



guía Ep 4

**Redes sociales
y Marketplaces**



Diseño y branding: Mariano Di Prinzio

Guión y maquetación de guías: María Verónica Coronel

Animaciones: Ecina Di Prinzio

© Línea Emprender 2025 Dip Estudio

Bienvenidos a la guía de recursos del podcast Línea Emprender, realizado por Mariano Di Prinzio y María Verónica Coronel.

Mariano Di Prinzio (Mare) es diseñador gráfico, terminados sus estudios en Primera Escuela de Arte Multimedial Da Vinci y de trabajar bajo relación de dependencia, tomó la iniciativa de emprender en @dip.estudio con el sueño de hacerlo de tiempo completo. Participó en proyectos de todo tipo, principalmente enfocado en branding e identidad de marca.

María Verónica Coronel es Editora egresada en la Universidad de Buenos Aires. Participó de proyectos independientes como Planeta Boca Juniors, donde estaba a cargo de una columna, y La Tercera Editora, como coordinadora editorial en una pasantía. Actualmente lleva a cabo su proyecto personal Verónica Edita con el objetivo de volverse una editora de tiempo completo.

Saludamos a nuestros estimados oyentes y les ofrecemos esta sintética, pero valiosa pieza digital con los conceptos trabajados en el episodio de hoy junto con una selección de materiales complementarios para ampliar su panorama.

Las redes sociales más usadas

	Instagram
Usuarios activos	1000 millones
De qué se trata	Contenido estético y visual aspiracional
Público*	Jóvenes y adultos jóvenes
Formatos destacados	Fotos, videos, videos cortos, carruseles e historias (imágenes que desaparecen en 24 h)
Acción idónea	Branding
Alcance**	Paño
Interacción	Baja
Frecuencia sujerida	Posteos 3 veces por semana; historias pueden ser un poco más.
Contenido sujerido	Tutoriales, detrás de escena, encuestas, carruseles informativos, anécdotas personales
Tamaño en píxeles	1080x1350 (fotos) 1080x1920 (reels e historias) Máximo texto: 2200 CCE***

*Adolescentes: menos de 18 años; jóvenes de 18 a 24 años; adultos jóvenes de 25 a 30; adultos de 30 a 45 años; adultos maduros: +45 años.

**Con paño nos referimos a que van a tener una mejor alcance si invierten en promocionar su contenido. Orgánico se refiere a que su contenido puede llegar a tener mucho alcance, aunque no paguen por ningún anuncio o promoción.

***Caracteres con espacios.

	TikTok
Usuarios activos	1600 millones
De qué se trata	Entretenimiento rápido
Público	Adolescentes y adultos jóvenes
Formatos destacados	Videos cortos. Es muy común que se acompañen de subtítulos
Acción idónea	Interacción (engagement)
Alcance	Orgánico
Interacción	Alta
Frecuencia sugerida	3 veces por semana
Contenido sugerido	Desafíos (challenges) virales, tutoriales rápidos, detrás de cámara, humor, reacciones auténticas
Tamaño en píxeles	1080 x 1920; Máximo texto 2200 CCE

	Linkedin
Usuarios activos	1050 millones
De qué se trata	Profesionales estratégicos
Público*	Adultos y adultos maduros
Formatos destacados	Textos, artículos, videos y encuestas
Acción idónea	Networking
Alcance	Orgánico
Interacción	Alta
Frecuencia sugerida	2 veces por semana
Contenido sugerido	Artículos profesionales, consejos prácticos, casos de éxito, reflexiones personales, networking estratégico
Tamaño en píxeles	1200 x 627 (fotos); 1584 x 396 (portada de perfil); 1200 x 720 (videos); Máximo texto 1300 CCE

	Facebook
Usuarios activos	2271 millones
De qué se trata	Comunidad comprometida
Público	Adultos jóvenes, adultos y adultos maduros
Formatos destacados	Textos, fotos, videos, eventos y grupos
Acción idónea	Difusión y comunidad
Alcance	Paño
Interacción	Baja
Frecuencia sujerida	3 veces por semana
Contenido sujerido	Eventos locales, historias de marca, encuestas y preguntas, videos educativos, promociones exclusivas
Tamaño en píxeles	1080 x 1080; 1080;1350; 1200 x 630 (fotos); 1080 x 1080; 1080x1920 (videos e historias); Máximo texto: 63.000 CCE

	Threads
Usuarios activos	400 millones
De qué se trata	Conversación creativa
Público	Jóvenes, adultos jóvenes y adultos
Formatos destacados	Textos cortos, imágenes, encuestas
Acción idónea	Difusión rápida
Alcance	Orgánico
Interacción	Alta
Frecuencia sujerida	Todos los días
Contenido sujerido	Hilos sobre temas específicos, reflexiones personales, tips rápidos, preguntas abiertas e historias inspiradoras
Tamaño en píxeles	1080 x 1080; 1080 x 1350; Máximo texto: 500 CCE

	Twitter
Usuarios activos	540 millones
De qué se trata	Comentar la realidad en tiempo real
Público	Adultos jóvenes, adultos y adultos maduros
Formatos destacados	Textos, hilos (varios tuits), imágenes, videos cortos y encuestas.
Acción idónea	Conversación comunitaria y difusión.
Alcance	Orgánico
Interacción	Alta
Frecuencia sugerida	Todos los días. Hilos: 1 por semana es suficiente.
Contenido sugerido	Noticias, hilos explicativos, encuestas, chistes o memes, opiniones.
Tamaño en píxeles	1200 x 675 (fotos); 1200 x 720 (videos); Máximo texto por tuit: 280 CCE.

	YouTube
Usuarios activos	2500 millones
De qué se trata	Aprendizaje profundo
Público	Todas las edades
Formatos destacados	Videos largos, videos cortos y transmisiones en vivo
Acción idónea	Engagement a largo plazo
Alcance	Pago
Interacción	Media
Frecuencia sugerida	1 vez por semana
Contenido sugerido	Tutoriales detallados, cursos, vlogs, reseñas o análisis, Q&A,
Tamaño en píxeles	1080 x 1080; 1080 x 1920 (videos y estados); Máximo texto: 65 mil CCE

	Whatsapp
Usuarios activos	2600 millones
De qué se trata	Contacto uno a uno
Público	Todas las edades (pero a partir de los 18)
Formatos destacados	Chats, imágenes, videos, stickers, canales de difusión, grupos, documentos, estados, notas de voz
Acción idónea	Marketing uno a uno y conversiones
Alcance	Orgánico
Interacción	Alta
Frecuencia sugerida	Estados todos los días. Lo demás, sólo cuando sea necesario.
Contenido sugerido	Ofertas exclusivas, nuevos productos, secretos sobre productos o formas originales de usarlo, recordatorios, contenido detrás de escena
Tamaño en píxeles	1280 x 720 (miniatura; videos largos); 1920 x 1080 (videos cortos); Máximo texto: 5000 CCE en descripciones y 100 CCE en títulos.

Información general de Marketplaces, tiendas virtuales y donaciones

Algunas consideraciones sobre usar Mercado Libre

- Si bien tenés mucho alcance porque es el marketplace más importante de Argentina y podés hacerte una cuenta gratis, para vender te cobran una **comisión elevada** (en torno al 20%), costo fijo por unidad y **costos por envíos** (excepto que vendas por menos de \$33 mil pesos).
 - Hay más alcance si se contrata el plan Premium y también si pagás publicidad.
 - **Las imágenes de las publicaciones tienen estándares** que influyen en el alcance. Además, ahora exige subir videos cortos (Clips) promocionando tus productos.
 - Tiene **menor alcance para ofrecer servicios**.
 - Es susceptible de recibir reclamos y devoluciones si el producto falla, es defectuoso o el cliente se arrepintió de la compra o no lo quiere.
- Está el riesgo de que los productos devueltos ya no puedan venderse** como nuevos, sean devueltos con defectos, se extravíe o robe el producto durante el viaje o que el cliente lo devuelva usado.

Los reclamos muchas veces exigen pruebas gráficas para que el vendedor demuestre su punto. También puede mediar Mercado Libre para resolverlos si el comprador lo pide.

- **El embalaje de los productos debe ser bueno** (pluribol o plástico de burbujas) porque si no te responsabilizan si la mercadería llega rota y perdés la plata y al cliente.
- **Los costos de envío varían según la zona geográfica** y sólo dentro del AMBA hay Envíos Flex (envíos en el día) y sólo en CABA Envíos Turbo (dentro de 3 horas).
- **Exige atención al cliente permanente y tienen estándares altos de calidad para posicionarte mejor** (envíos despachados a tiempo, cumplir con el tiempo de las entregas, porcentaje bajo de ventas con reclamos y cancelaciones, etc).

Otras marketplaces como Provincia Compras, Frávega, Tienda BNA o ICBC Mall **no son recomendados para emprendedores, ya que tienen requisitos de ingresos medios o altos, incompatibles con un negocio que recién arranca.**

Tiendas virtuales

Las más populares son **Empretienda** y **Tiendanube**. Tiendanube cuenta con una versión gratuita muy limitada, mientras que Empretienda es paga, pero tiene precios más accesibles. La ventaja de usar tiendas virtuales y no Marketplaces es que tenés **poder de decisión sobre tema devoluciones, reclamos y cambios, entre otros**. Mientras que tampoco va a haber métricas que tengas que cumplir como puede ser cantidad de reclamos, devoluciones, cancelaciones o envíos demorados.

Información más destacada sobre plataformas de financiación y/o mecenazgo.

Página	Ideame	Cafecito	Mercado Pago	PayPal
Tipo de servicio	Financiamiento colectivo (crowd-funding).	Micromecenazgo.	Mecenazgo por suscripción mensual.	Mecenazgo.
Comisión	10-15% de lo recaudado.	5-10% por transacción.	Hasta 6,99% + IVA	5% + costo fijo variable.
Impuestos	4%	4%	4%	IVA, Ganancias, otros.
Requisitos	Ser mayor de edad. DNI. CBU Activa. Plan de tu idea y recompensas para los colaboradores.	Ser mayor de edad, tener cuenta en Google enlazada en Mercado Pago, contenido de autoría propia.	Ser mayor de edad, tener cuenta en Mercado Pago.	Ser mayor de edad, verificar identidad y tener una cuenta bancaria internacional.
Facilidad de uso	Media.	Alta.	Alta.	Media.
Moneda	Pesos argentinos.	Pesos argentinos.	Pesos argentinos.	Pesos, dólares, euros u otras.
Tiempo de retiro de los fondos	Entre 7-15 días luego de terminada la campaña.	Inmediato o hasta 2 días.	Inmediato o hasta 2 días.	Entre 1 a 3 días.
Soporte	Sólo a través de correo.	A través de Twitter e Instagram	Chat.	Chat.
Ventajas	Ideal para un proyecto creativo específico.	Muy fácil de usar.	Mayor predictibilidad del dinero que vas a recibir cada mes.	Podés tener clientes en el exterior. La plataforma es muy segura.
Desventajas	Comisiones altas y desarrollar estrategia de marketing para que apoyen tu idea y promocionar tu proyecto para que otros lo apoyen.	Hay que estar pidiendo todo el tiempo donaciones y dependés de tu alcance en redes sociales.	Las comisiones van variando. Dependés de conseguir que tus seguidores te banquen.	Puede ser complicado de aprender a usar para usuarios sin experiencia.
Para qué puede funcionar	Financiamiento para un proyecto concreto.	Creadores de contenido, artistas, periodistas.	Emprendedores de productos o servicios, cursos, membresías, newsletter, etc.	Para vender servicios o solicitar donaciones en todo el mundo.

Con esto, cubrimos todos los temas vistos en el episodio de esta semana. Para que puedan seguir profundizando y perfeccionando sus estrategias para desarrollar sus emprendimientos les dejamos tres lecturas recomendadas que les allanaran su viaje al emprender, así como también tres charlas TED para profundizar más.

El libro de TikTok - Fátima Martínez. ¿Por qué lo recomendamos? Es una guía imprescindible para entender cómo funciona la red social, cómo debe usarse correctamente y cómo puedo obtener un beneficio económico a través de ella.

Community Manager: la guía definitiva - María Lázaro Ávila. ¿Por qué lo recomendamos? Esta guía actualizada te brinda todos los secretos para manejar tus redes sociales como un profesional y conectar con tu audiencia para que puedas sacar el máximo provecho del tiempo que inviertas en tus redes.

Cómo potenciar tus ventas en Instagram y Facebook - Ariel Benedetti. ¿Por qué lo recomendamos? Esta guía está dirigida específicamente a empresas pequeñas y te va a ayudar a lograr más conversiones. Además, brinda ejemplos prácticos muy útiles.

Charlas Ted de complemento

[Alexis Ohanian: cómo causar un impacto en las redes sociales](#)

[Andrea Pallares: contenido memorable más allá de las 24 horas](#)

[Kevin Allocca - por qué los videos se hacen virales](#)

Les agradecemos mucho por acompañarnos y esperamos que nuestro pódcast los ayude a acercarse un paso más hacia sus sueños. En la próxima estación: **Networking**.

Bibliografía

Metricool. (s.f.). Las redes sociales más importantes en 2024. Metricool.

Charle Agency. (s.f.). YouTube statistics: 2024 trends, demographics & facts. Charle Agency.

González Pimiento, G. (2024, 2 de enero). Estadísticas LinkedIn 2025. LinkedIn. Sitios web

Cafecito. (s.f.). Preguntas frecuentes. Cafecito.

Idea.me. (s.f.). ¿Cómo crear un proyecto? Idea.me.

Mercado Pago. (s.f.). Suscripciones. Mercado Pago.

PayPal. (s.f.). Acepta pagos en tu negocio. PayPal.