EN
LINKEDIN EN EL ÚLTIMO AÑO**

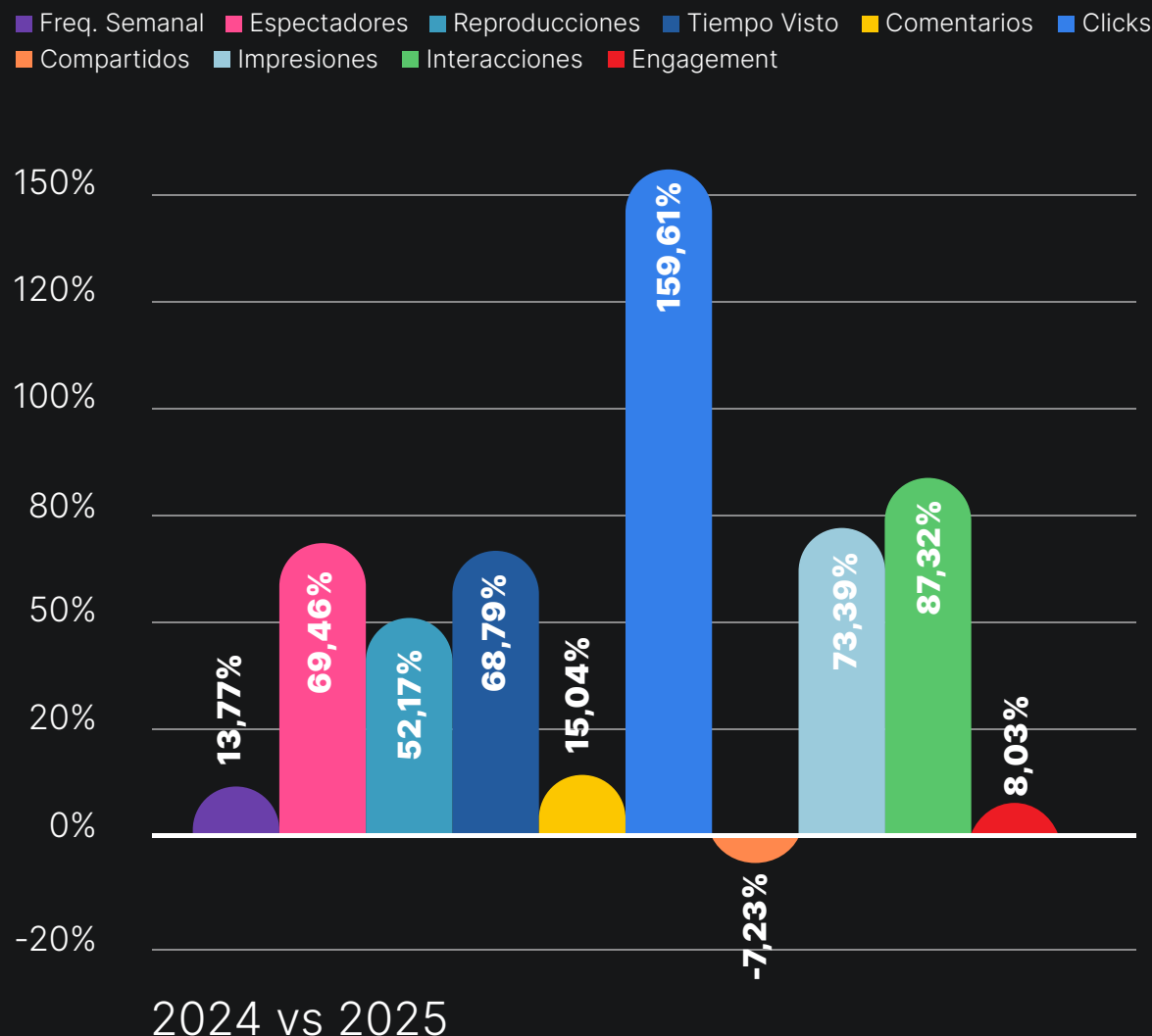
COMPARTE ESTO



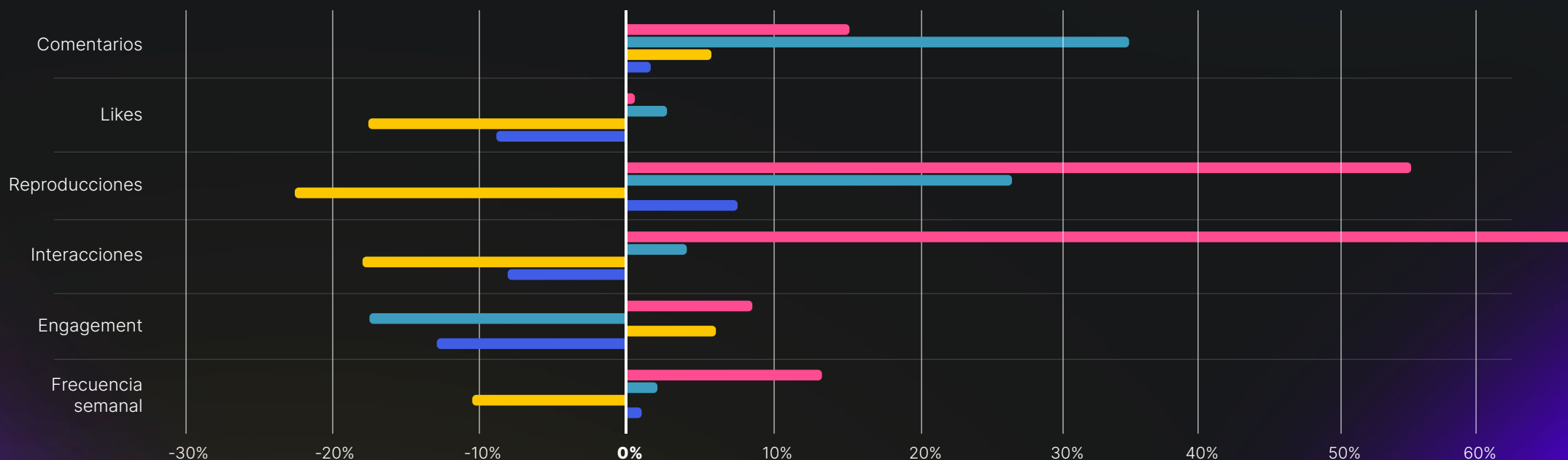
MÁS VÍDEOS, MÁS VISIBILIDAD

La frecuencia de publicación de vídeos ha crecido un 13,77%, pero el verdadero impacto está en el aumento de impresiones (+73,39%) y visualizaciones (+52,17%).

Los usuarios están consumiendo más contenido en vídeo, lo que sugiere que LinkedIn está favoreciendo este formato en su algoritmo, en el diseño de su interfaz, notificaciones, y todo lo que tenga que ver con la recomendación de contenido.



■ LinkedIn ■ Tiktok ■ Reels ■ YouTube

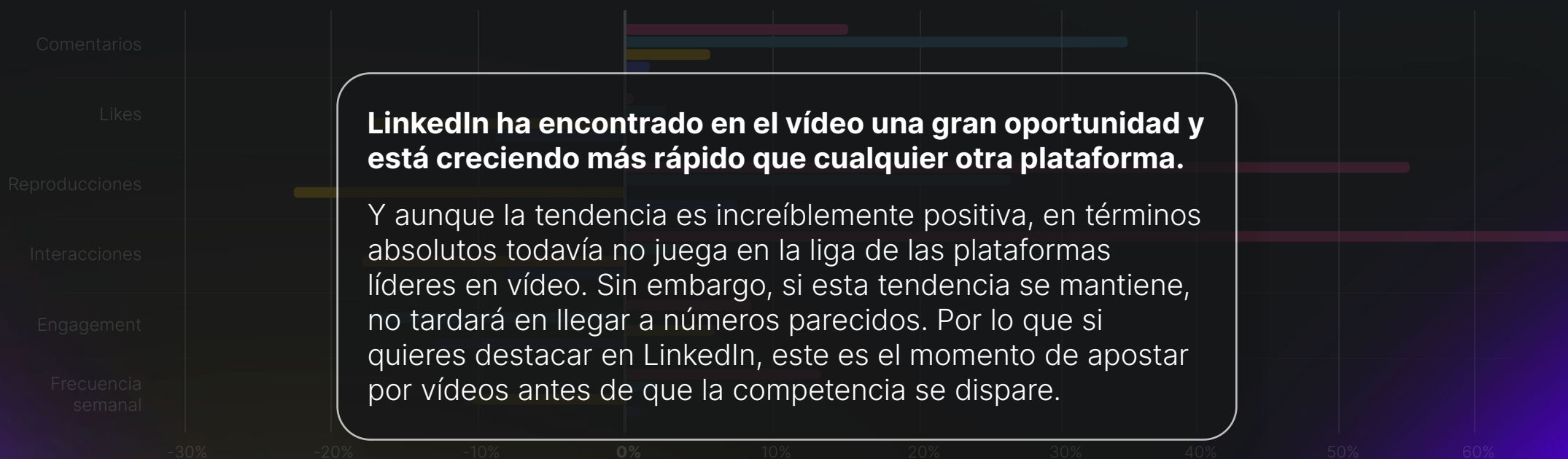


ASÍ EVOLUCIONA EL VÍDEO EN REDES

BATALLA POR LA PANTALLA

LINKEDIN vs. REELS vs. TIKTOK vs. YOUTUBE

■ LinkedIn ■ Tiktok ■ Reels ■ YouTube



LinkedIn ha encontrado en el vídeo una gran oportunidad y está creciendo más rápido que cualquier otra plataforma.

Y aunque la tendencia es increíblemente positiva, en términos absolutos todavía no juega en la liga de las plataformas líderes en vídeo. Sin embargo, si esta tendencia se mantiene, no tardará en llegar a números parecidos. Por lo que si quieres destacar en LinkedIn, este es el momento de apostar por vídeos antes de que la competencia se dispare.

ASÍ EVOLUCIONA EL VIDEO EN REDES

BATALLA POR LA PANTALLA

LINKEDIN vs. REELS vs. TIKTOK vs. YOUTUBE

COMPARTE ESTO

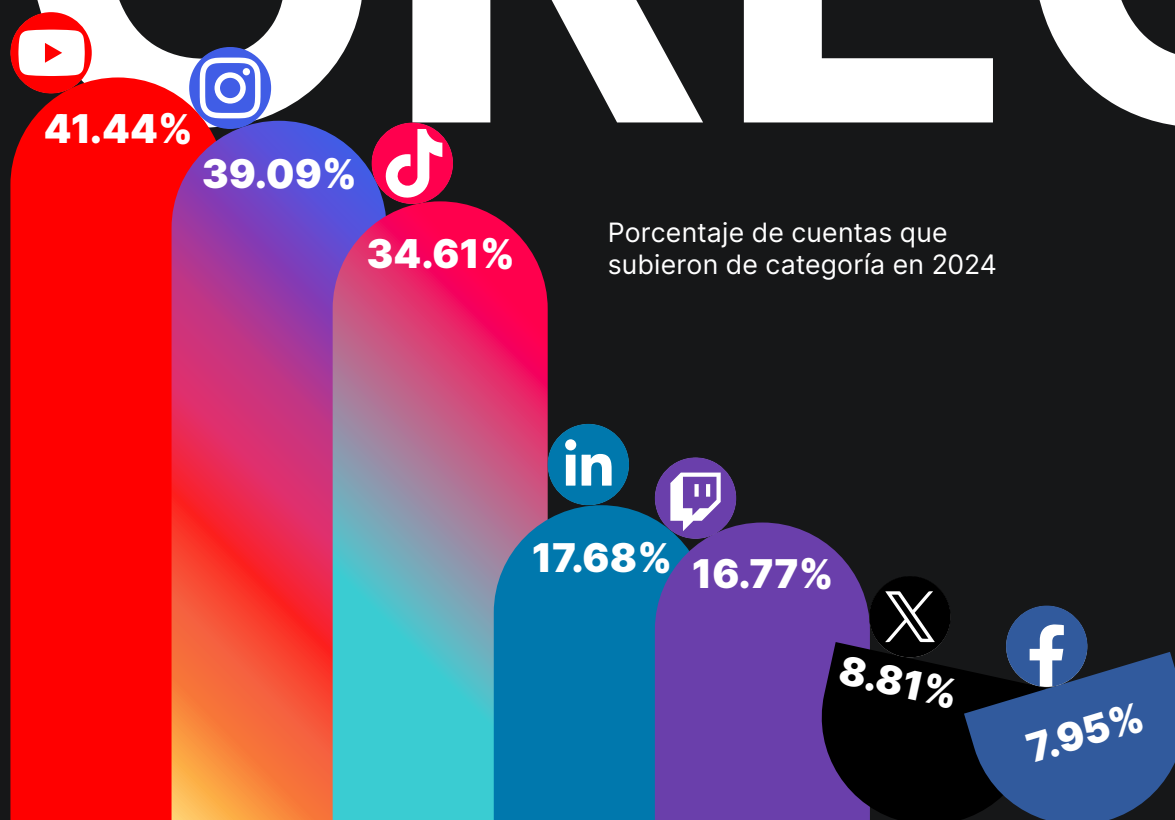
17,688%

**DE CUENTAS
GANAN
SEGUIDORES EN
LINKEDIN**

COMPARTE ESTO



CRECER



Porcentaje de cuentas que subieron de categoría en 2024











Es difícil crecer en LinkedIn

Como ya vimos en **el estudio general de redes sociales 2025**, es la plataforma en la que hacer crecer el número de seguidores resulta más difícil

ANÁLISIS POR SECTORES

ANÁLISIS POR SECTORES

¿QUÉ INDUSTRIAS SE COMEN EL MERCADO EN LINKEDIN?

		SEGUIDORES	IMPRESIONES	INTERACCIONES	FRECUENCIA SEMANAL	LIKES	CLICS	COMENTARIOS	COMPARTIDOS
	Petróleo, gas y minería	19.991,89	2.609,62	398,71	2,32	34,11	360,86	1,36	2,38
	Servicios administrativos y de apoyo	17.932,24	1.016,14	91,53	2,7	10,01	79,87	0,64	1,01
	Suministros	11.305,91	1.295,66	139,9	2,78	16,56	120,76	0,76	1,82
	Servicios financieros	11.258,54	1.008,76	205,06	2,64	14,39	188,63	0,69	1,36
	Educación	9.662,69	1.038,55	112,2	3,57	12,44	98,19	0,51	1,06
	Tecnología, información y medios	9.112,45	1.278,77	107,02	6,57	11,41	93,88	0,58	1,14
	Agricultura, ganadería y silvicultura	7.686,98	905,5	133,26	1,96	15,96	115,6	0,53	1,17
	Administración pública	7.484,69	902,22	104,1	3,42	14,41	87,54	0,53	1,62
	Manufactura	6.361,52	923,74	144,29	1,97	17,22	125,03	0,61	1,43
	Comercio	5.595,80	553,93	93,51	2,29	8,65	83,81	0,42	0,63

*Promedio mensual

ANÁLISIS POR SECTORES

CONCLUSIONES

1

La clave no es el tamaño, sino el engagement

Tener más seguidores no siempre significa más interacción. Sectores como manufactura (6.361 seguidores) y utilities (11.305 seguidores) generan más engagement por publicación que industrias con audiencias más grandes, como educación o retail. Las audiencias de nicho pueden ser mucho más comprometidas si el contenido es relevante y útil.

2

Si funciona, dobla la apuesta

Las páginas de tecnología y medios publican con más frecuencia (6,57 veces por semana), lo que indica una estrategia más intensiva de contenido. Así que, aunque las impresiones por publicación sea algo inferiores, su alcance y presencia son mucho mayores.

3

El contenido especializado no espanta, atrae

Los sectores con más clics por publicación son servicios financieros, suministros, petróleo, gas y minerías. Esto indica que si hay un sitio donde la información más técnica, los reportes y el análisis tienen cabida, es en LinkedIn.







LAS **ENCUESTAS** SON
EL FORMATO MENOS
USADO, CON SOLO
UN **0,00034%** DE LAS
PUBLICACIONES.
PERO EL QUE
CONSIGUE MAYOR
ALCANCE **206,33%**.

COMPARTE ESTO 

TIPOS DE PUBLICACIONES

ENCUENTRA TU TIPO IDEAL (DE PUBLICACIÓN)

¿Te estás enfocando en lo que funciona?

	 TEXTO	 UNA IMAGEN	 MULTI IMAGEN	 CARRUSEL (DOCUMENTO)	 ENCUESTA	 VÍDEO
Comentarios	0,26	0,69	0,70	0,79	1,22	0,56
Likes	4,83	13,90	22,11	17,89	5,03	12,11
Clics	25,03	30,39	313,44	770,27	202,95	43,10
Compartidos	0,41	1,29	1,39	2,16	0,44	1,22
Impresiones	480,36	765,51	1.151,60	1.725,52	5.548,62	1.196,40
Interacciones	30,54	46,27	337,64	791,12	209,64	56,99
Engagement	6,36	6,04	29,32	45,85	3,78	4,76
Frecuencia	0,69	1,38	0,65	0,67	0,45	1,06

*Promedio mensual

TIPOS DE PUBLICACIONES

CONCLUSIONES

1 Los carruseles dominan en engagement e interacciones

Son el formato con mayor engagement (45,85%) y el que más interacciones genera (791,12 de media). También tienen un alto número de clics (770,27), lo que indica que pasar a la siguiente imagen funciona.

2 Las encuestas son inalcanzables

Son el formato con más impresiones (206,33% por encima de la media) lo que indica que LinkedIn las muestra mucho.

Además, su frecuencia de uso es la más baja (0,45), lo que significa que hay poca competencia en este formato. Una oportunidad perfecta para conseguir visibilidad en el feed.

3 ¿Solo texto? Mejor que no

Aunque su engagement es mejor que el de encuestas y vídeos, sigue siendo bajo en comparación con otros formatos visuales. Es, con diferencia el formato que genera menos interacciones.

JUEVES
17:12

**ES EL MEJOR DÍA
PARA PUBLICAR
EN LINKEDIN**

**ES LA MEJOR
HORA EN LINKEDIN**

COMPARTE ESTO



30,66%

**DE LAS PUBLICACIONES
LLEVAN ENLACES A SITIOS
EXTERNOS**

COMPARTE ESTO

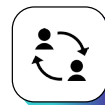


¿INCLUIR UN ENLACE LIMITA EL ALCANCE DE LAS PUBLICACIONES?

NO

Todo lo contrario.

Las publicaciones con enlaces tienen:



+13,57% INTERACCIONES



+4,90% IMPRESIONES

COMPARTE ESTO



BEST PRACTICES

1 Llega a más público

Ensancha la parte de arriba del embudo para crecer en visibilidad y alcance. Tus publicaciones de la parte baja del embudo se beneficiarán de mayor alcance también.

Generative AI

Nicho:
**Tecnología, información
y medios**

Seguidores:
6M



2

Linkedin quiere vídeo, dáselo

Lo hemos visto en los datos. Cada vez se comparte y se consume más vídeo en LinkedIn. Aprovecha esta tendencia para dar a conocer tu marca.

Comparte clips de tu podcast

Be-skiller

Nicho:
Coaching

Seguidores:
12K

1.236 interacciones

2.352 interacciones

462 interacciones



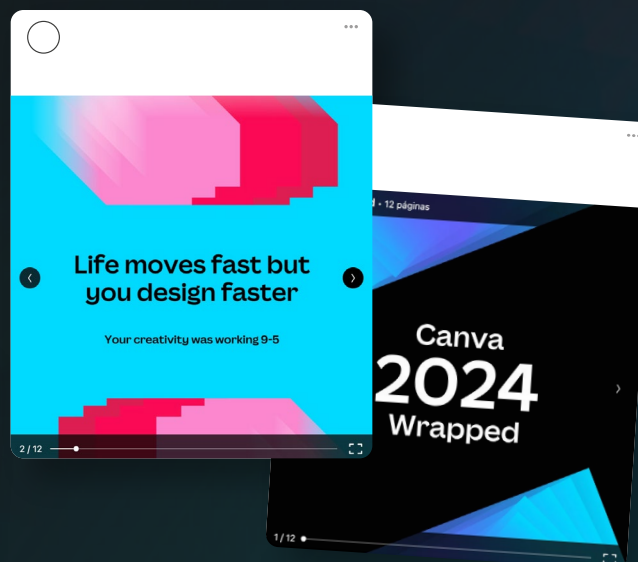
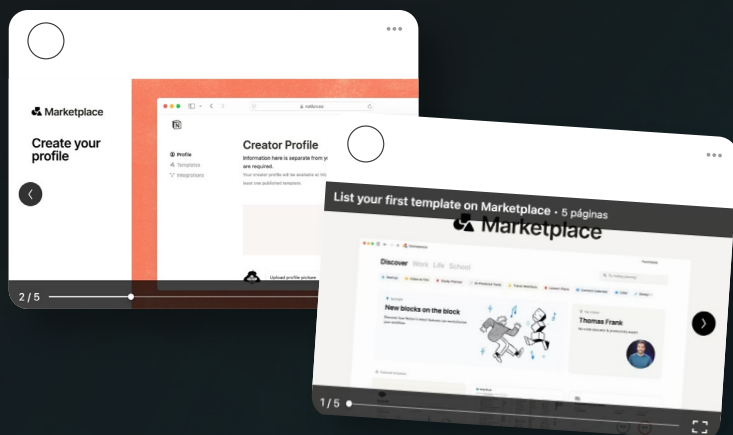
3

Carruseles

Usa los carruseles para contar historias. Ya hemos visto que quien ve un carrusel, no puede resistirse a darle a la flechita de pasar a la siguiente imagen. Canaliza ese impulso y apróvechalo, el algoritmo te recompensará.

Crea colecciones de noticias o tendencias y añade tu punto de vista

364
interacciones



4.735
interacciones



5.585
interacciones

4

Si funciona, repite

Si un tema ha funcionado con tu audiencia, probablemente les interesen más publicaciones sobre lo mismo. No lo dejes en un one hit wonder, repite la fórmula hasta que pierda el interés.

Grad Girl Marketing

Nicho:
Marketing

Seguidores:
171K

COMIDA

2.122 interacciones

6.021 interacciones

2.193 interacciones

1.249 interacciones

1.223 interacciones

975 interacciones

BRATZ

5

Crea contenido para tus diferentes personas

Cuanto más puedas personalizar el contenido para el tipo de público que quieres alcanzar, más empatizarán y mejores resultados podrás conseguir.

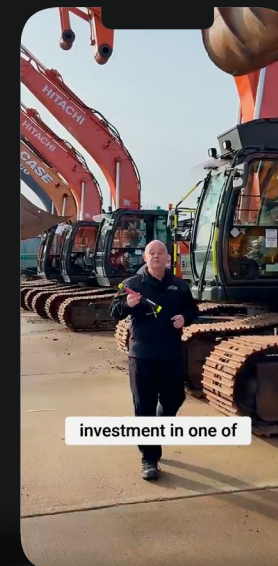
Fire Safety Stick

Nicho:
Manufactura

Seguidores:
1K

Fontaneros, electricistas

647 interacciones



Maquinaria pesada

34 interacciones



Flotas de vehículos

12 interacciones

Autocaravanas

5 interacciones

ASÍ QUE...

LinkedIn es una plataforma potente para dirigir tráfico

Los clics han crecido de forma impresionante, especialmente en cuentas grandes (+55,36% en cuentas de más de 100K seguidores). Esto posiciona a LinkedIn como una de las mejores redes para generar tráfico a sitios externos. Si tu objetivo es tráfico, optimiza tus publicaciones con llamadas a la acción claras y enlaces estratégicos.

1

Los carruseles y las encuestas son tus nuevos mejores aliados

Los carruseles son el formato con más engagement (45,85%), y las encuestas tienen 206% más alcance que la media. Si aún no usas estos formatos, empieza ya. Usa carruseles para storytelling y encuestas para generar conversación y visibilidad.

2

El vídeo en LinkedIn está explotando

Se ha disparado un 53% en el último año, y el engagement ha crecido un 87,32%. Aunque sigue lejos de TikTok o Reels, es el momento ideal para aprovecharlo antes de que la competencia crezca. Si ya usas vídeo en otras redes, no tienes excusa, LinkedIn te espera con los brazos abiertos.

3

metricool