

Estudio  
**MICRO**  
**VIDEOS**  
2024






## **Comparamos Youtube Shorts, Facebook Reels, Instagram Reels y vídeos de TikTok para saber qué microvideo es mejor dependiendo del objetivo.**

El Estudio de Microvideos 2024 **compara los tipos de microvideos de las plataformas Youtube, TikTok, Instagram y Facebook** para extraer conclusiones sobre qué formato es mejor dependiendo de los objetivos y estrategia de marcas y negocios.

De esta forma dar respuesta a las principales preguntas que agencias, social media managers y marcas se hacen a la hora de elegir qué formato y red social es ideal para su contenido.

- ¿En qué red social tienen mayor influencia los microvideos?
- ¿Cuál es la frecuencia de publicación ideal?
- ¿Cuál es mejor opción, reels de Facebook o reels de Instagram?



	<b>Muestra del Estudio de Microvideos 2024</b>	Pg. 03
	<b>Principales aprendizajes del Estudio de Microvideos</b>	Pg. 05
	<b>Microvideos YouTube</b>	Pg. 18
	<b>Microvideos TikTok</b>	Pg. 29
	<b>Microvideos Instagram</b>	Pg. 38
	<b>Microvideos Facebook</b>	Pg. 46

# La muestra del estudio

Analizamos para el estudio los distintos microvideos de cada red social para así comparar con datos cuál funciona mejor.

¿Cuál ha sido la muestra total del estudio?

<b>YOUTUBE</b>	<b>305.341</b> microvídeos	<b>47.648</b> cuentas
----------------	----------------------------	-----------------------

<b>TIKTOK</b>	<b>747.071</b> microvídeos	<b>61.616</b> cuentas
---------------	----------------------------	-----------------------

<b>INSTAGRAM</b>	<b>1.687.846</b> microvídeos	<b>232.385</b> cuentas
------------------	------------------------------	------------------------

<b>FACEBOOK</b>	<b>694.683</b> microvídeos	<b>143.143</b> cuentas
-----------------	----------------------------	------------------------



Para que sea más sencilla la comparativa dividimos las cuentas analizadas por tamaños, quedando así la división.

De esta forma solo tienes que buscar los datos de seguidores de tus cuentas y compararte.

**TINY**

0 - 500 seguidores

**SMALL**

501 - 2.000 seguidores

**MEDIUM**

2.001 - 10.000 seguidores

**BIG**

10.001 - 50.000 seguidores

**HUGE**

+50.001 seguidores

# Principales aprendizajes del Estudio de Microvideos

En esta sección hemos recopilado los principales aprendizajes y conclusiones del formato microvideo comparando Shorts, Facebook Reels, Instagram Reels y TikToks entre sí.

De esta forma saber en qué red social funciona mejor o qué tipo de microvideo es mejor.



## En qué red social tienen más influencia los microvideos

¿Hay algún tipo de microvideo que destaque por encima del resto?

Para saber qué microvideo y red social tiene mayor influencia hemos comparado la media de visualizaciones por cada red social y estos han sido los resultados:

**TIKTOK**

18.173,32 media de visualizaciones

**INSTAGRAM REELS**

16.152,88 media de visualizaciones

**FACEBOOK REELS**

8.553,37 media de visualizaciones

**YOUTUBE SHORTS**

646,89 media de visualizaciones

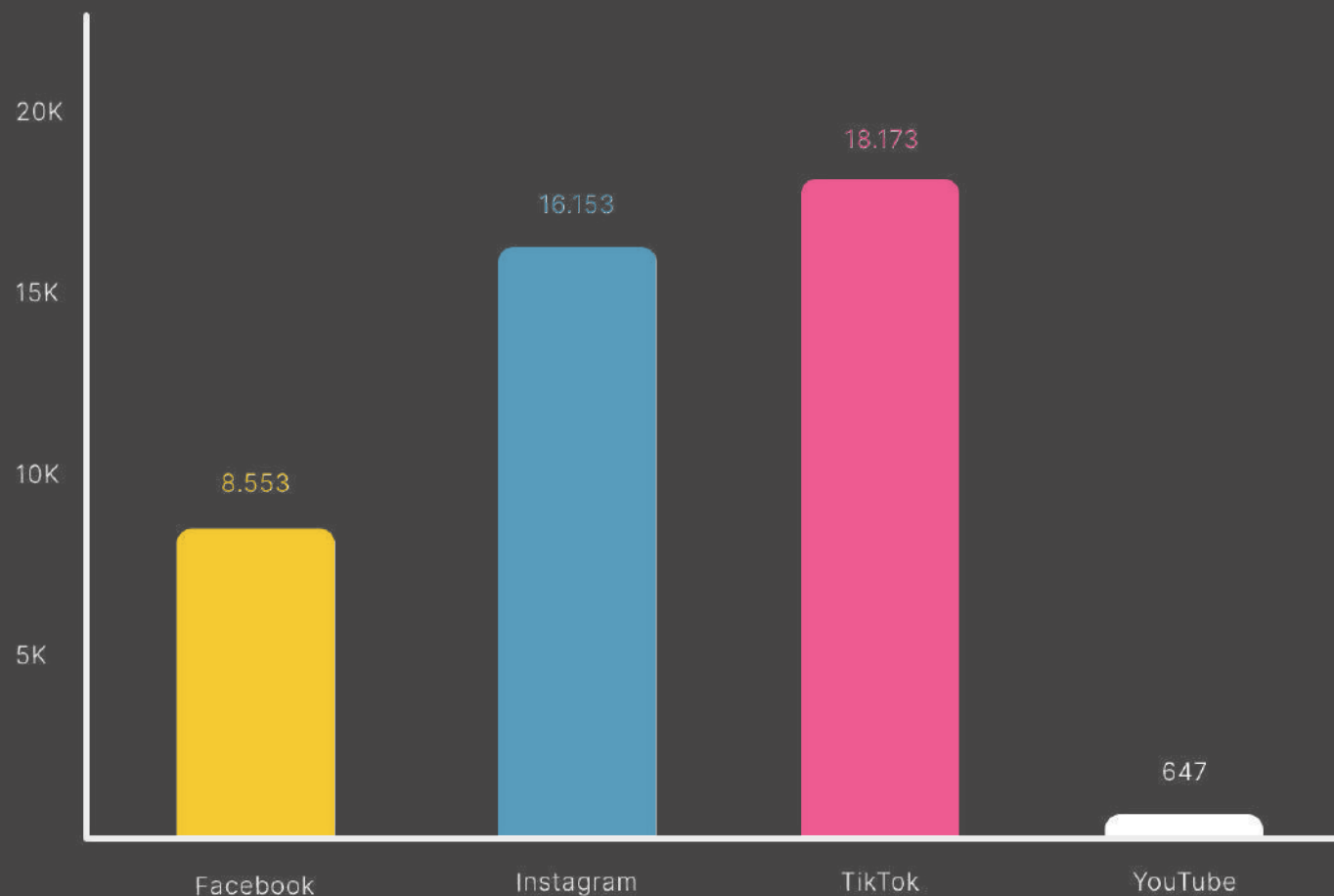
En función de los datos, **los microvideos de TikTok son los que mayor media de visualizaciones consiguen, 18.173,32**, entre todos los formatos.

**Seguido muy de cerca de los reels de Instagram, con 16.152,88** visualizaciones de media, y a una gran distancia de los reels de Facebook, 8.553,37. En último lugar están los Shorts, con apenas 646,89 visualizaciones de media.

Este dato va a ser interesante compararlo en los próximos meses para ver si TikTok consigue mantener su gran nivel de influencia y superar la media de visualizaciones.

Por supuesto, también para conocer si los Shorts terminan de despegar y ser una alternativa real en el formato de microvideos.

## MEDIA DE VISUALIZACIONES DE MICROVIDEOS POR RED SOCIAL

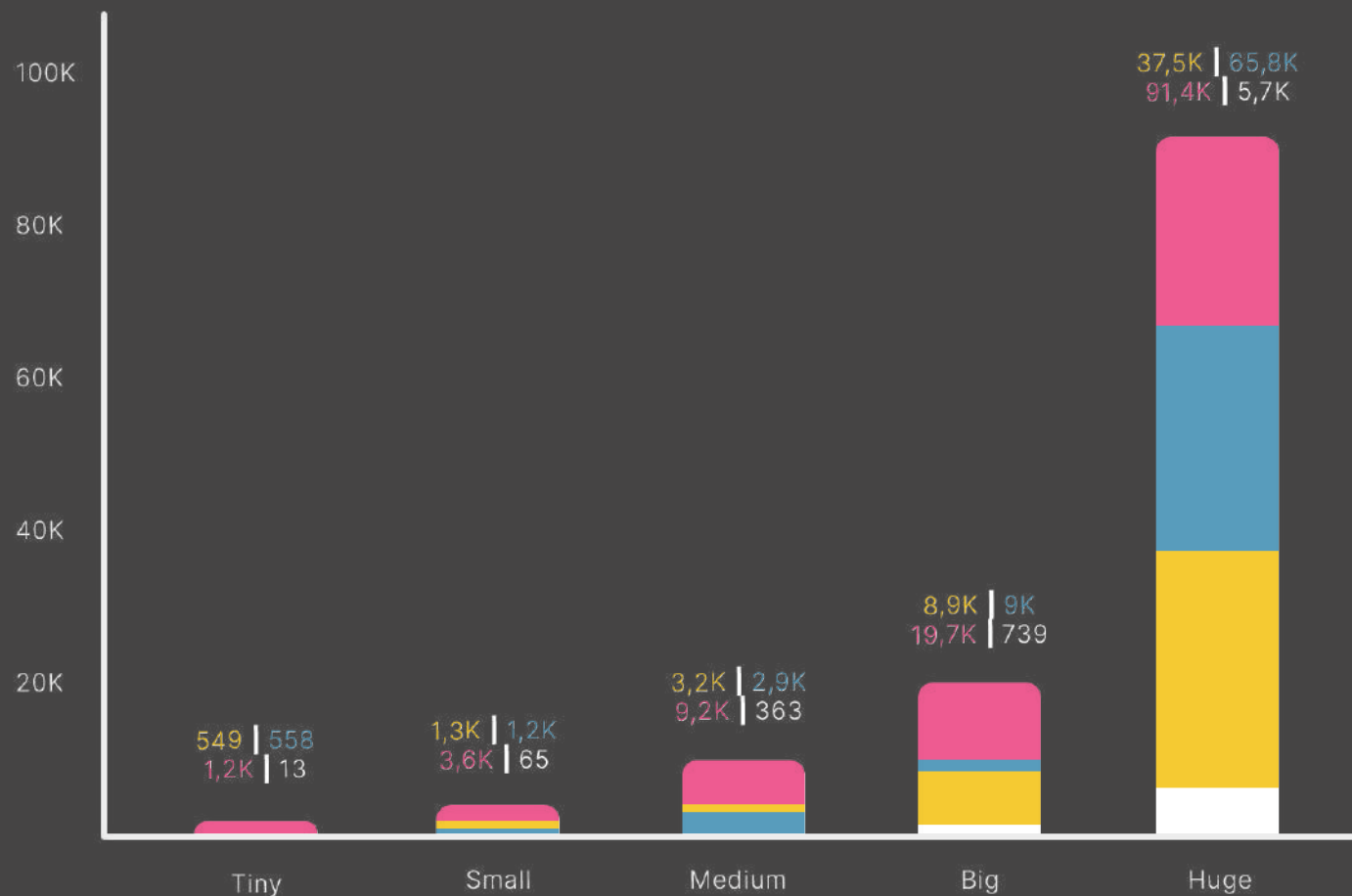


## MEDIA DE VISUALIZACIONES POR RED SOCIAL SEGÚN EL TAMAÑO DE LA CUENTA

**¿Cómo influye el tamaño de cada cuenta en cada red social?** Hemos dividido el número de visualizaciones por el número de publicaciones para extraer este dato.

Las cuentas Huge (de 50k seguidores en adelante) de todas las redes sociales son las que más visualizaciones de media consiguen. Por lo que podríamos decir que a mayor tamaño de cuenta mayor número de visualizaciones.

Destacan los perfiles Huge de TikTok con una media de 91.362 visualizaciones a una gran distancia de las cuentas Huge de Instagram, con 65.842 visualizaciones de media.





## Qué tipo de microvideo consigue más engagement

El engagement es una de las métricas más apreciadas por agencias, social media managers y creadores porque marca el compromiso de la audiencia con el contenido.

### ¿Y cuál es el formato que mayor ratio de engagement consigue?

Como ves en la tabla el ratio de engagement más alto lo consiguen los Shorts de YouTube a pesar de ser los que menos visualizaciones de media tienen.

Lo que muestra que la audiencia de YouTube tiene un compromiso mayor que en el resto, aunque este es uno de los factores que determinan el engagement junto al número de suscriptores.

Aún así, no dista mucho del resto de formatos, destacando también TikTok e Instagram Reels con 5,75 y 5,53 respectivamente. Los que sí se quedan algo rezagados son los reels de Facebook con apenas un ratio de engagement de 2,07.

**YOUTUBE SHORTS**  5,91 ratio engagement

**TIKTOK** 5,75 ratio engagement

**INSTAGRAM REELS**  5,53 ratio engagement

**FACEBOOK REELS** 2,07 ratio engagement



## Cuál es la frecuencia de publicación ideal de un microvideo por red social

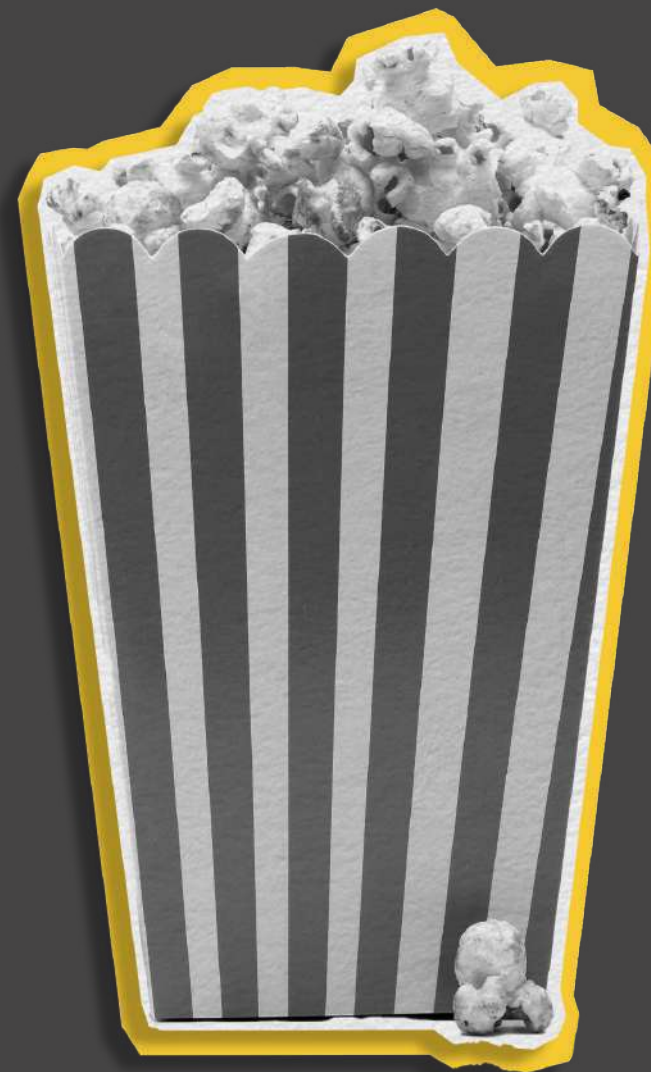
Una de las grandes preguntas a la hora de preparar la estrategia de microvideos es saber cuál es la frecuencia que hay que mantener para crecer en las plataformas.

¿Es mejor subir un vídeo cada día? ¿El tamaño de cuenta es importante para saber este dato? Hemos comparado la frecuencia de publicación diaria de cada red social y formato en cada tipo de cuenta.

Así, solo tienes que buscar el tamaño de tu cuenta y ver cuál es la frecuencia de publicación.

### CUENTAS TINY

<b>TIKTOK</b>	0,28 TikToks por día
<b>YOUTUBE SHORTS</b>	0,27 Shorts por día
<b>INSTAGRAM REELS</b>	0,18 reels por día
<b>FACEBOOK REELS</b>	0,18 reels por día



**CUENTAS SMALL**

<b>TIKTOK</b>	0,39 TikToks por día
<b>YOUTUBE SHORTS</b>	0,37 Shorts por día
<b>INSTAGRAM REELS</b>	0,18 reels por día
<b>FACEBOOK REELS</b>	0,16 reels por día

**CUENTAS MEDIUM**

<b>TIKTOK</b>	0,47 TikToks por día
<b>YOUTUBE SHORTS</b>	0,44 Shorts por día
<b>INSTAGRAM REELS</b>	0,21 reels por día
<b>FACEBOOK REELS</b>	0,18 reels por día

**CUENTAS BIG**

<b>TIKTOK</b>	0,58 TikToks por día
<b>YOUTUBE SHORTS</b>	0,47 Shorts por día
<b>INSTAGRAM REELS</b>	0,29 reels por día
<b>FACEBOOK REELS</b>	0,22 reels por día

**CUENTAS HUGE**

<b>TIKTOK</b>	0,9 TikToks por día
<b>YOUTUBE SHORTS</b>	0,66 Shorts por día
<b>INSTAGRAM REELS</b>	0,55 reels por día
<b>FACEBOOK REELS</b>	0,38 reels por día

Como ves, las cuentas Huge de todas las redes sociales son las que más contenido de microvideo publican al día.

**¿Es necesario mantener una buena frecuencia para crecer en las diferentes redes sociales?**

A tenor de los datos sí, porque vemos que las cuentas grandes tienen una frecuencia de publicación alta. Por tanto, no es solo llegar a ese número de microvideos publicados o de seguidores, si no mantener la cantidad y calidad del contenido.

## ¿YouTube Shorts o vídeos largos de YouTube?

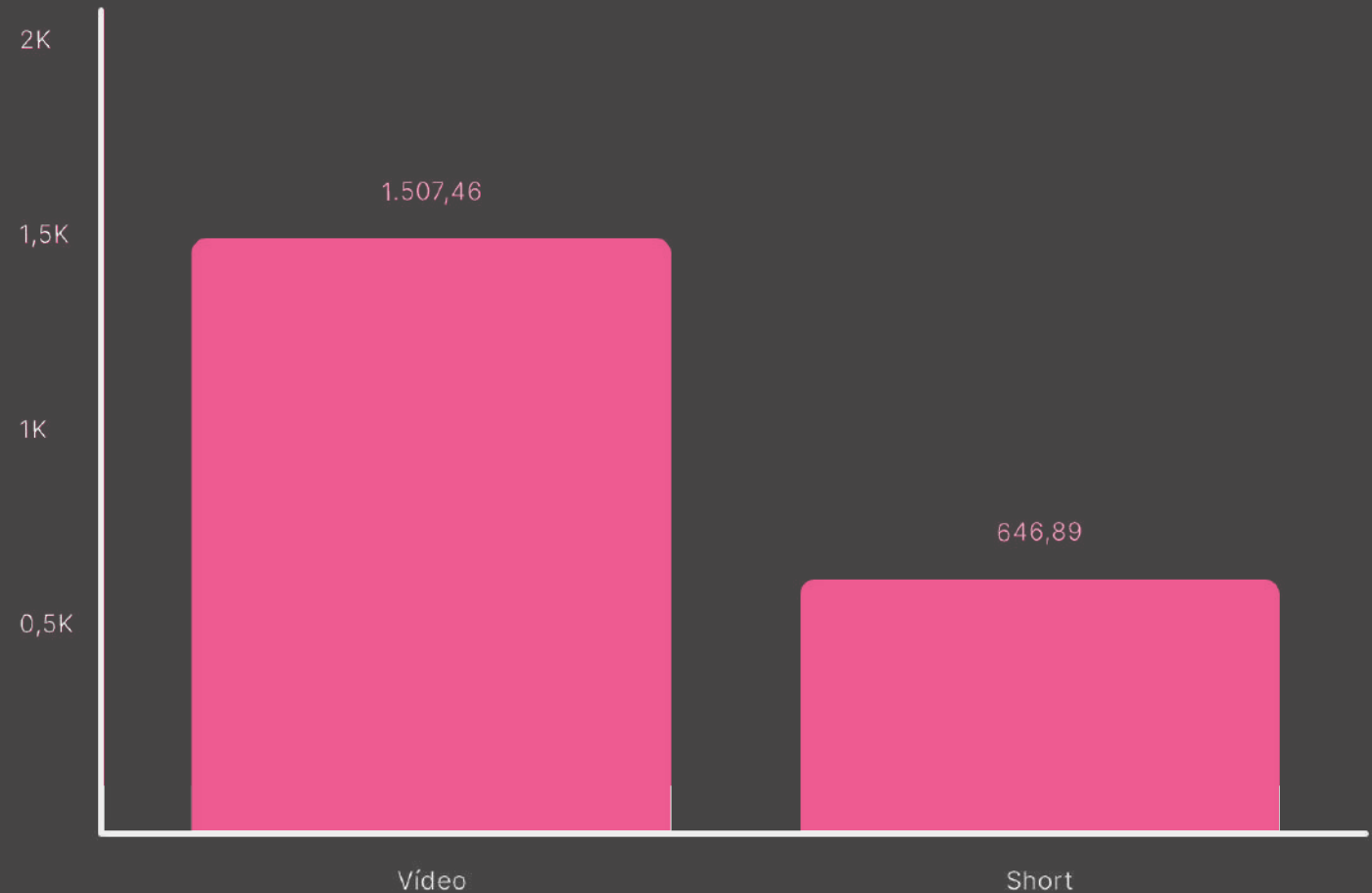
Los shorts de YouTube llegaron a principios de 2021 como alternativa a los microvideos del resto de redes sociales.

Después de todo este tiempo podemos decir que los creadores de contenido, agencias y social media managers los tienen en cuenta para su estrategia pero, ¿han conseguido establecerse al mismo nivel que los vídeos de larga duración, el verdadero protagonista de YouTube?

### Los vídeos largos son los favoritos de los usuarios

Los vídeos siguen siendo el formato favorito de la audiencia en Youtube, acumulando durante la muestra una media de 1507,45 visualizaciones por vídeo. Una cantidad muy superior a las 646,89 visualizaciones de media por vídeo de los shorts.

MEDIA DE VISUALIZACIONES EN YOUTUBE



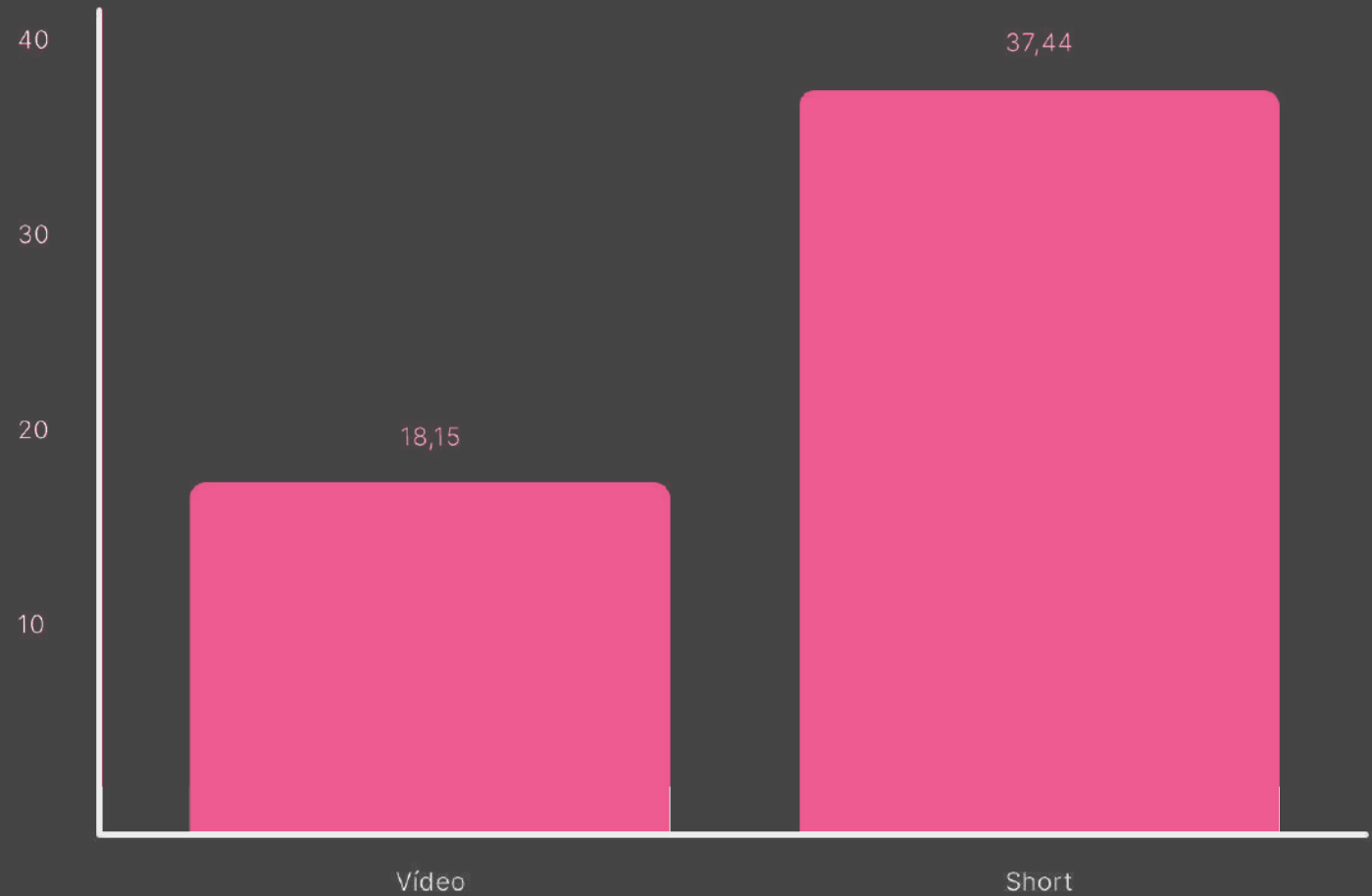
Sin embargo, en las interacciones encontramos datos dispares.

Por ejemplo, **los shorts acumulan más likes 37,44 de media por vídeo, frente a los 18,15 de los vídeos largos.** A su vez los vídeos largos son los que más comentarios reciben, 3,88 por 0,76 de media de los shorts.

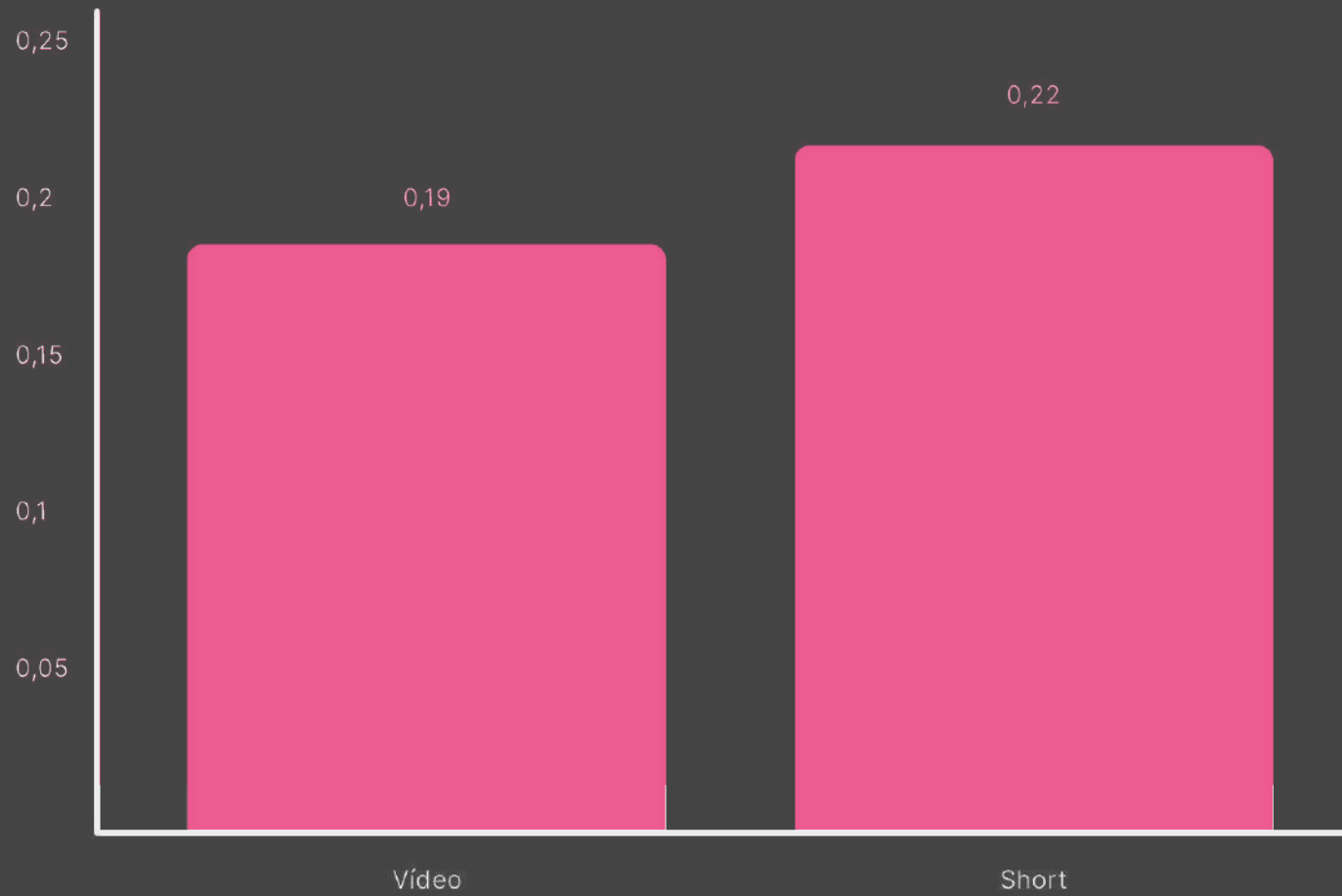
En dislikes, el pulgar abajo, la cosa está más igualada: 0,19 en el caso de los vídeos largos y 0,22 en el caso de los shorts.

Los datos tienen lógica, ya que es más fácil para el usuario dar like desde el móvil al visualizar un short. Lo mismo ocurre con la caja de comentarios: en los shorts tiene que abrir la ventana y perderse la reproducción. Los vídeos largos generan más comentarios porque el contenido da más juego a ello, como la posibilidad de poner enlaces, algo que en shorts no puedes.

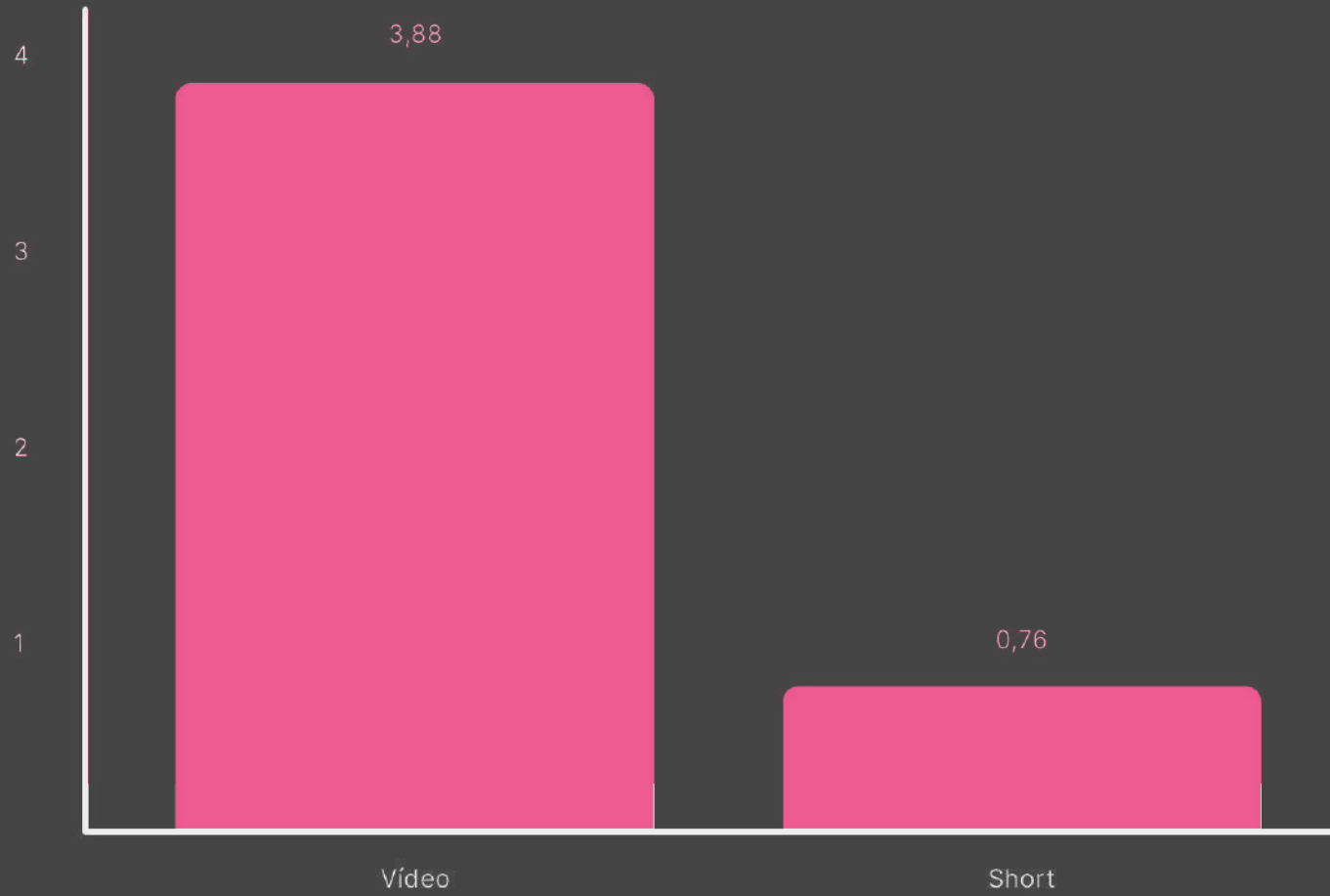
### MEDIA DE LIKES EN YOUTUBE



## MEDIA DE DISLIKES EN YOUTUBE



## MEDIA DE COMENTARIOS EN YOUTUBE





## ¿Reels en Facebook o en Instagram?

Desde que llegaron los reels a las redes sociales de Meta el debate de cuál de los dos funciona mejor ha sido tema del día.

¿En Facebook funcionan tan bien como en Instagram? ¿Es la misma mejor hora en ambas plataformas?

### Los social media managers prefieren los reels de Instagram

Lo cierto es que los datos de la muestra disipan las dudas: **se publican más reels en Instagram que en Facebook. En Instagram contabilizamos 1.687.846 de reels por los 694.683 de Facebook.**

Sí que es cierto que en la muestra recogimos algo menos de la mitad de cuentas de Facebook, 143.143, que de Instagram, 232.385.

Esta diferencia también la observamos en las principales métricas donde, de nuevo, los reels de Instagram doblan a los de Facebook, como es el caso de la media de visualizaciones: 16.152,88 y 8.553,7.

Un hecho que se repite en las interacciones. A mayor cantidad de vídeos y visualizaciones las interacciones aumentan; así tenemos una media de likes de 792,83 en Instagram y de 153,96 en Facebook.

Como resultado de estos datos, otra de las métricas en las que se ve la diferencia entre ambas redes sociales es la de Engagement. Los reels de Instagram consiguen un ratio de engagement de 5,53 mientras que los de Facebook llegan a 2,07.

### INSTAGRAM

**1.687.846** reels

**232.385** cuentas

### FACEBOOK

**694.683** reels

**143.143** cuentas

## Cuándo es mejor publicar un reel de Facebook o Instagram

Uno de los datos que siempre aporta valor al creador de contenido, social media manager o marca es saber la mejor hora a la que se publican los reels.

Y quizás te sorprenda, porque en ambas plataformas los reels que mayor promedio de visualizaciones reciben son los que se suben **a las 00:00 horas con una media de 12.349 visualizaciones en Facebook y de 25.159 visualizaciones en Instagram.**

También coincide la hora en la que más vídeos se publican, a las 18 h: se comparten 119.705 reels de Instagram y 59.816 de Facebook. Una razón para explicar este dato es que Facebook e Instagram están conectadas y en numerosas ocasiones se compartirán al mismo tiempo los reels en ambas plataformas.

Después de comparar y sacar las principales conclusiones comparando los microvideos entre sí, analizamos de forma detallada los aspectos más relevantes de cada red social y formato.



### INSTAGRAM

**25.159** visualizaciones en reels subidos a las 00:00h

**119.704** reels publicados a las 18:00h

### FACEBOOK

**12.349** visualizaciones en reels subidos a las 00:00h

**59.816** reels publicados a las 18:00h



# MICROVIDEOS YOUTUBE



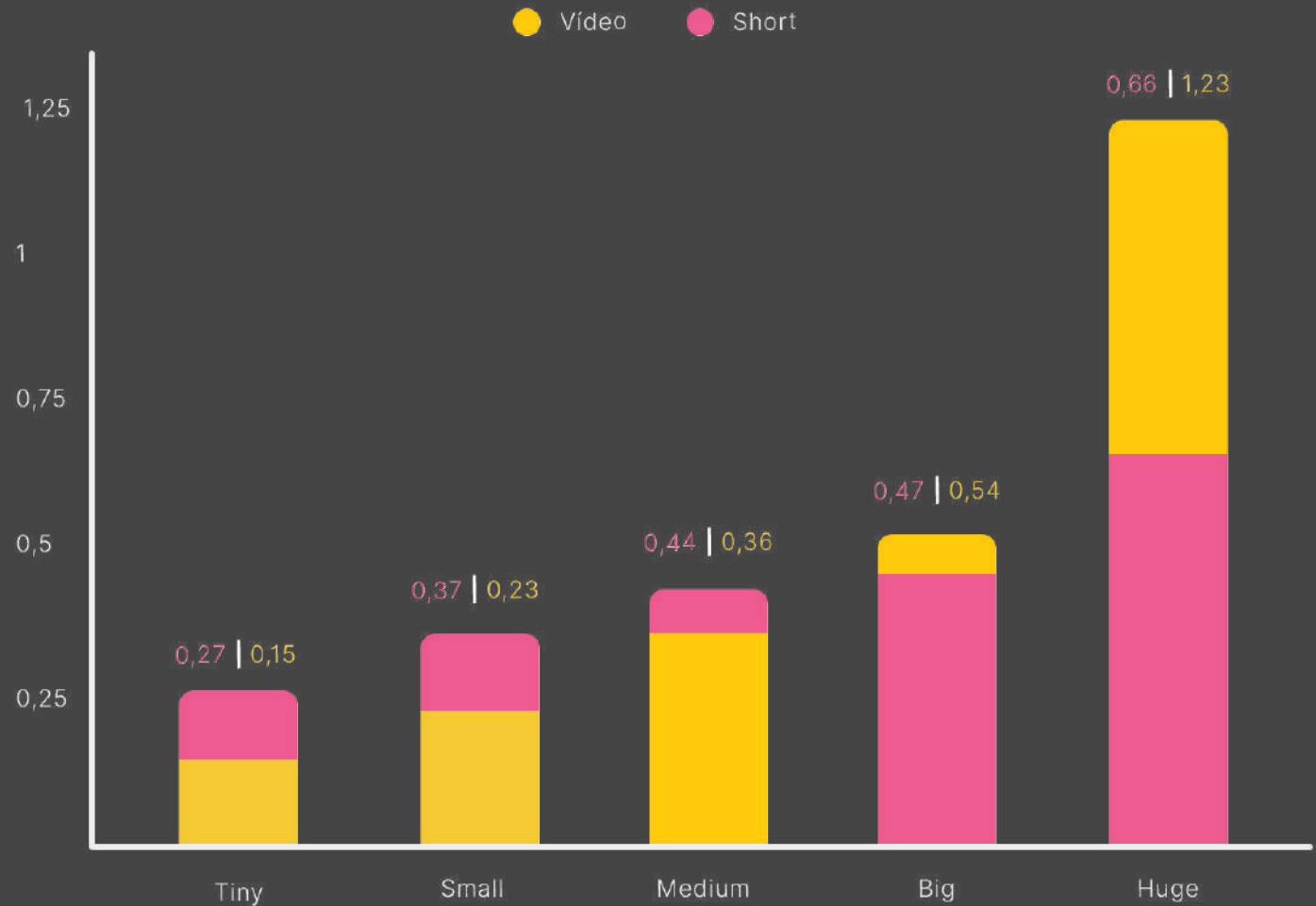
En el apartado de YouTube se han analizado 47.648 cuentas y 636.874 vídeos (331.533 vídeos largos y 350.341 shorts).

## Las cuentas Huge son las que más publican

Hemos calculado el promedio de publicaciones en base al número de cuentas analizadas para mejorar la comparativa. Y es que en la muestra hay una gran diferencia en las cuentas: hay más, por ejemplo, de Tiny que de Big, lo que distorsiona los datos.

Las cuentas de tamaño Huge son las que más shorts y vídeos publican con una media de 0,66 en shorts y 1,23 en vídeos largos por día.

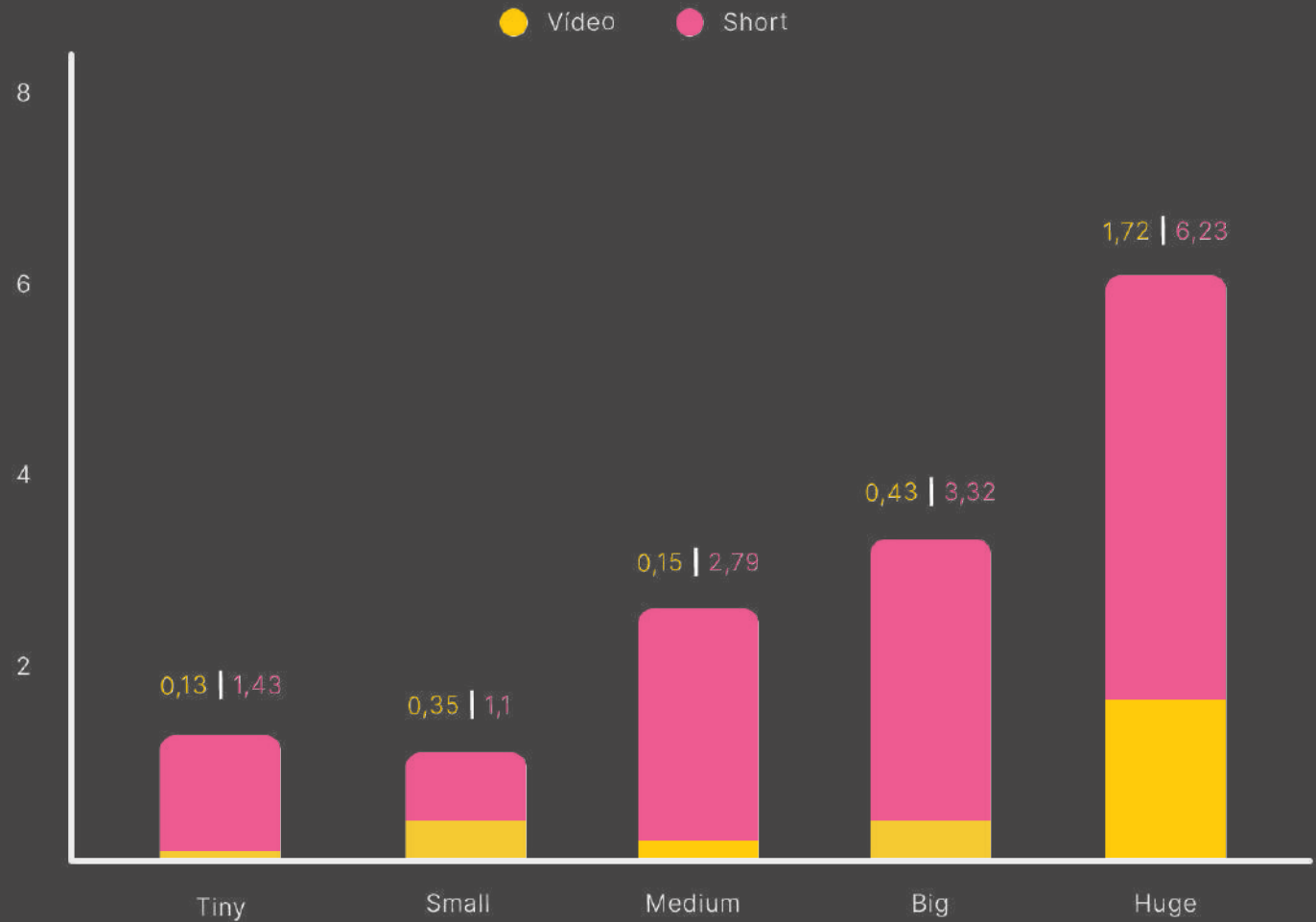
### MEDIA DE PUBLICACIONES AL DÍA EN YOUTUBE



A su vez, son las cuentas Huge las que más engagement consiguen, tanto en vídeos largos como en shorts: 1,72 y 6,23 respectivamente.

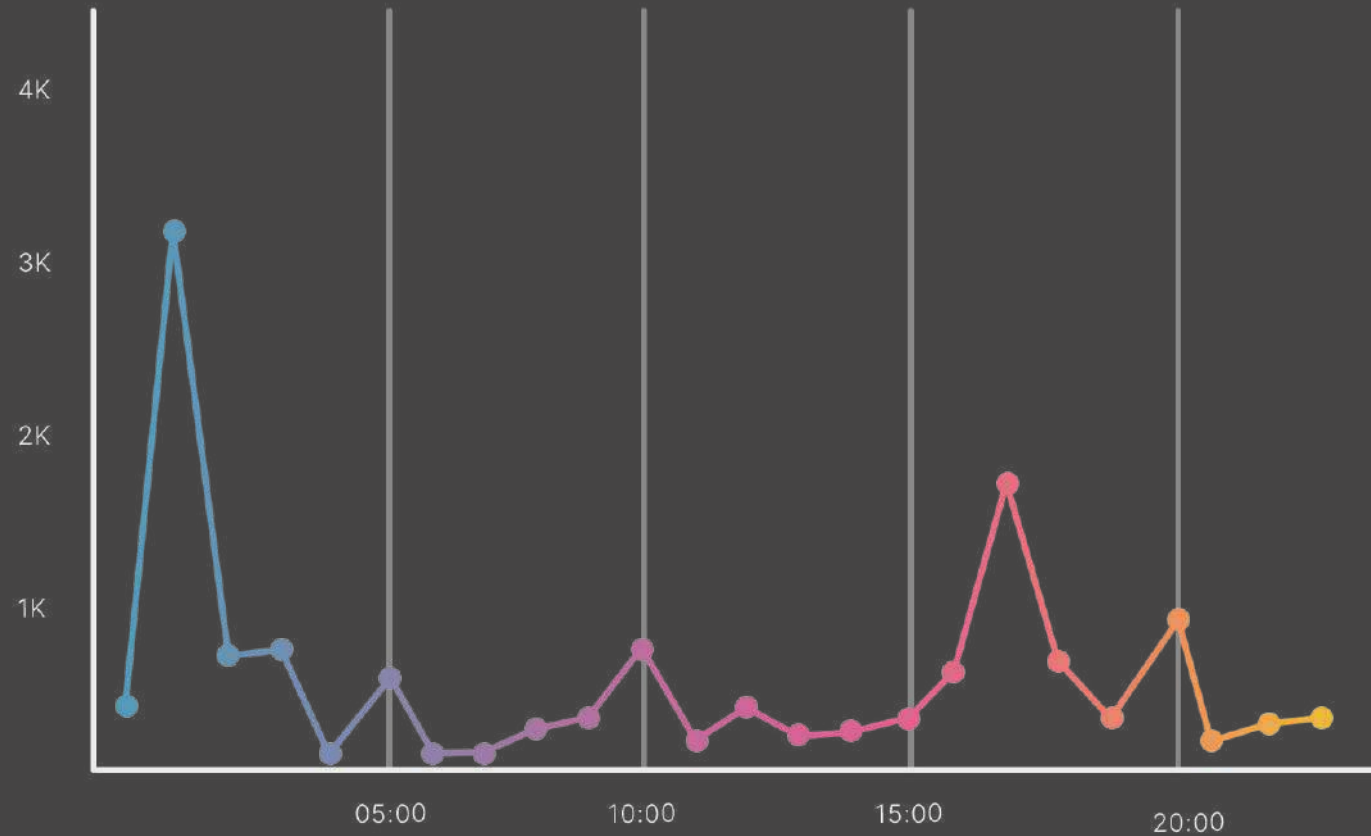
Estas cuentas tienen una comunidad más grande, pero es cierto que es más comprometida con el canal del creador de contenido.

## MEDIA DE ENGAGEMENT POR TAMAÑO DE LA CUENTA



## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar Shorts

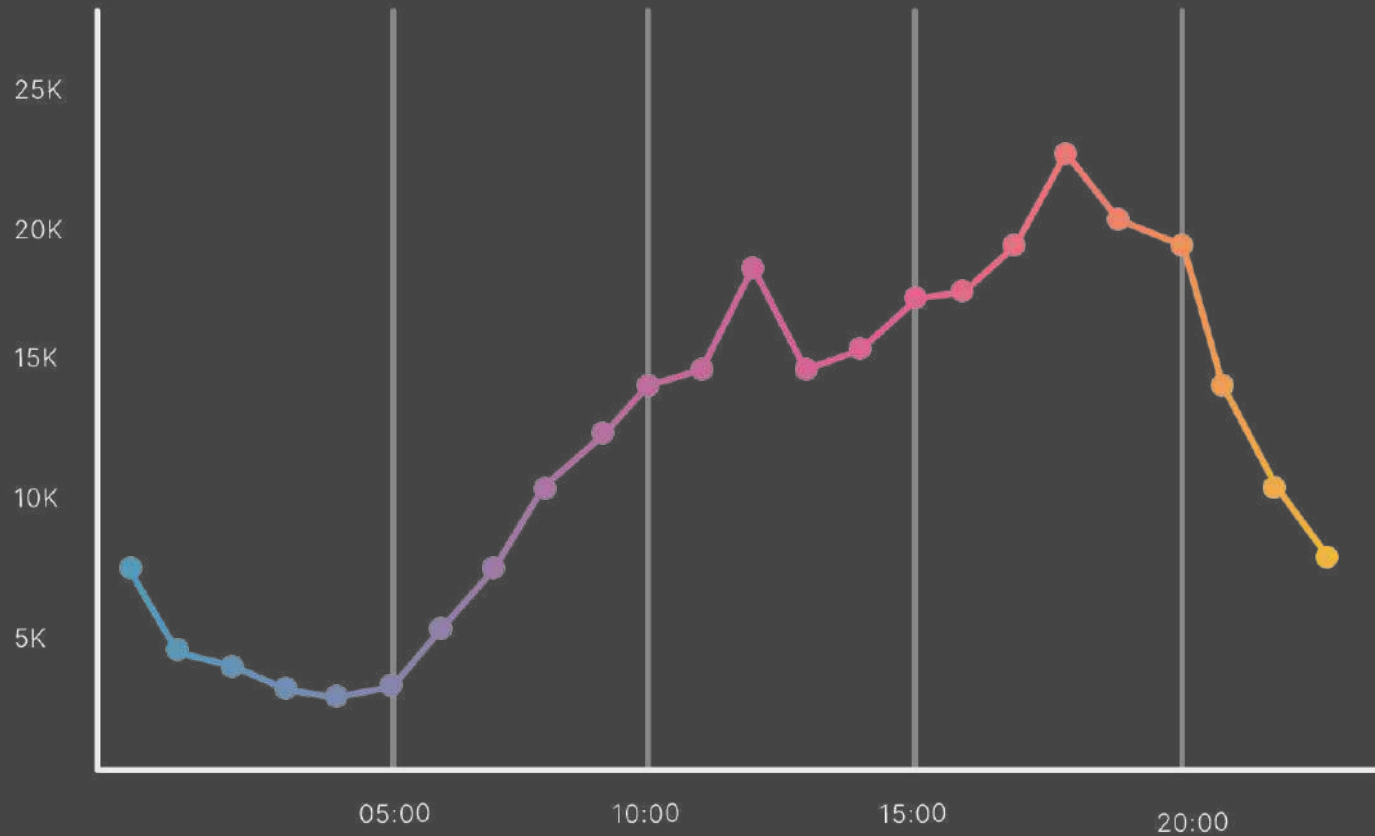
### VISUALIZACIONES DE SHORTS EN FUNCIÓN DE LA HORA DE PUBLICACIÓN



La mejor hora para subir un short es a las 1 am: cuando el contenido ha tenido mayor número de visitas, una media de 3.184,63 visualizaciones por short.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar Shorts

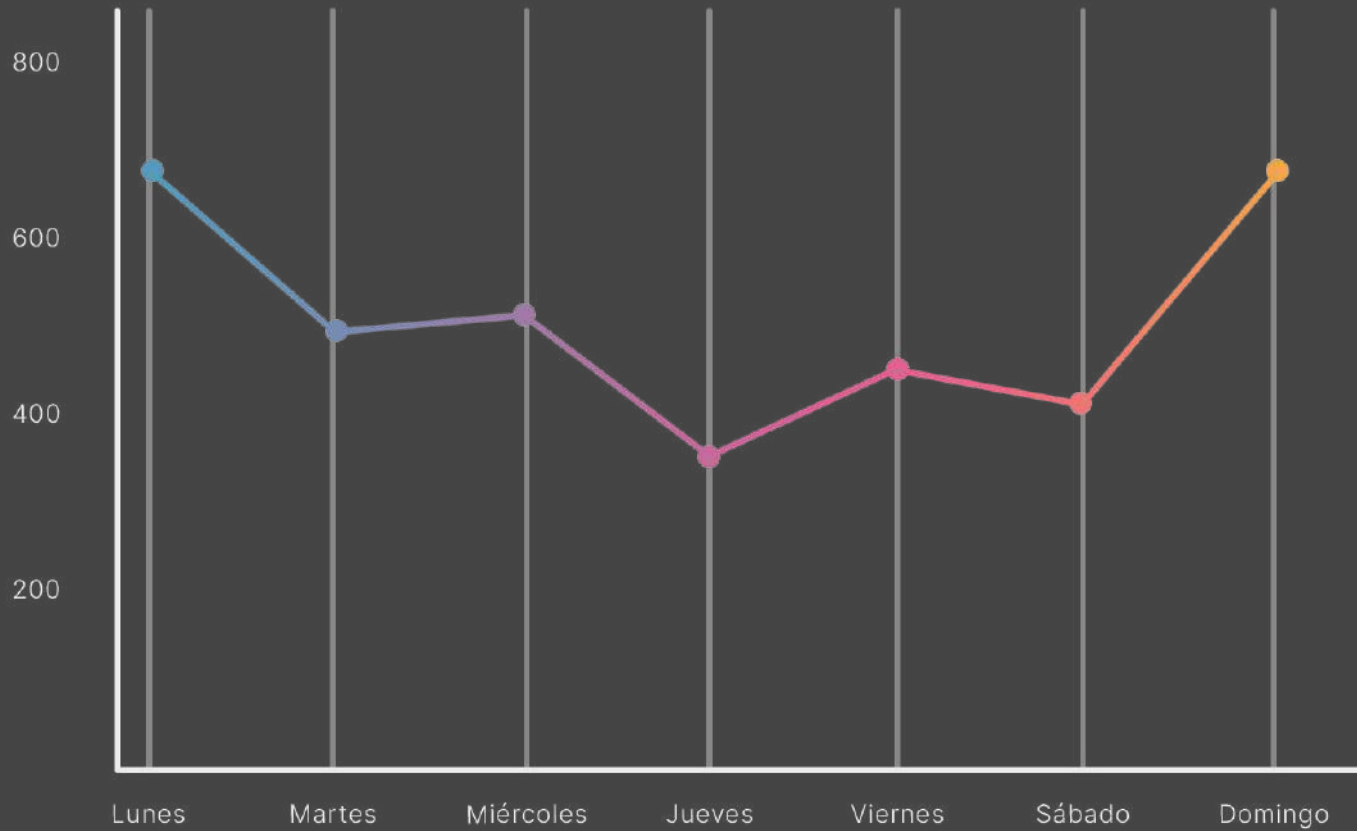
### PUBLICACIONES DE SHORTS EN FUNCIÓN DE LA HORA



La hora en la que más shorts se suben es a las 18 h (22.721 publicaciones). A esa hora, la media de views es de 649,45 por short.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar Shorts

### VISUALIZACIONES DE SHORTS EN FUNCIÓN DEL DÍA DE PUBLICACIÓN

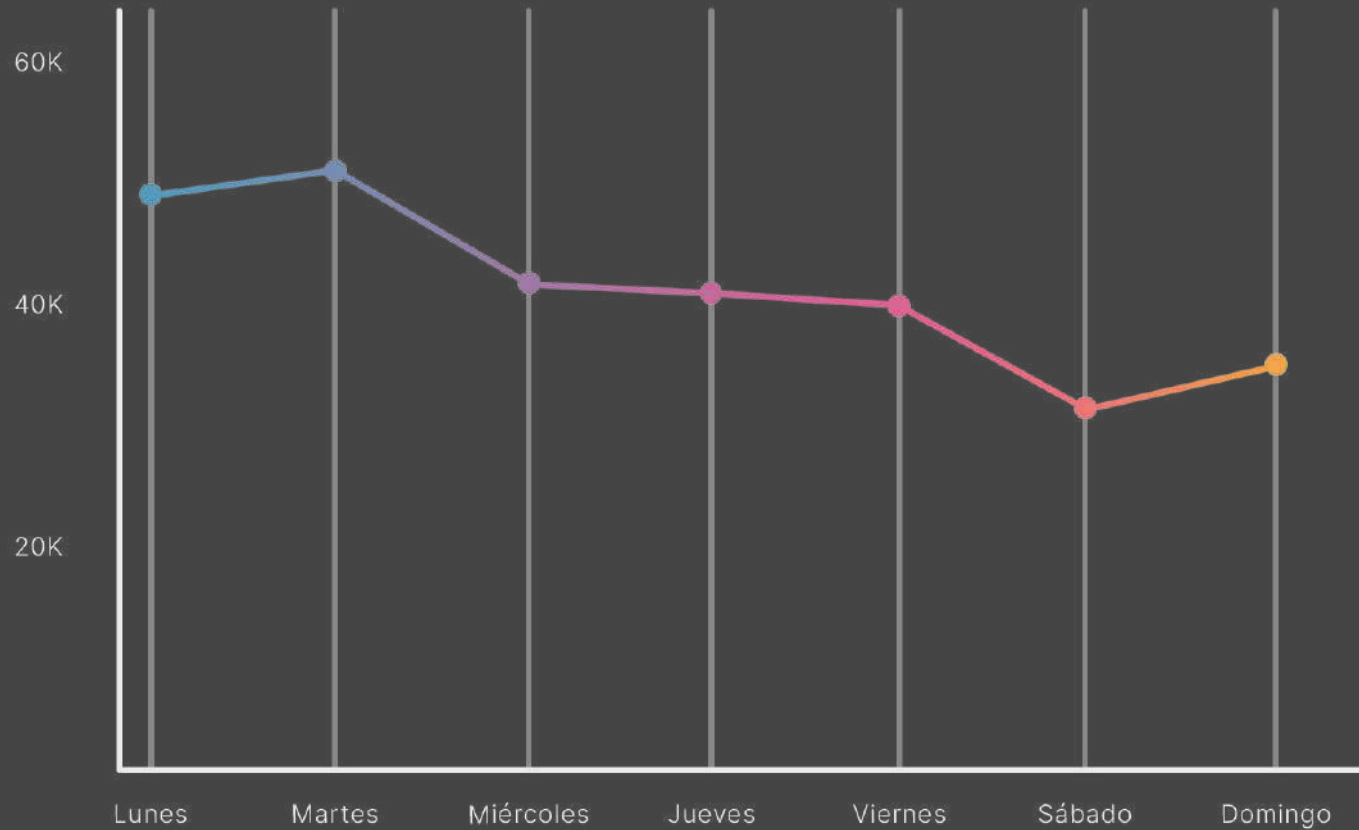


Por su parte, el mejor día son los domingos, con una media de 676,48 visualizaciones por short.



## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar Shorts

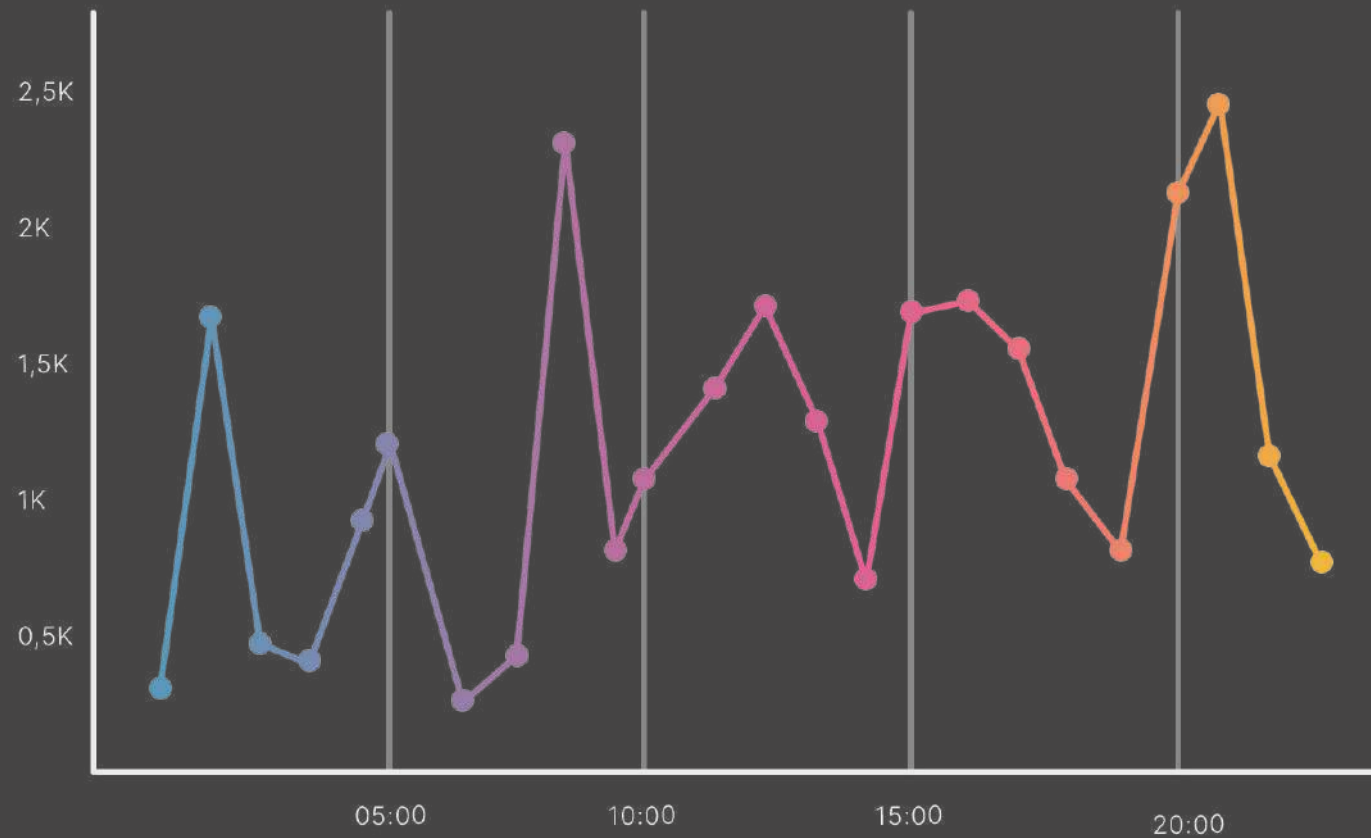
### PUBLICACIONES DE SHORTS EN FUNCIÓN DEL DÍA



El día de la semana que más shorts se suben son los martes, con 50.259 publicaciones. El martes es el cuarto día con mayor dato de visualizaciones, con 490,35 por short.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar vídeos largos

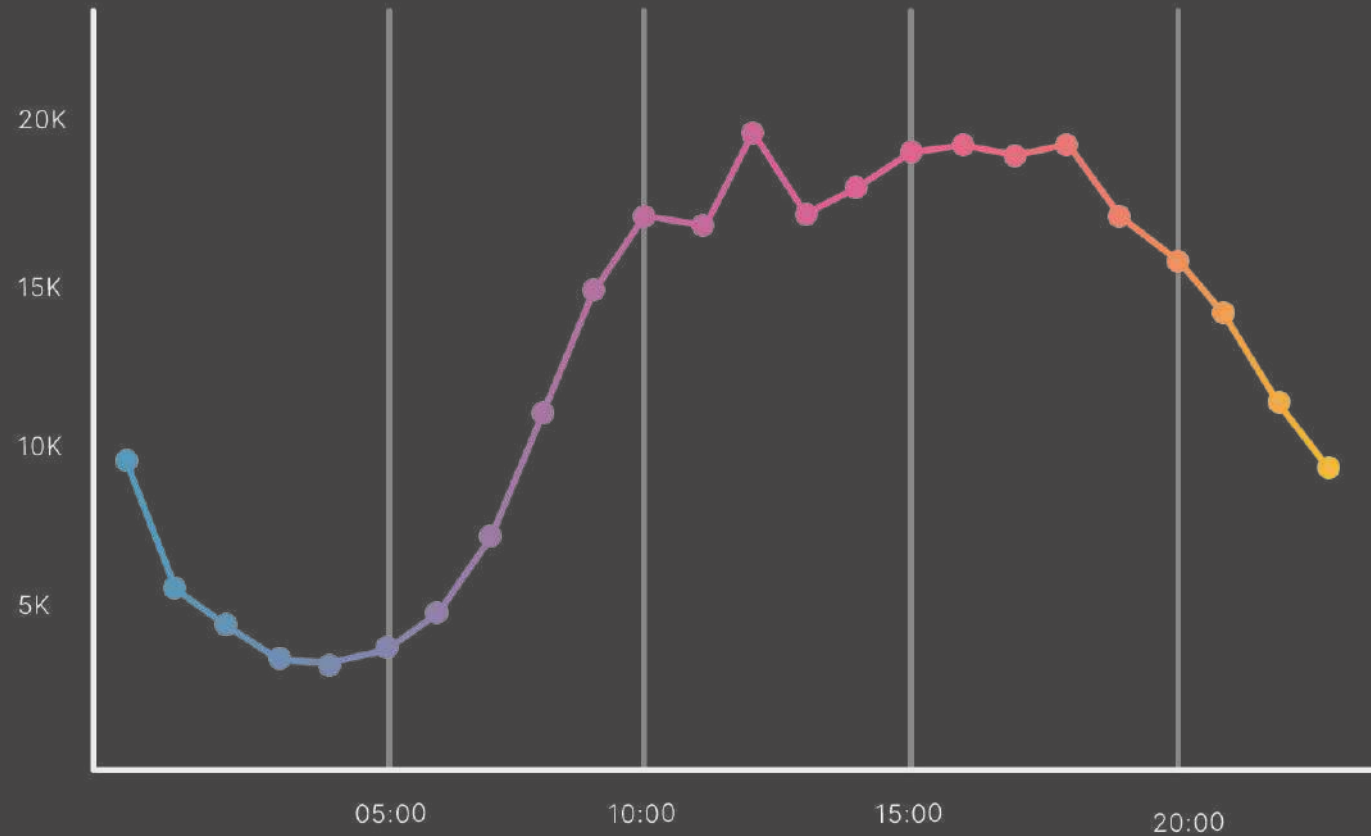
### VISUALIZACIONES DE VÍDEOS EN FUNCIÓN DE LA HORA DE PUBLICACIÓN



La mejor hora del día para compartir un vídeo en YouTube es a las 21 h, registrando una media de 2.499,13 visualizaciones por vídeo.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar vídeos largos

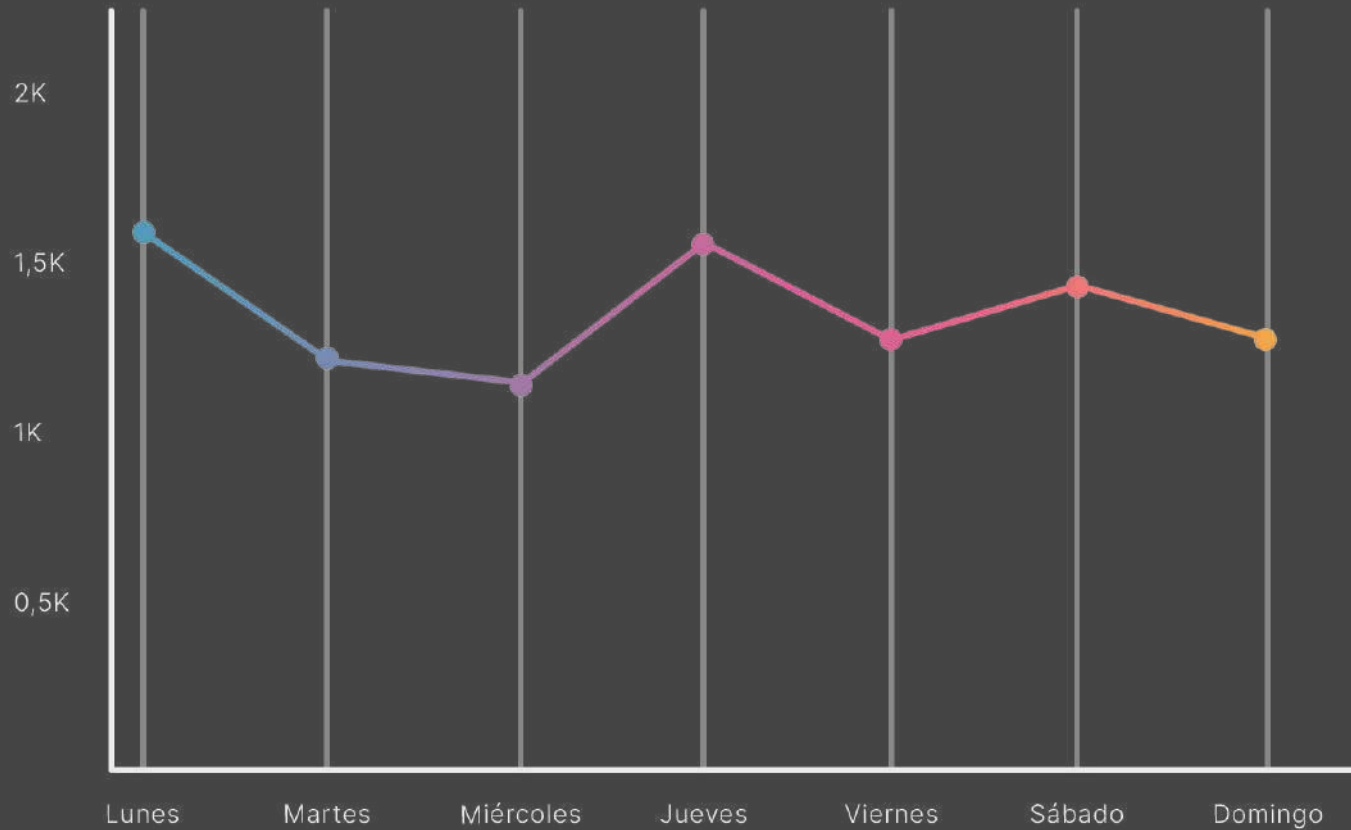
### PUBLICACIONES DE VÍDEOS EN FUNCIÓN DE LA HORA



Sin embargo, la hora en la que más vídeos se suelen publicar es a las 12 horas, cuando hemos contabilizado 19.851 vídeos. Por comparar, a esa hora la media de visualizaciones registradas en el Estudio es de 1.719,27 por vídeo.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar vídeos largos

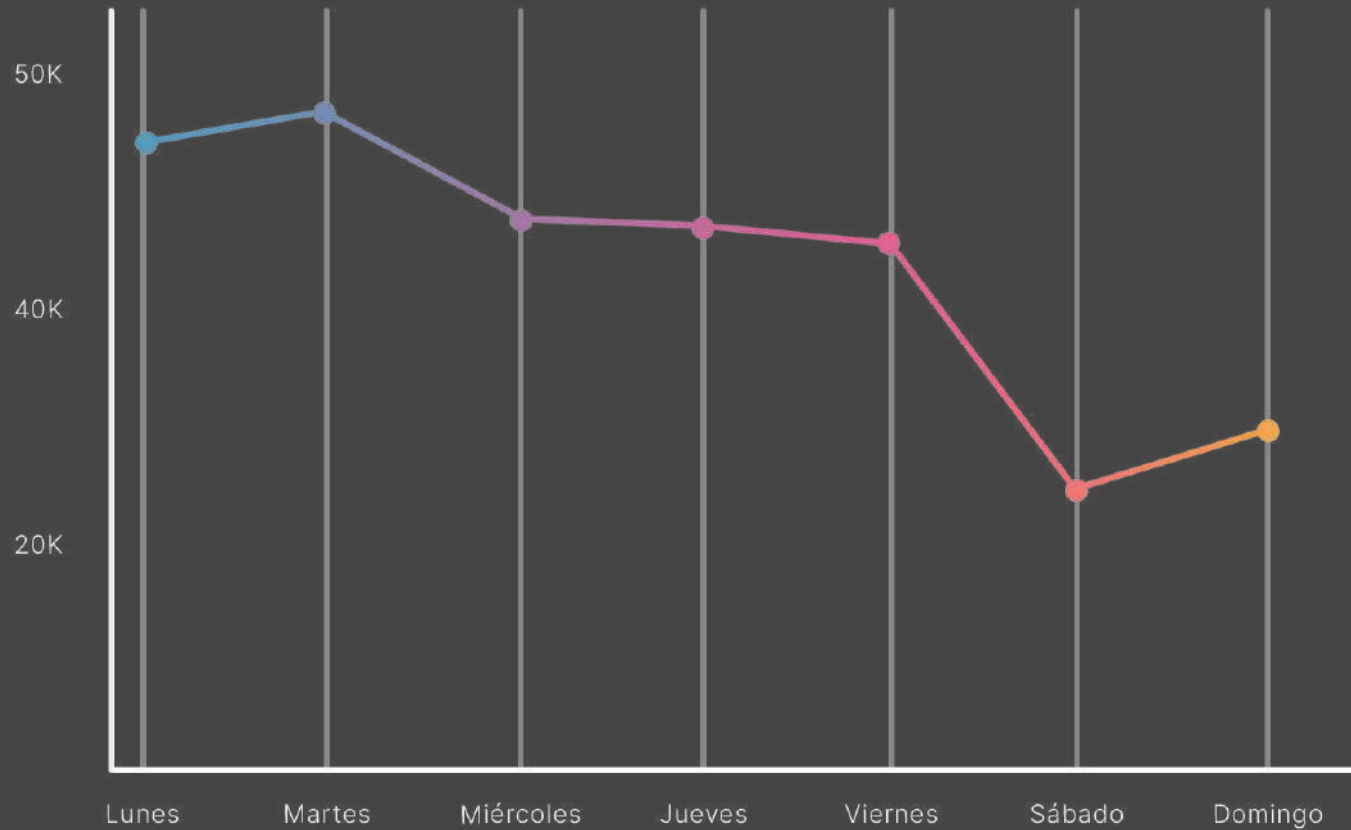
### VISUALIZACIONES DE VÍDEOS EN FUNCIÓN DEL DÍA DE PUBLICACIÓN



El día de la semana en el que más impresiones reciben los vídeos, y por tanto el mejor día de la semana, son los lunes, con una media de 1.533,63 por vídeo.

## Cuál es la mejor hora y mejor día para publicar vídeos largos

### PUBLICACIONES DE SHORTS EN FUNCIÓN DEL DÍA



Por su parte, el día de la semana en el que más vídeos se comparten en la plataforma es el martes con 56.736 vídeos. Ese día contabilizamos una media de 1.193,19 visualizaciones.

# MICROVIDEOS TIKTOK



TikTok, la plataforma pionera del microvideo, **se ha convertido en uno de los principales métodos de búsqueda que utilizan los usuarios. Así que es todo un reto para marcas, social media managers y agencias** sacar el mejor contenido en esta red social para aparecer en los buscadores.

¿Cuál es la mejor duración de un TikTok? ¿Cuándo es mejor publicar un vídeo en la red social de los vídeos cortos?

Preguntas a las que hemos intentado **dar respuesta a través de los datos y del análisis de 747.071 vídeos de TikTok extraídos de 61.616 cuentas.**



## Las cuentas con más seguidores son las que más vídeos publican por día

Uno de los datos interesantes para subir un TikTok es fijarse en cómo lo hacen las cuentas similares en seguidores.

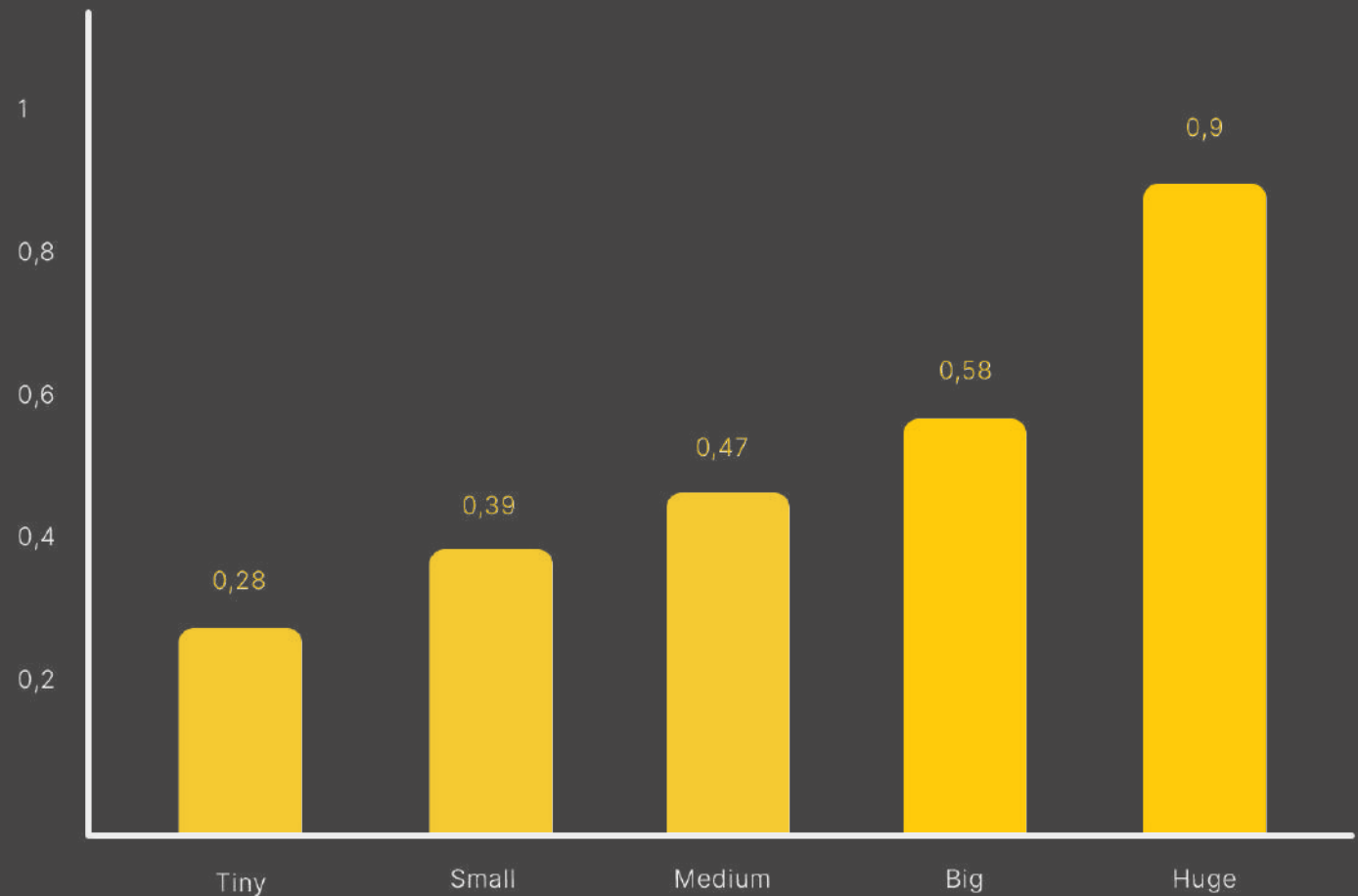
Así, hemos visto que las cuentas **Huge son las que más vídeos publican por día, una media de 0,9 TikToks** y a una gran distancia de las cuentas Big, con una media de 0,58 vídeos por día.

A su vez, **las cuentas Tiny son las que menos publican por día, con una media de 0,28 vídeos.**

Como vemos en la gráfica de la parte inferior, conforme las cuentas tienen más seguidores más publican: **lo que podemos entender como una forma de mantener el compromiso de contenido diario con su comunidad.**

De hecho, **las cuentas Huge obtienen el mejor ratio de engagement con 6,28, casi el doble que las cuentas Tiny (3,22).**

### MEDIA DE PUBLICACIONES AL DÍA EN TIKTOK



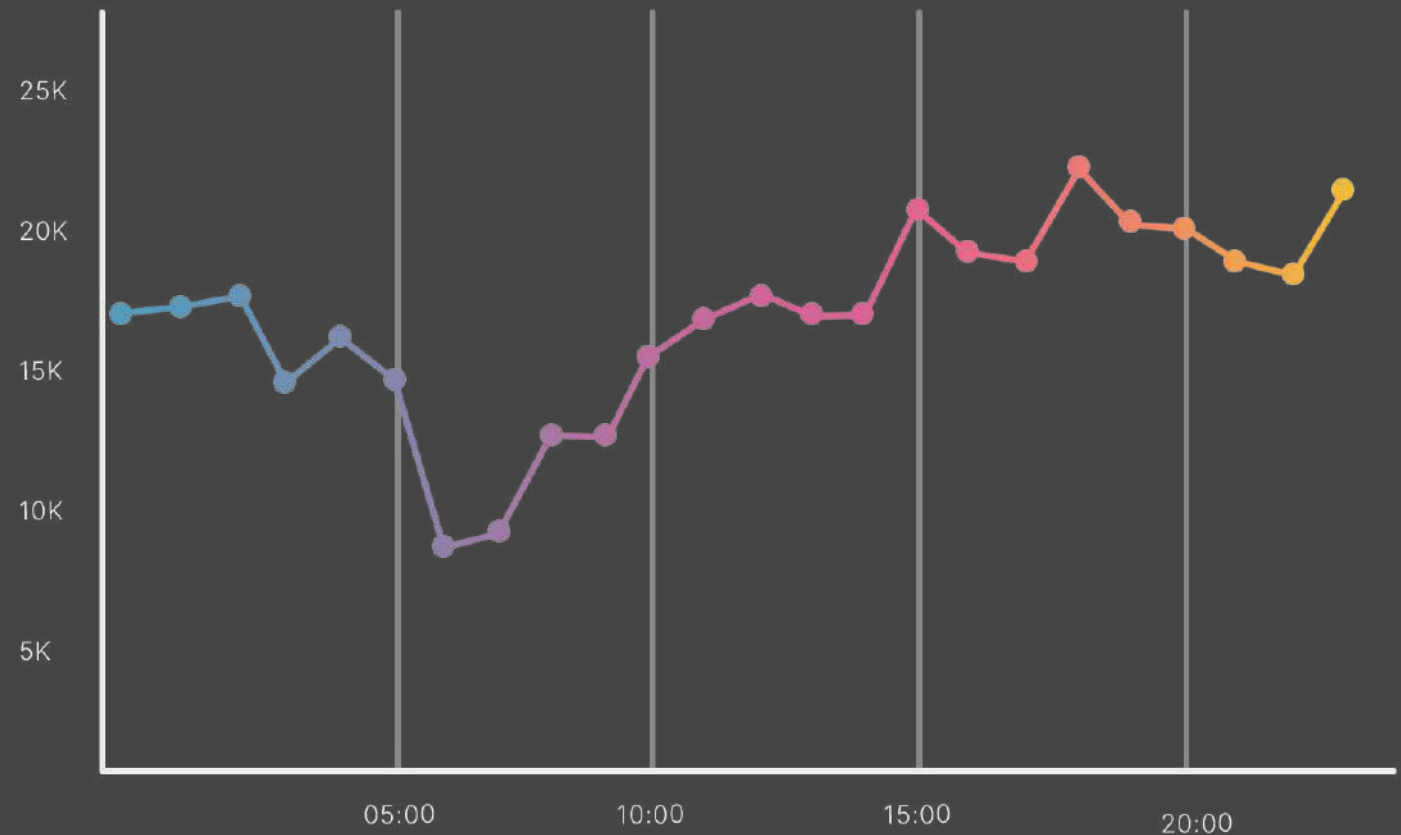


## Cuál es la mejor hora para subir un TikTok

Una de las grandes dudas a la hora de compartir contenido en TikTok es saber cuál es la mejor hora para ello. **A pesar de que cada cuenta tiene una mejor hora, nosotros hemos querido saber cuál es la hora en la que más visualizaciones se consiguen.**

Con la muestra de TikTok, **la mejor hora para subir un vídeo es a las 18 horas, donde se obtiene una media de 22.459 visualizaciones.**

### VISUALIZACIONES EN TIKTOK EN FUNCIÓN DE LA HORA DE PUBLICACIÓN

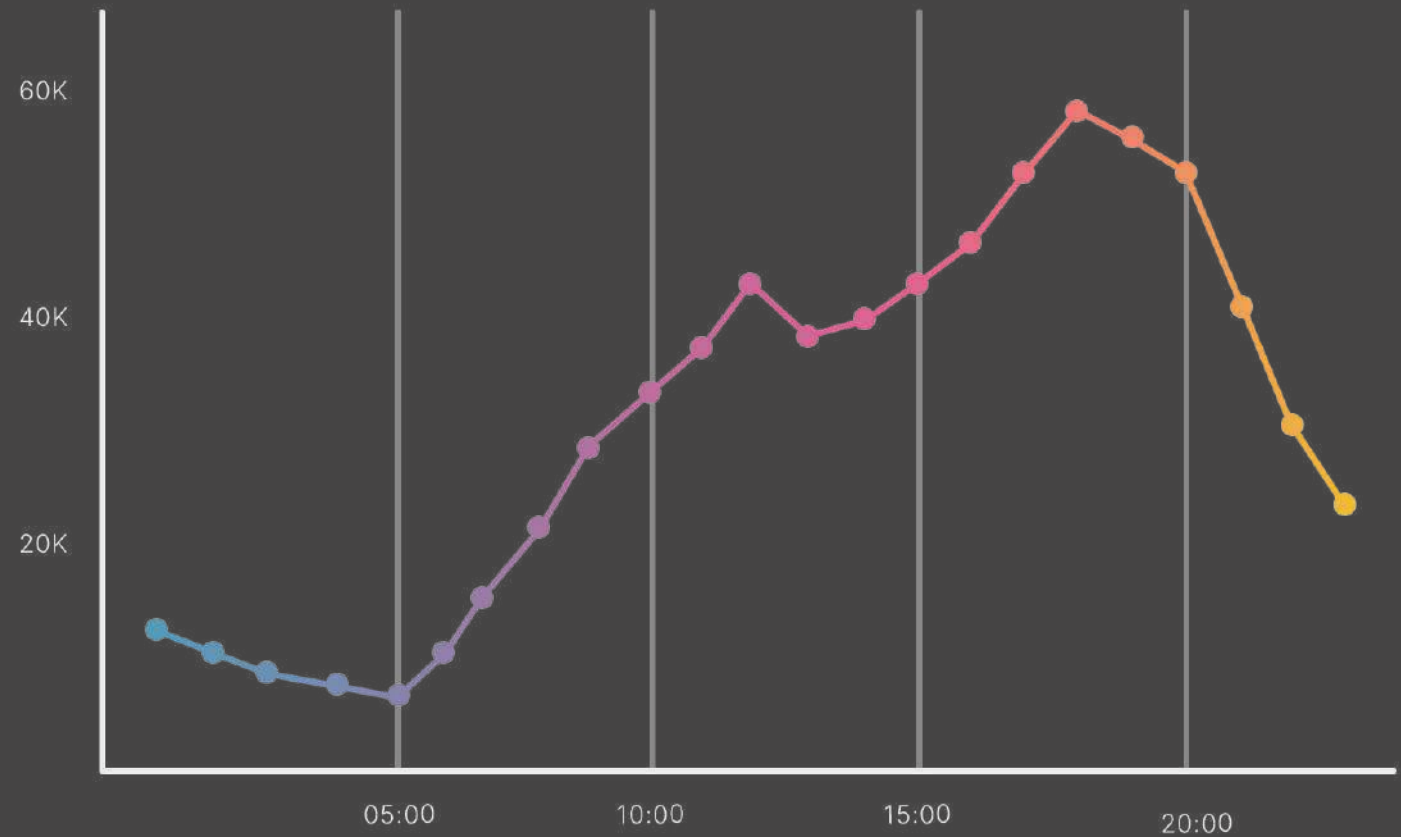


## Cuál es la mejor hora para subir un TikTok

La mejor hora para publicar en TikTok es a las **18 horas**

Una hora, las 18 horas, que coincide con el momento en el que más vídeos se publican: 59.106.

## VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DE LA HORA EN TIKTOK

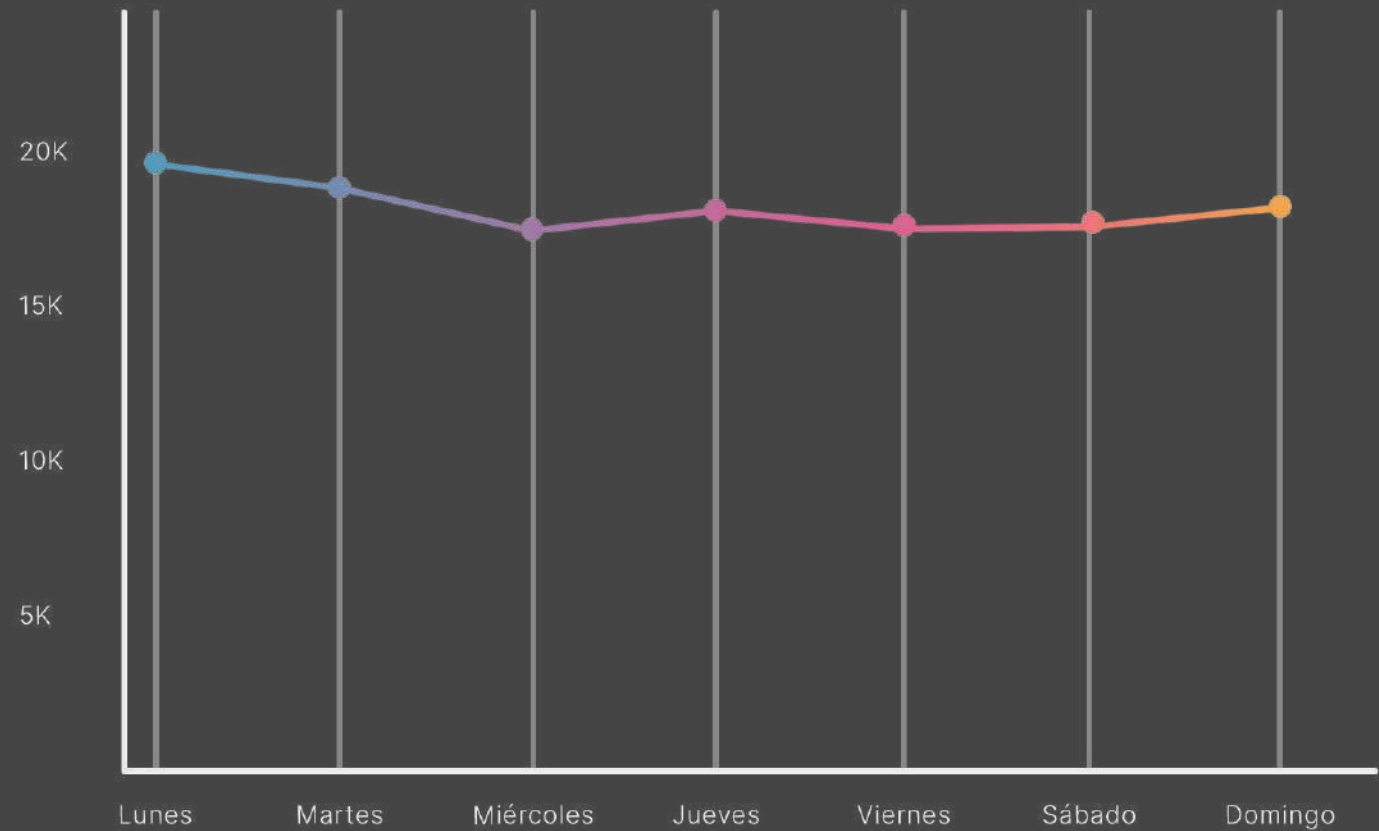


## Cuál es el mejor día para publicar en TikTok

Los **lunes** es el mejor día para subir un video a TikTok

Por su parte, el mejor día de la semana para publicar es el lunes, cuando se obtienen una media de 19.507 visualizaciones por vídeo.

### VISUALIZACIONES EN TIKTOK EN FUNCIÓN DEL DÍA DE PUBLICACIÓN

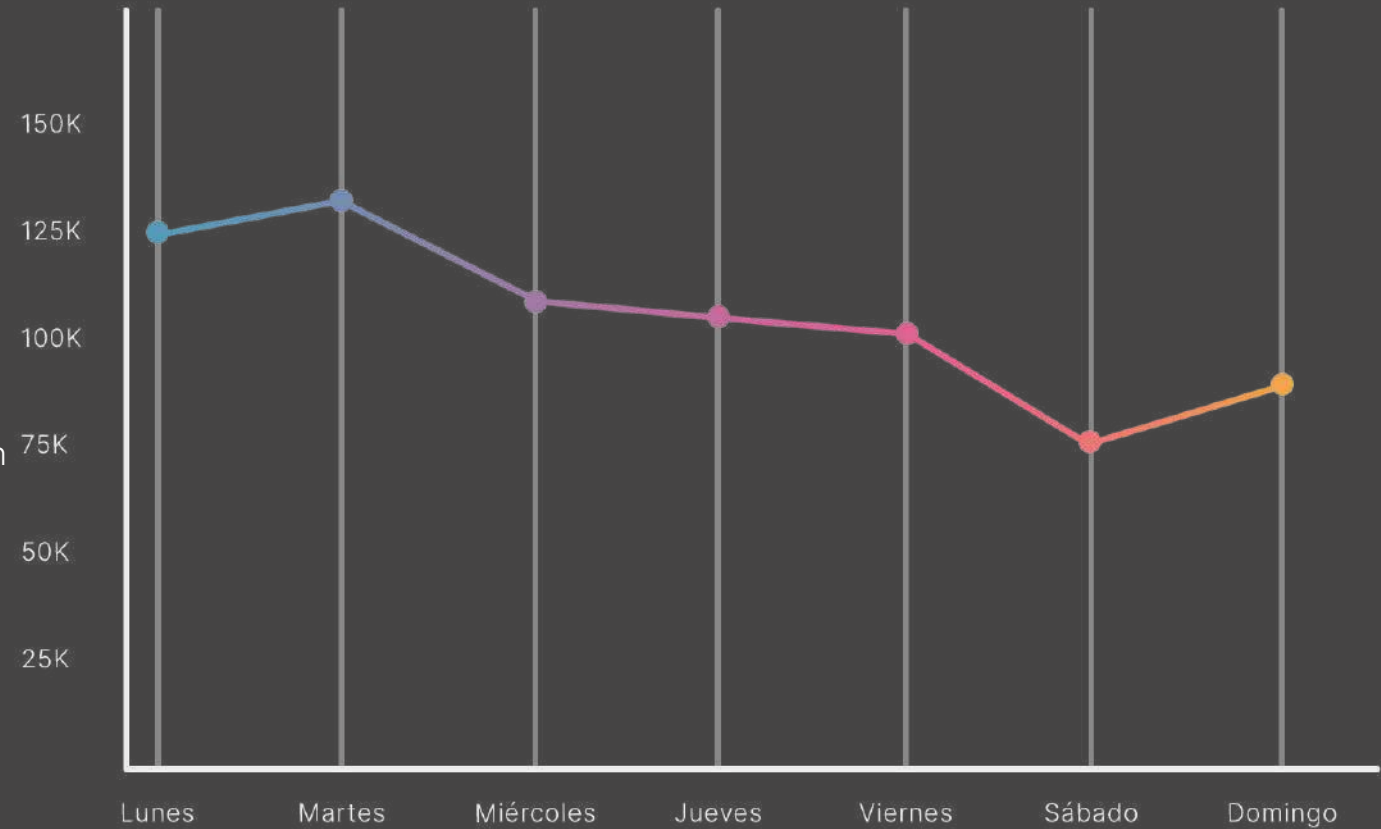


## Cuál es el mejor día para publicar en TikTok

A diferencia de la mejor hora para publicar en TikTok, el día de mayor frecuencia sí difiere del mejor día. Así pues, el día que más contenido se publica es el martes, con 132.555 vídeos contabilizados. Aún así, el lunes es el segundo día en el que más vídeos se publican: 127.458 vídeos.

El día con menos visualizaciones en TikTok es el miércoles, que obtiene una media de 17.469 visualizaciones por vídeo.

## VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DEL DÍA EN TIKTOK



## Duración ideal de un TikTok

Con cada cambio de TikTok o cada nueva duración que incluye la red social surge la misma pregunta, **¿existe una duración ideal para que un vídeo sea viral en TikTok?**

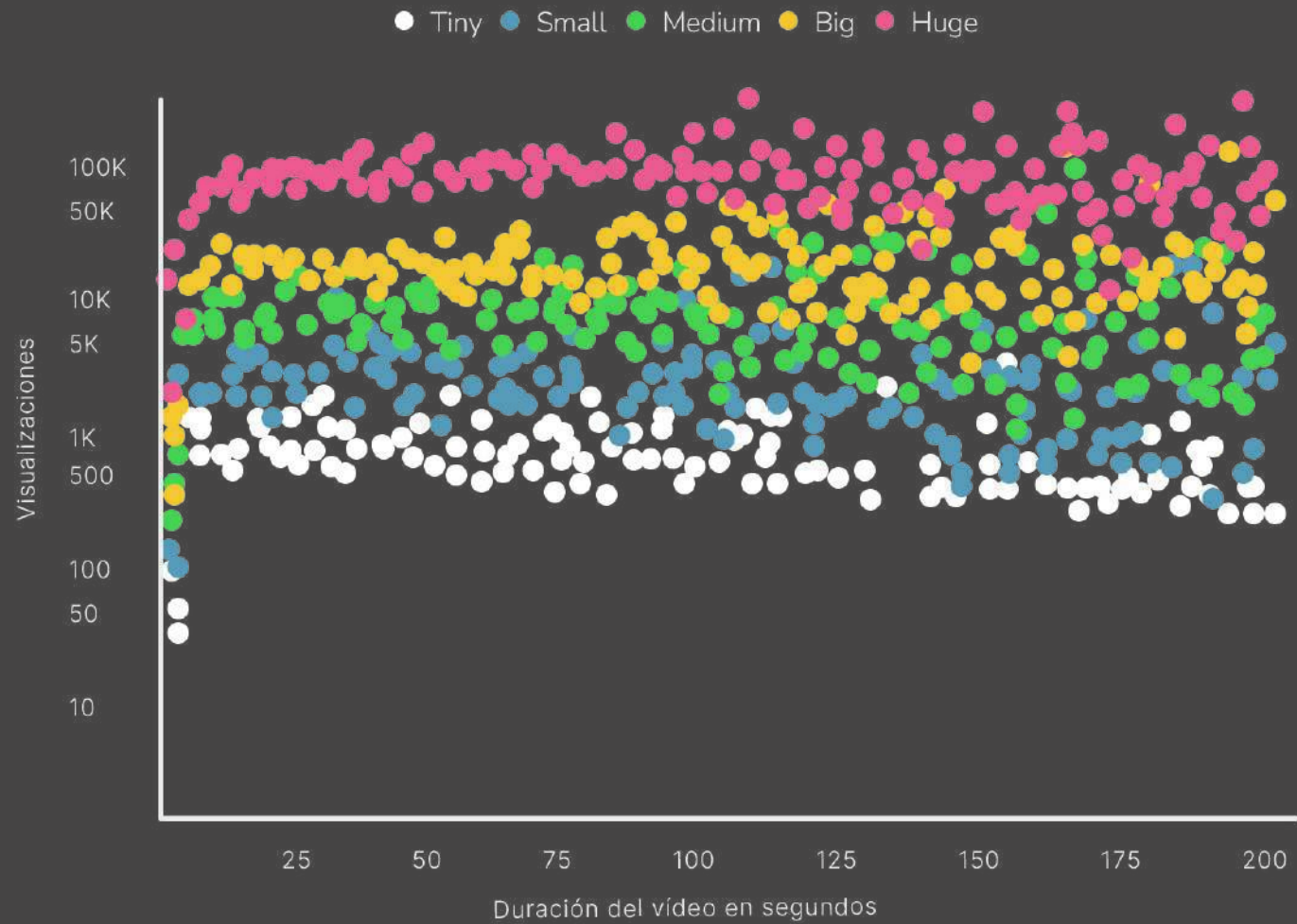
La respuesta es que no: **porque la duración es solo uno de los tantos factores que intervienen en la viralidad de un contenido**, como el SEO que hayas trabajado, los hashtags o las veces que se comparte.

Aún así, hemos querido sacar el dato de qué duración media obtienen los vídeos más populares según el tamaño de cuenta.

- En las cuentas **Tiny los vídeos que duran 156 segundos (2,6 minutos)** son los que más visualizaciones obtienen, con una media de 15.088,2.
- En las cuentas **Small** la duración donde más visualizaciones se obtienen (549.659 de media por vídeo) **es de 392 segundos, (6,53 minutos).**
- En las cuentas **Medium** la duración aumenta hasta los **429 segundos (7,15 minutos)** obteniendo una media de 803.775,33 visualizaciones.
- En las cuentas **Big**, los vídeos que duran **449 segundos (7,48 minutos)** son los que más visualizaciones consiguen, con una media de 541.686,4 visualizaciones.
- En las cuentas **Huge** la duración desciende a los **437 segundos (7,28 minutos)** y la mayor cifra de visualizaciones por vídeo, una media de 1.105.705,5 por vídeo.



## VISUALIZACIONES EN FUNCIÓN DE LA DURACIÓN DEL VÍDEO EN TIKTOK



# MICROVIDEOS INSTAGRAM



Instagram **probó la fórmula del éxito de TikTok con los microvideos y así empezó la aventura de los reels**, que más tarde también llegarían a Facebook.

En la red social de las fotografías los reels han sido todo un éxito pero, ¿han superado a los de TikTok? **¿Coinciden las mejores horas o el público es totalmente diferente?** ¿Cuál es el día en el que más reels se comparten?

Para dar respuesta a estas preguntas **hemos analizado 232.385 cuentas de Instagram y 1.687.846 de reels.**





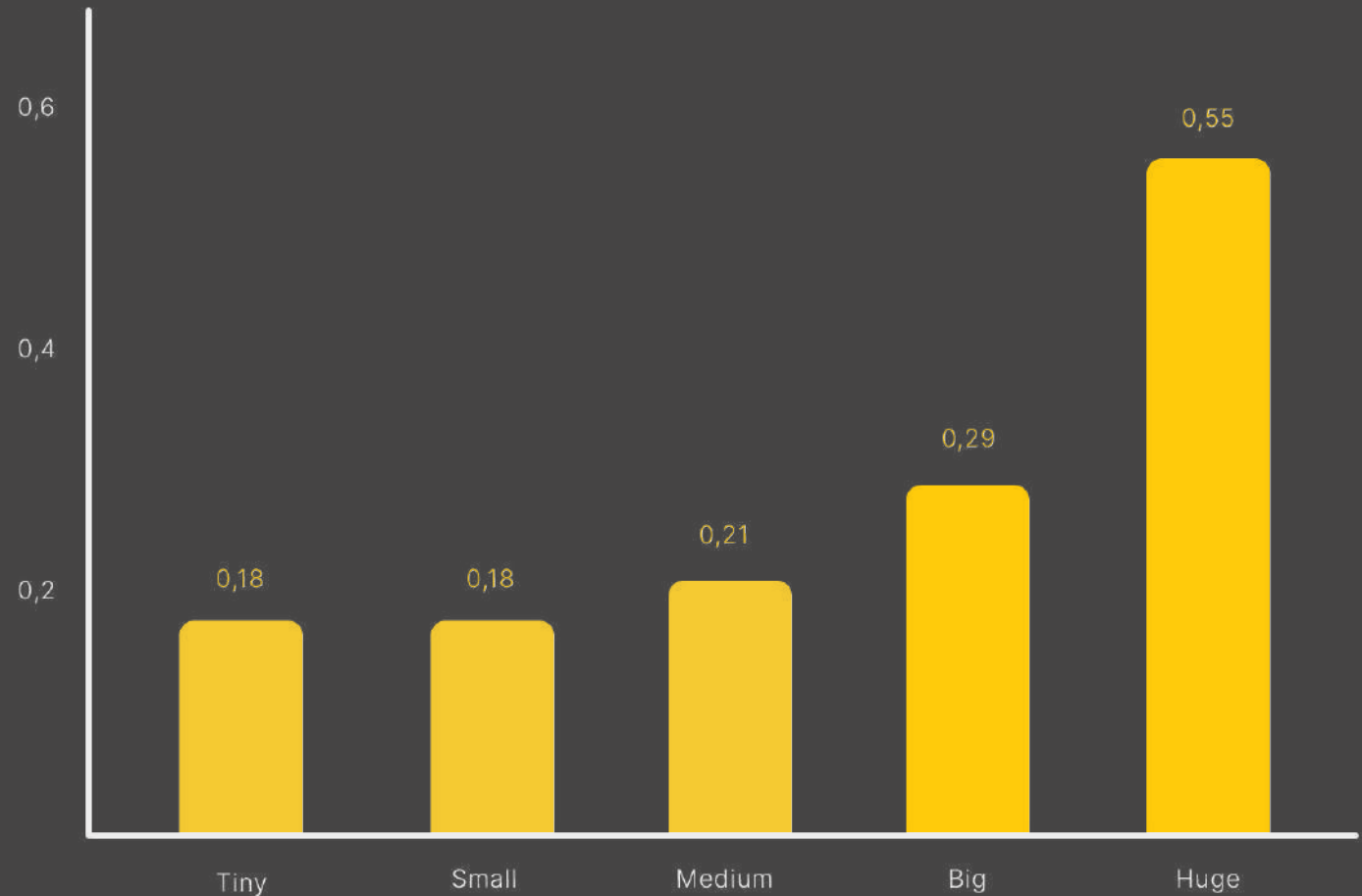
## Las cuentas Huge publican más reels de media

¿Cuál es la frecuencia de publicación por día según el tamaño de cuenta de Instagram? Este dato es interesante para comparar tu cuenta con la del Estudio y ver qué diferencias encuentras.

Pues bien, **si tu cuenta es Huge ten en cuenta que hemos registrado una media de 0,55 reels al día**, una media alta en comparación con el resto de cuentas. Las Big publican algo más de la mitad, 0,29 reels al día y las cuentas Medium 0,21.

En cambio, **las cuentas Small y Tiny** publican el mismo número de reels de media al día, 0,18.

## MEDIA DE PUBLICACIONES AL DÍA EN INSTAGRAM



## El engagement más alto es para las cuentas Tiny

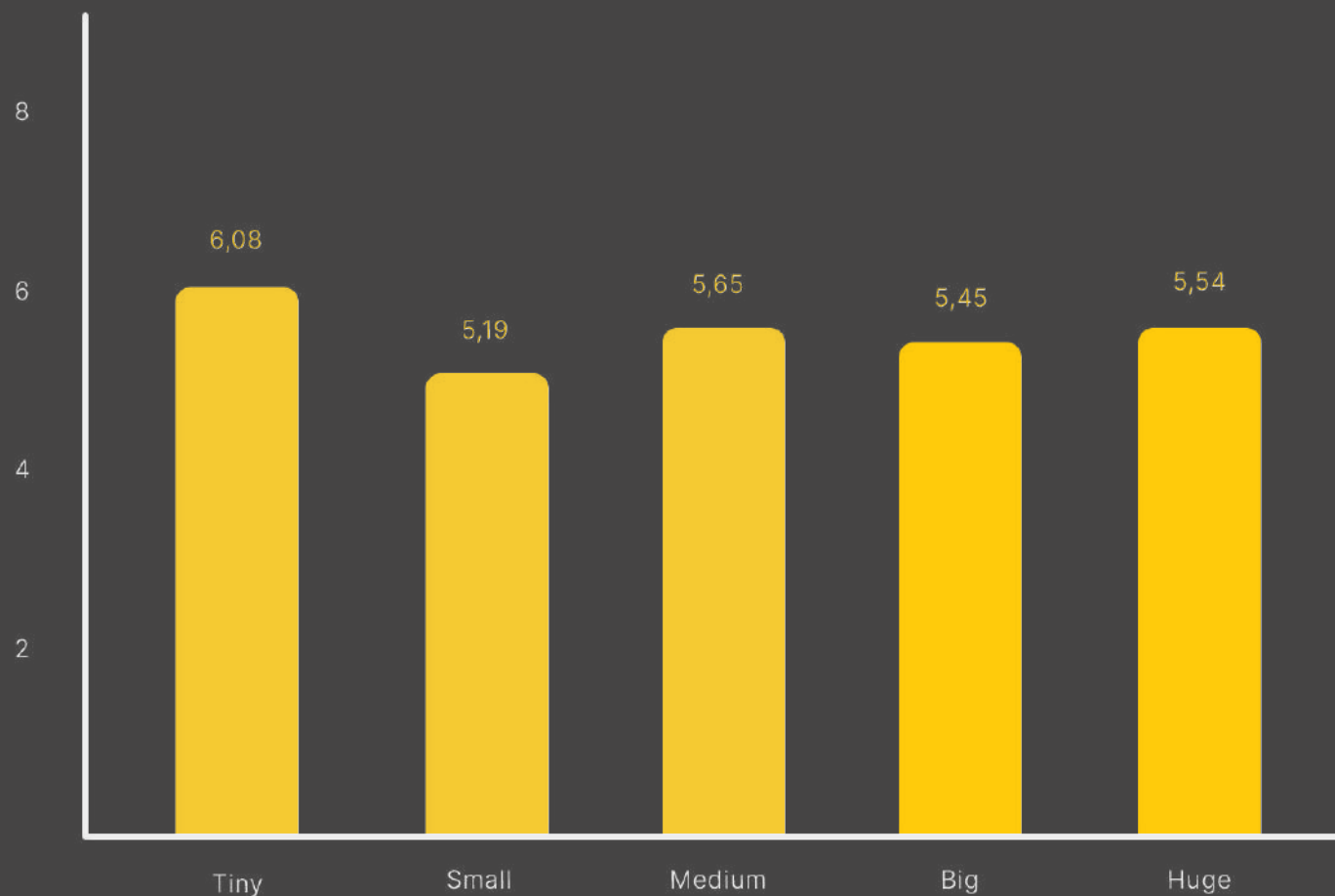
A pesar de que son las cuentas Huge las que más publican de media por día, los datos del engagement han dejado un información curiosa: **las cuentas Tiny son las que mejor ratio de engagement obtienen con un 6,08.**

Sí que es cierto que el resto de cuentas no quedan lejos. **De hecho, son las Medium con un ratio de 5,65 las que más cerca están.** Por su parte, las Huge y Big se quedan con 5,54 y 5,45 respectivamente. **En último lugar, casi un punto por debajo del ratio de las Tiny, están las Small con un 5,19.**

¿Qué conclusión extraemos de este dato? Sin duda que en las comunidades pequeñas, **como las Tiny, los usuarios mantienen el compromiso con las cuentas y contenido que siguen.**

Además, **el hecho de que en la fórmula del engagement intervenga el número de seguidores consigue que el ratio de engagement incremente.**

ENGAGEMENT RATE DE LOS REELS SEGÚN EL TAMAÑO DE LA CUENTA



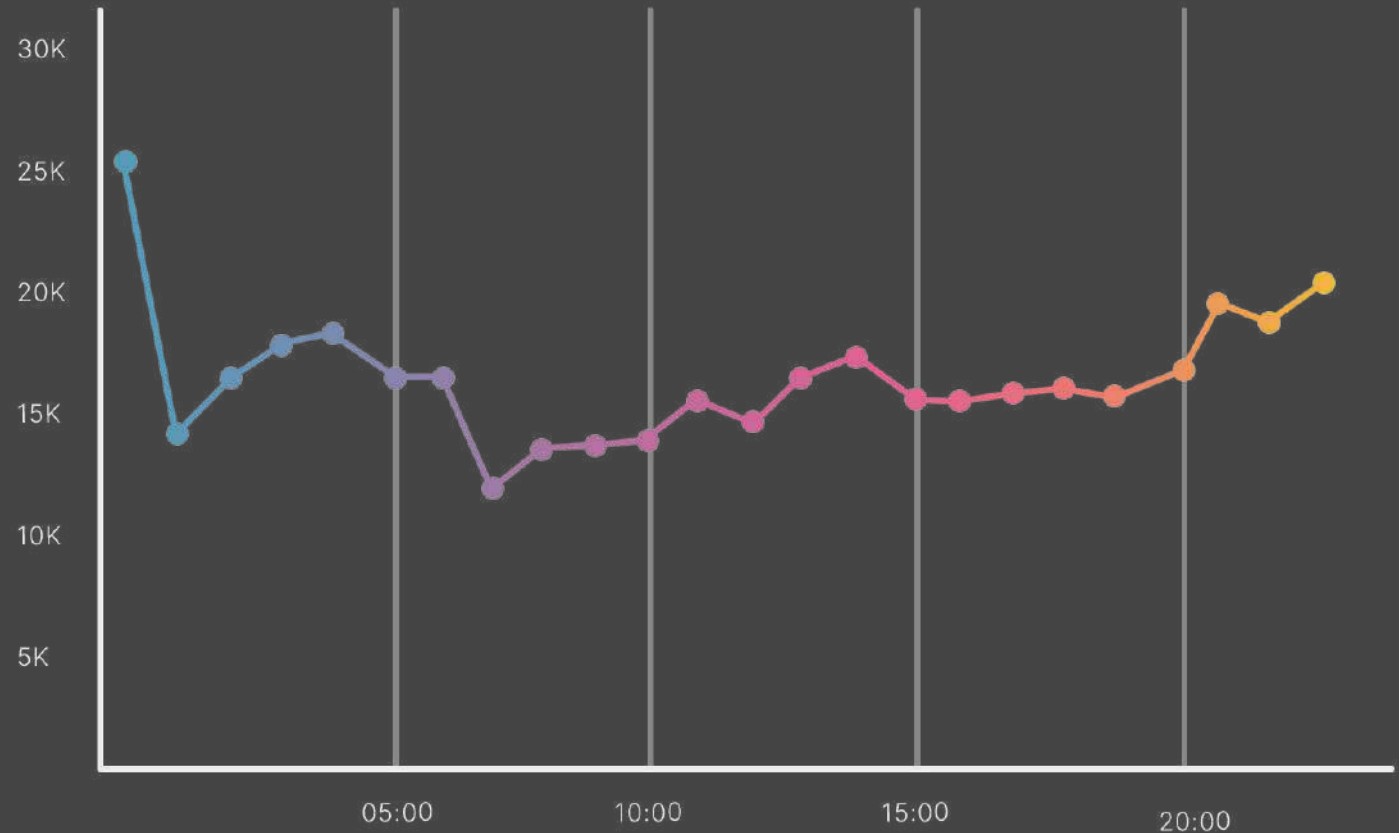
## Mejor hora para publicar reels de Instagram

### VISUALIZACIONES EN INSTAGRAM EN FUNCIÓN DE LA HORA DE PUBLICACIÓN

Es una de las grandes dudas que genera la planificación del contenido en Instagram: **¿cuándo es mejor publicar un reel?**

Para dar esta respuesta hemos obtenido los datos con **la hora en la que los reels reciben más visitas y la hora en la que más reels se publican.**

¿El resultado? **Algo dispar: puesto que el promedio de visualizaciones es más alto es en los vídeos que se suben a las 00:00 horas**



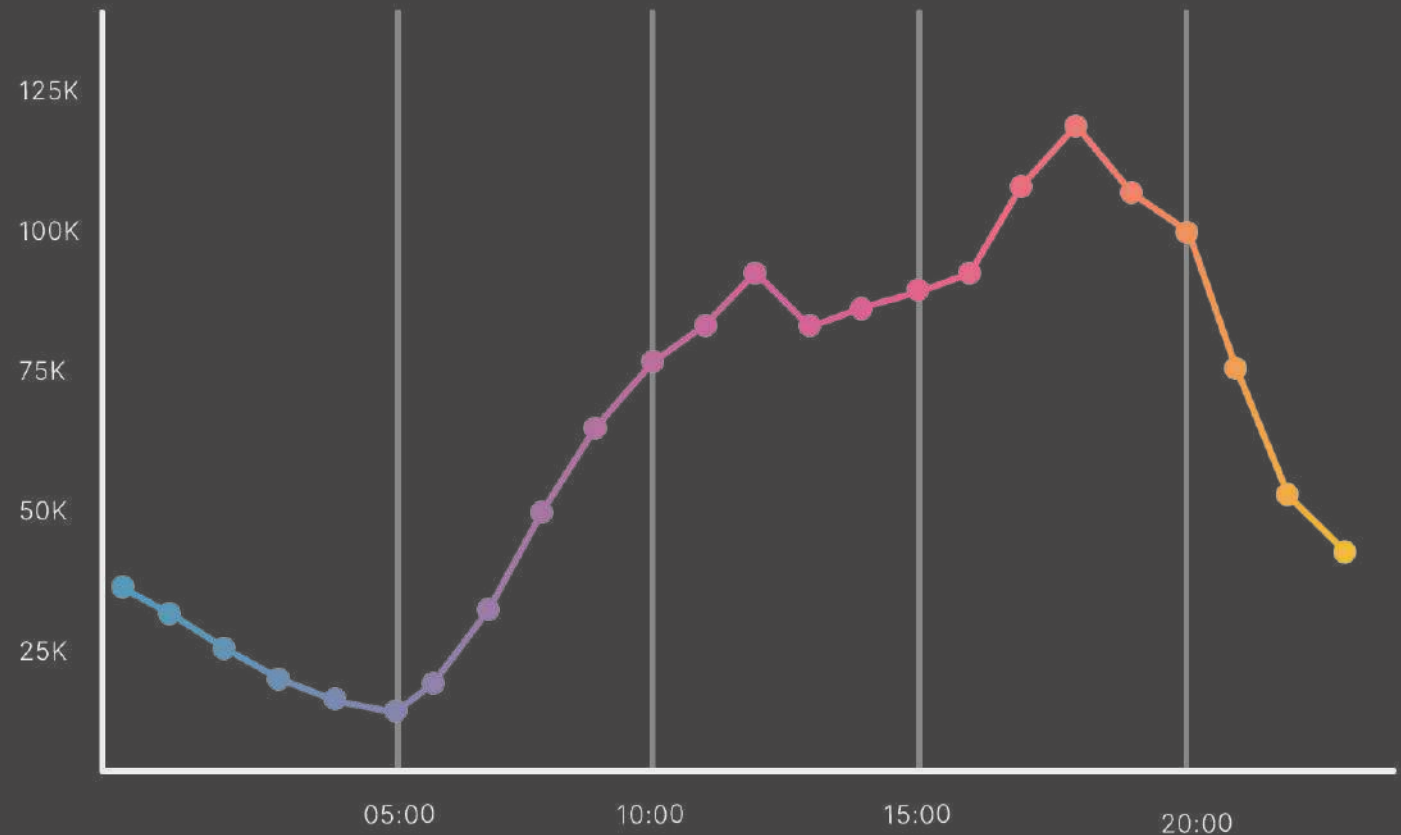
## Mejor hora para publicar reels de Instagram

A esta hora se suben **34.131 reels**, una de las frecuencias más bajas de la muestra.

La hora más frecuente para publicar un reel es a las 18 horas, **con un total de 119.705 reels compartidos**.

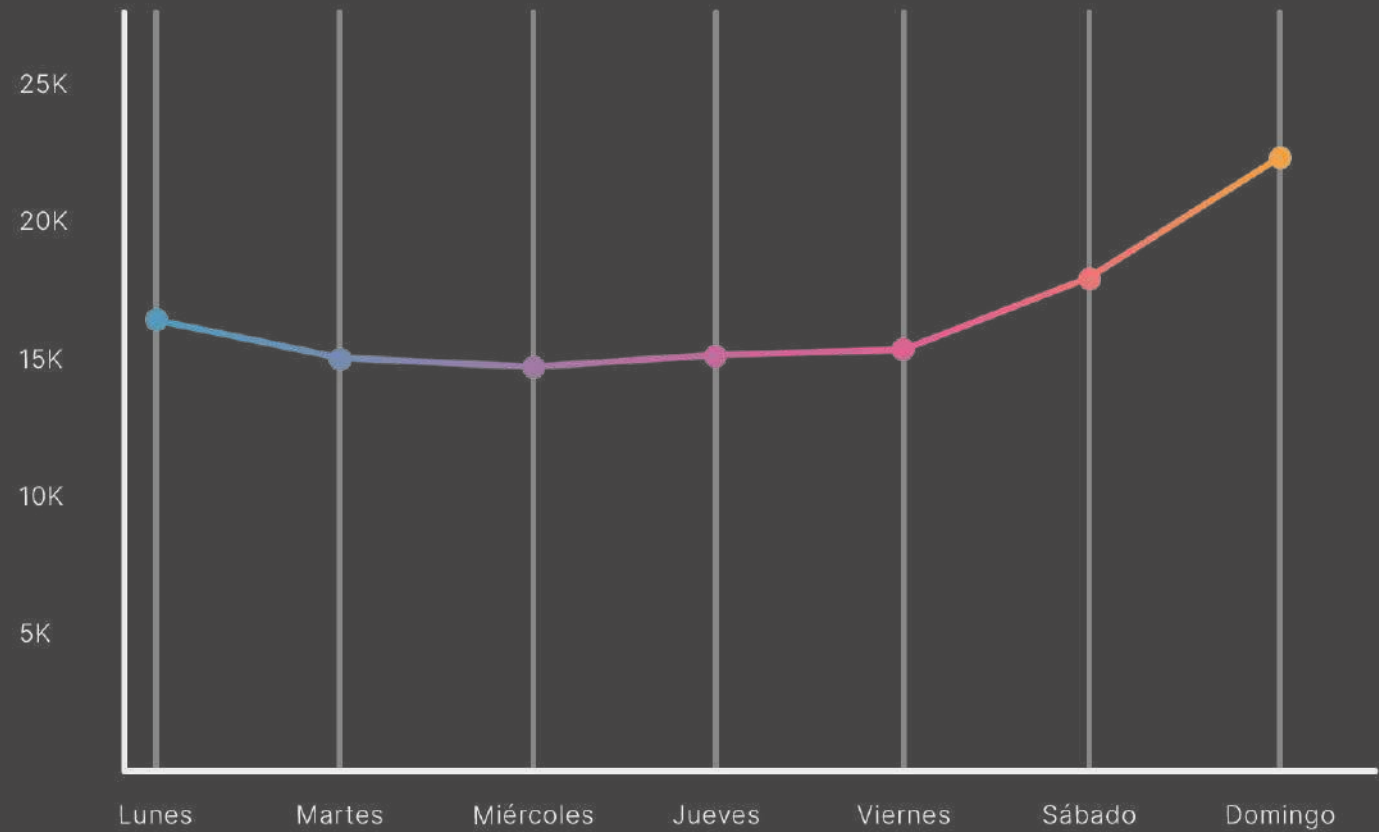
Por otro lado, los reels que se publican a esta hora obtienen una media **de 15.928 visualizaciones, menos de la mitad que a las 12 AM.**

## VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DE LA HORA EN INSTAGRAM



## Mejor día para publicar reels de Instagram

### VISUALIZACIONES EN INSTAGRAM EN FUNCIÓN DEL DÍA DE PUBLICACIÓN



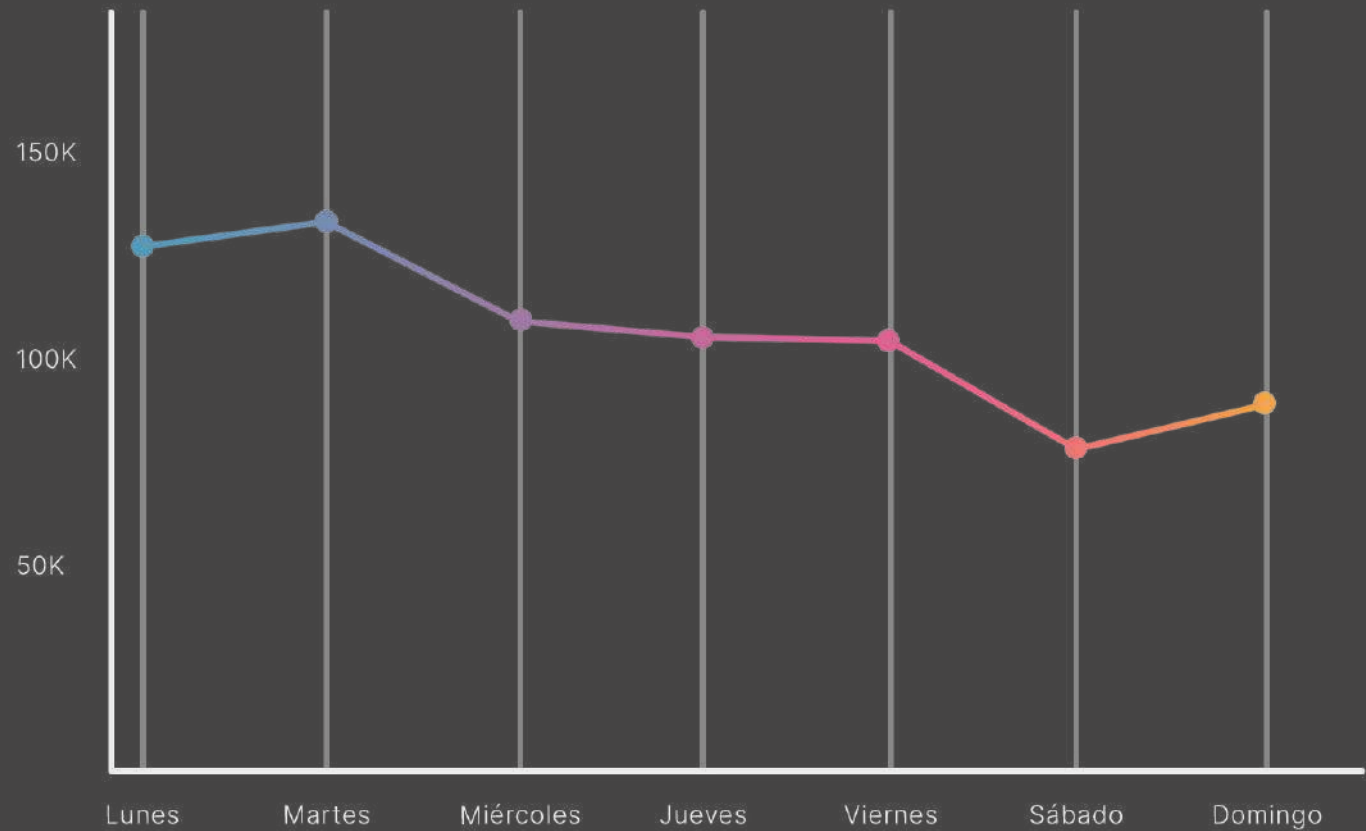
Por su parte, **el mejor día para publicar un reel es el domingo, obteniendo una media de 22.096 visualizaciones.**

## Mejor día para publicar reels de Instagram

Con toda sorpresa, el propio domingo tiene uno de los peores datos sobre el número de reels que se suben ese día, apenas 88.258.

**El día en el que más vídeos se suben son los martes, con 132.555 reels.** Sin embargo, los martes consiguen, tan solo, una media de 14.900 visualizaciones.

## VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DEL DÍA EN INSTAGRAM



# MICROVIDEOS FACEBOOK

The word "facebook" is rendered in a stylized, 3D font. The letters are blue with a white, textured interior, and the entire word is outlined with a thick yellow border. The text is set against a dark gray background.

Meta decidió incluir los reels de Instagram en Facebook repitiendo la fórmula: un feed dedicado a este formato y una recomendación de vídeos cortos durante la navegación del feed.

Y si en Instagram han triunfado, ¿lo han hecho también en Facebook? ¿Son las mejores horas y el mejor día para publicar igual que en Instagram?

Para la muestra de los reels en Facebook **hemos analizado 143.143 cuentas de Facebook y 694.683 de reels.**





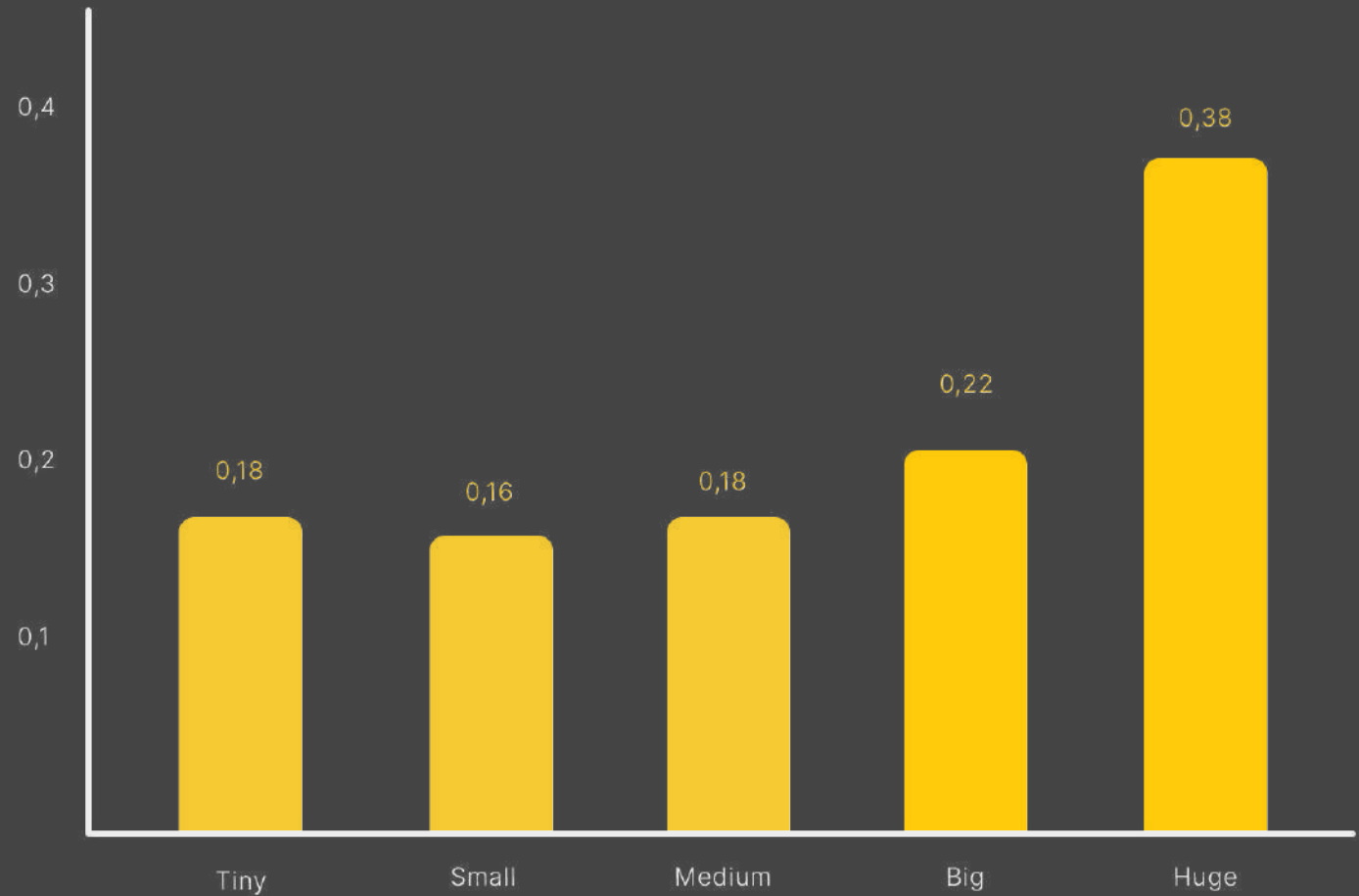
## Las cuentas Huge son las que más publican

Las cuentas Huge son las que mantienen una media de publicación más alta. **Al igual que sucede con los reels de Instagram, las Huge lideran esta tabla con una media de 0,38 reels por día.**

Seguido de las **cuentas Big, 0,22 reels por día, y las cuentas Tiny y Medium**, que tienen la misma frecuencia de publicación diaria con **0,18 reels.**

Las cuentas de tamaño Small se quedan en el último lugar con **0,16 reels por día.**

### MEDIA DE PUBLICACIONES AL DÍA EN FACEBOOK



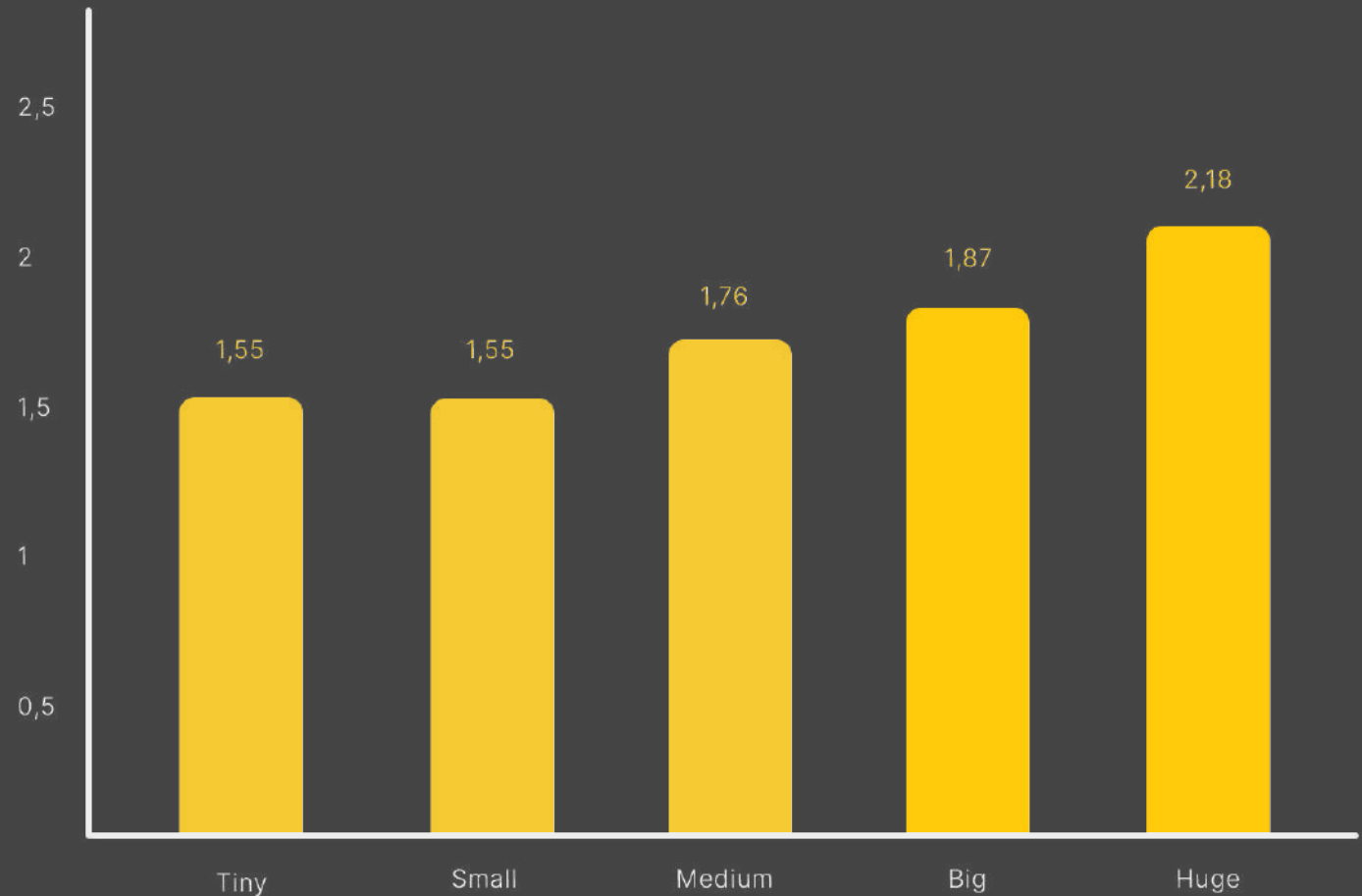
## Las cuentas Huge dominan el engagement

Las cuentas Huge, que son las que más publican de media, **son también las que mayor ratio de engagement consiguen.**

¿Es determinante publicar más reels? Sin duda es un factor a tener en cuenta, aunque no es el único, **puesto que la fórmula de engagement incluye también el resto de interacciones.**

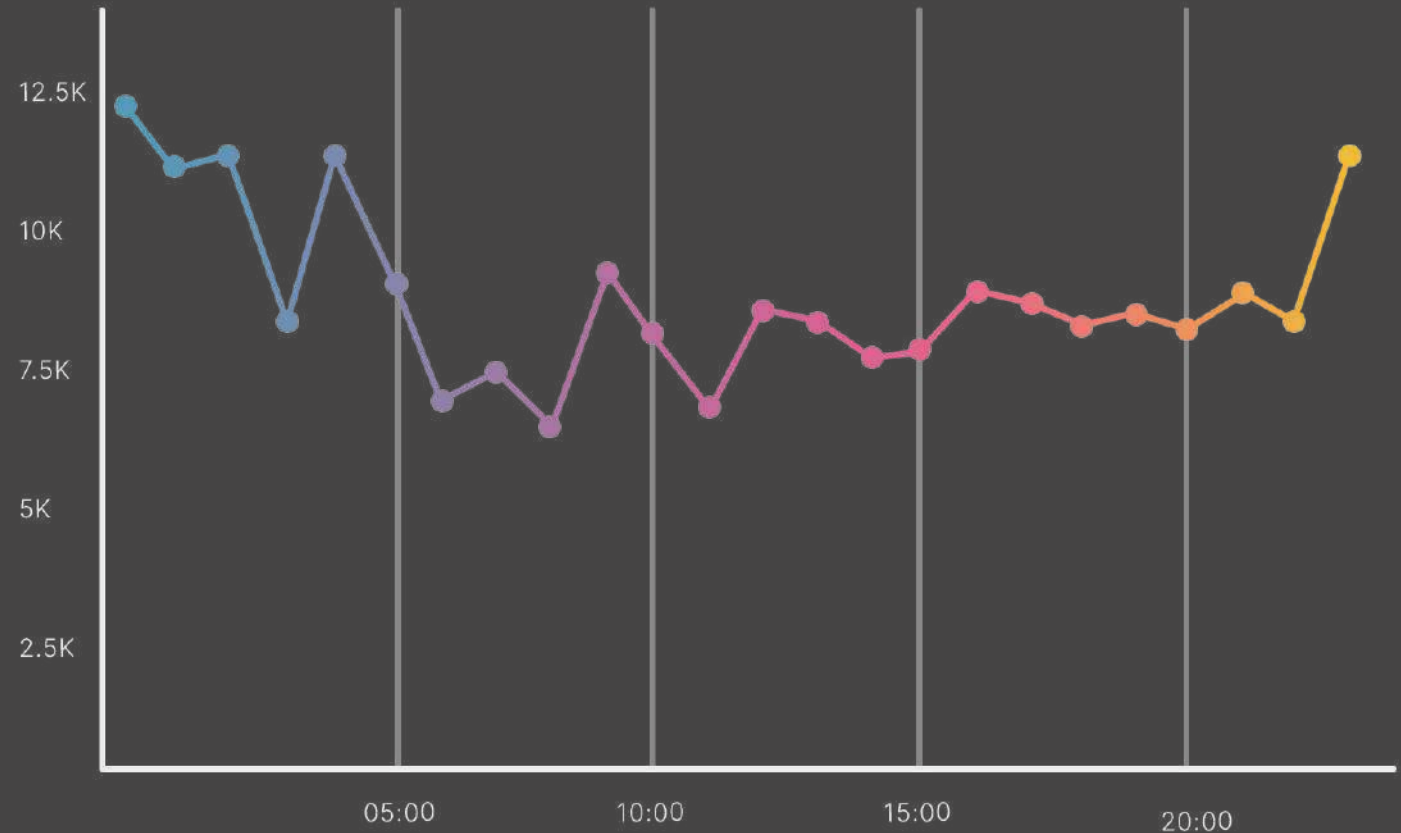
Así pues, las cuentas Huge obtienen un ratio de engagement de 2,18. Eso sí, no destaca sobre el resto con una gran diferencia, pues las cuentas Tiny, las que menos engagement consiguen, se quedan a 1,55.

ENGAGEMENT RATE DE LOS REELS SEGÚN EL TAMAÑO DE LA CUENTA



## ¿Cuál es la mejor hora para publicar reels en Facebook?

### VISUALIZACIONES EN FACEBOOK EN FUNCIÓN DE LA HORA DE PUBLICACIÓN



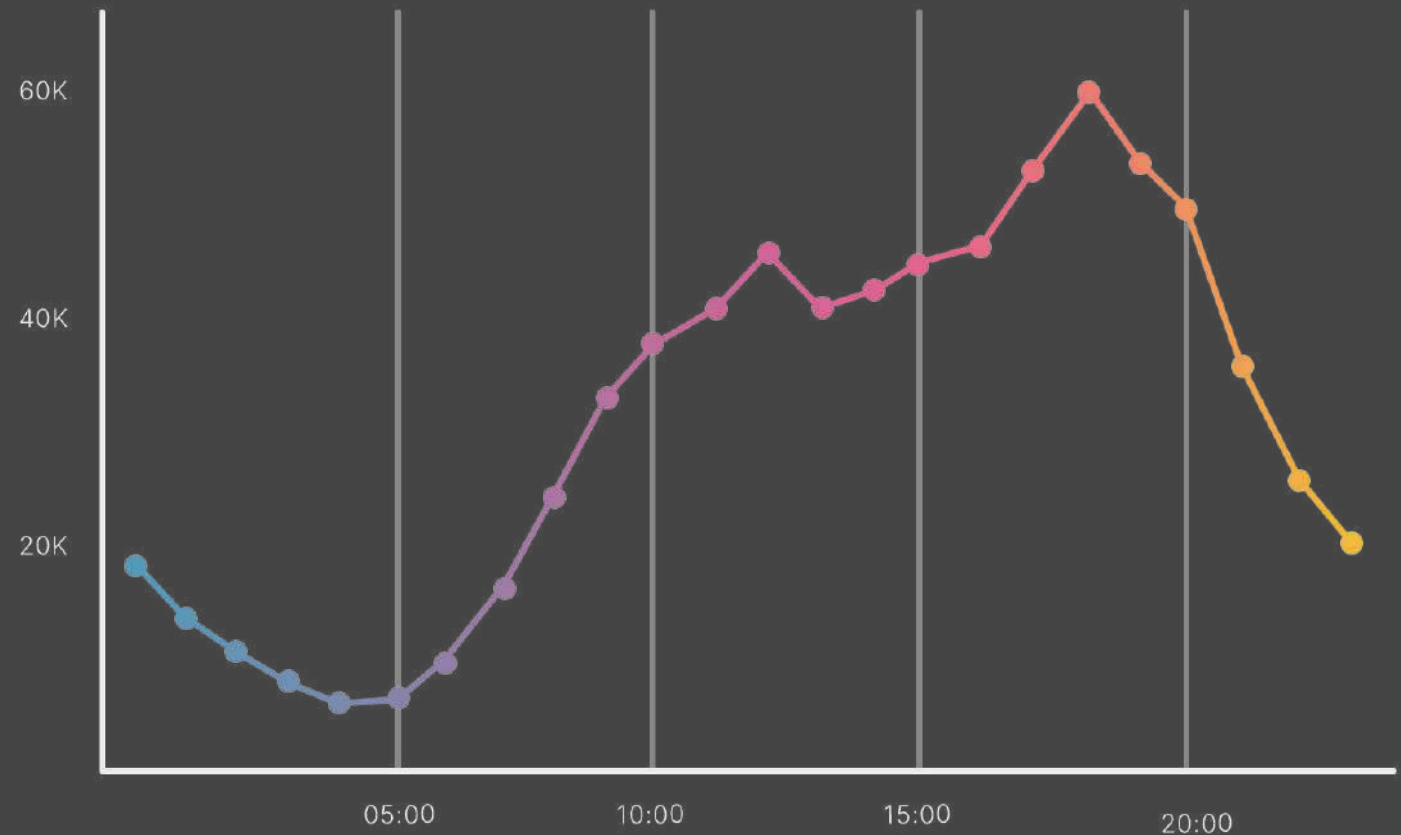
Facebook Reels coincide con Instagram Reels en cuanto a que el promedio de visualizaciones es más alto para los reels que se suben a las 00:00 horas, con una media de 12.349 visualizaciones

## ¿Cuál es la mejor hora para publicar reels en Facebook?

A esta hora se suben 17.689 reels, una gran diferencia con la hora en la que más reels se suben.

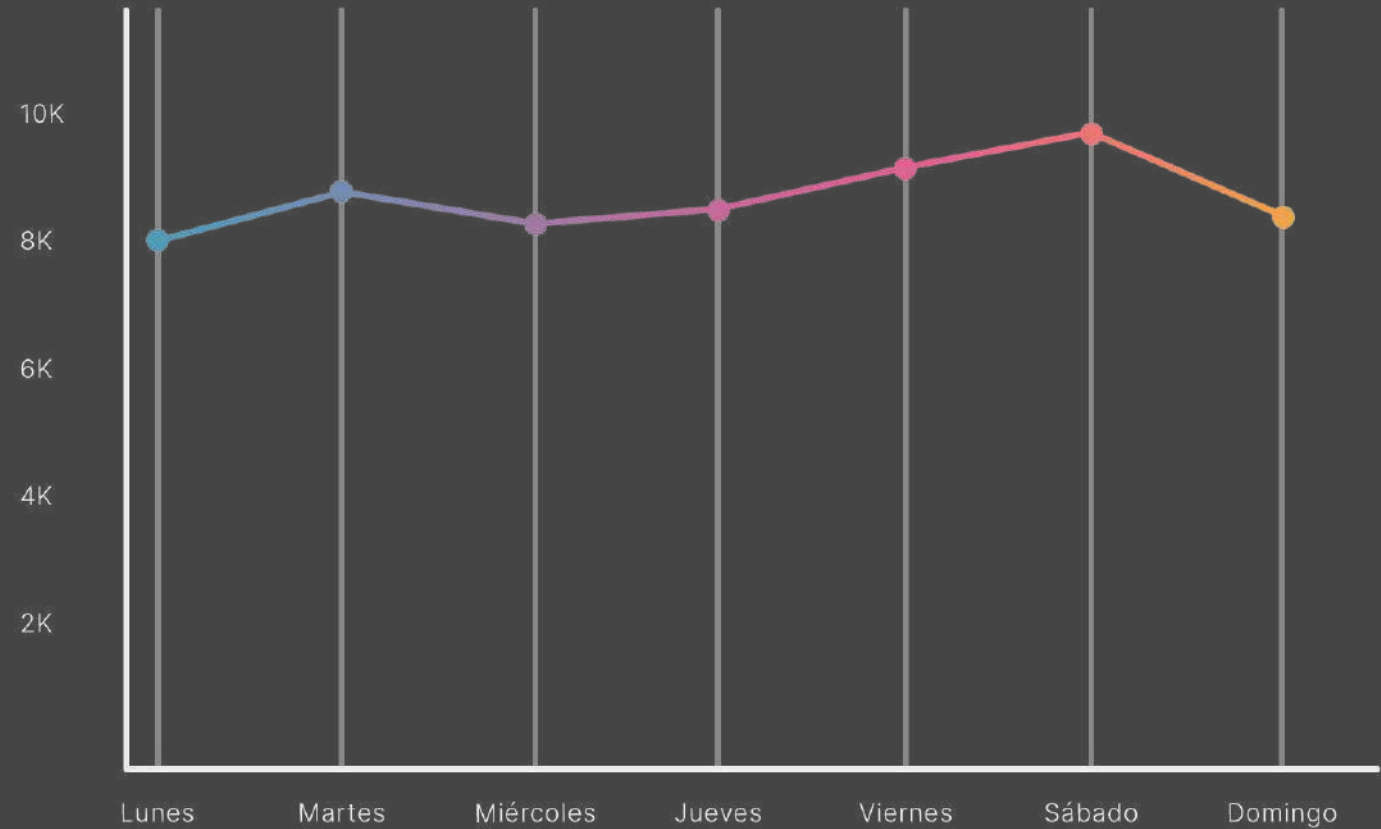
Porque tal como ocurre en Instagram, la hora en la que más vídeos se suben es a las 18 horas, con 59.816 reels contabilizados.

### VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DE LA HORA EN FACEBOOK



## ¿Cuál es el mejor día para publicar reels en Facebook?

### VISUALIZACIONES EN FACEBOOK EN FUNCIÓN DEL DÍA DE PUBLICACIÓN



El día que los reels reciben un mejor promedio de visitas es el sábado.

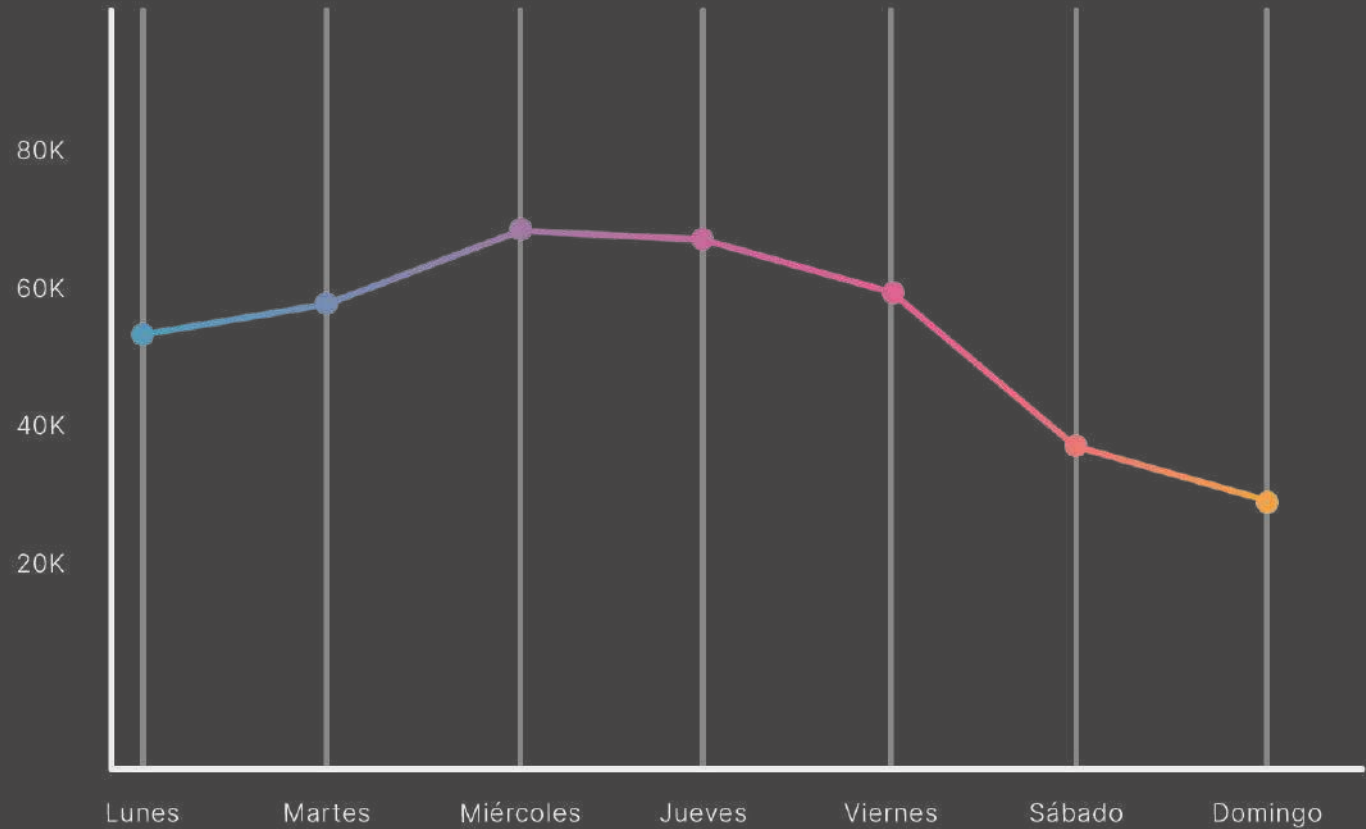
Durante esa jornada la media de visualizaciones es de 9.267. La frecuencia de publicación de ese día es de 41.388, una de las más bajas.

## ¿Cuál es el mejor día para publicar reels en Facebook?

¿Cuál es el día en el que más reels se publican?

Los miércoles se publican 70.285 reels, siendo este el día de la semana con mayor frecuencia de publicación.

### VÍDEOS PUBLICACIONES EN FUNCIÓN DEL DÍA EN FACEBOOK



**¿Dónde es mejor publicar tu estrategia de microvideos?** En realidad depende de varios factores, como dónde está tu público objetivo, la comunidad que tienes o el tipo de contenido que vas a compartir, pero estos datos te ayudan a orientar la ruta de tu estrategia.

Llegamos al final del Estudio de Microvideos 2024 en el que hemos analizado más de cuatrocientas mil cuentas entre YouTube, TikTok, Facebook e Instagram y casi tres millones de microvideos de estas redes sociales. Ahora te toca a ti mover ficha: saca tus propias conclusiones, aplica los datos como consideres y guarda esta información para preparar tu estrategia de contenido. Recuerda medir el resultado de tus publicaciones de microvideos con Metricool.

**Regístrate GRATIS aquí**



Estudio Microvídeos 2024



**metricool**

[metricool.com](https://metricool.com)