SOCIALPUBLI

CÓMO LOS INFLUENCERS ESTÁN TRANSFORMANDO EL ECOMMERCE

Del descubrimiento a la compra: el poder real de los creadores en las decisiones online.

CREATORS / COMMERCE / CULTURE



ESTUDIO 2026

ÍNDICE

01 Introducción

02 Qué es SocialPubli

03 Metodología

04 El nuevo funnel de compra

05 Social commerce

06 El contenido que convierte

07 Qué se vende

08 Qué frena la compra

09 Qué ayudaría a vender más

10 Otros datos relevantes

11 Conclusiones

12 Takeaways para marcas



CREADORES

IDEAS · COMUNIDAD · VENTAS

01. INTRODUCCIÓN

UNA NUEVA ERA PARA EL COMERCIO ONLINE

Durante años, el influencer marketing se ha leído sobre todo en clave de notoriedad, engagement y comunidad. Hoy, descubrir un producto, valorarlo y comprarlo pueden suceder dentro del mismo entorno social.

Este estudio analiza dónde encajan los creadores en ese nuevo recorrido y qué elementos acercan (o alejan) la conversión.



MISMO CONTENIDO.
MÁS OPORTUNIDADES.

CONECTAMOS MARCAS CON CREADORES

+500K
creadores

+30
países

+10K
campañas

SocialPubli es una agencia y plataforma de influencer marketing que conecta marcas y creadores y aporta tecnología para descubrir perfiles, analizar audiencias, activar campañas y amplificar resultados.



UNA COMUNIDAD GLOBAL DE CREADORES

METODOLOGÍA

Una visión global del impacto de los creadores en el ecommerce.

1.226

respuestas totales

ONLINE

encuesta a creadores

PERÍODO

8-21 septiembre 2026

Fuente: encuesta SocialPubli. n=1.226; preguntas filtradas n=602.



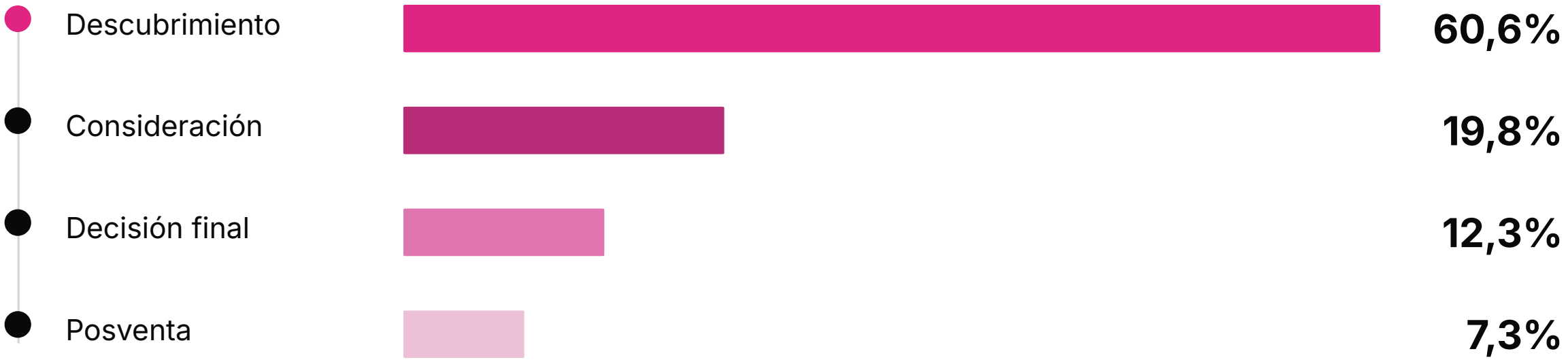
LA INFLUENCIA EMPIEZA ANTES

El creador destaca especialmente al introducir productos y marcas en el radar de su audiencia.

04. EL NUEVO FUNNEL DE COMPRA

¿DÓNDE INFLUYEN MÁS LOS CREADORES?

FASE DE MAYOR IMPACTO DECLARADO



No representa una tasa de paso entre fases del funnel.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

DESCUBRIMIENTO

60,6%

señala el descubrimiento como la fase donde más influye su contenido.

EL CREATOR COMMERCE NO EMPIEZA EN EL CHECKOUT.



Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

LAS PLATAFORMAS QUE LIDERAN EL SOCIAL COMMERCE



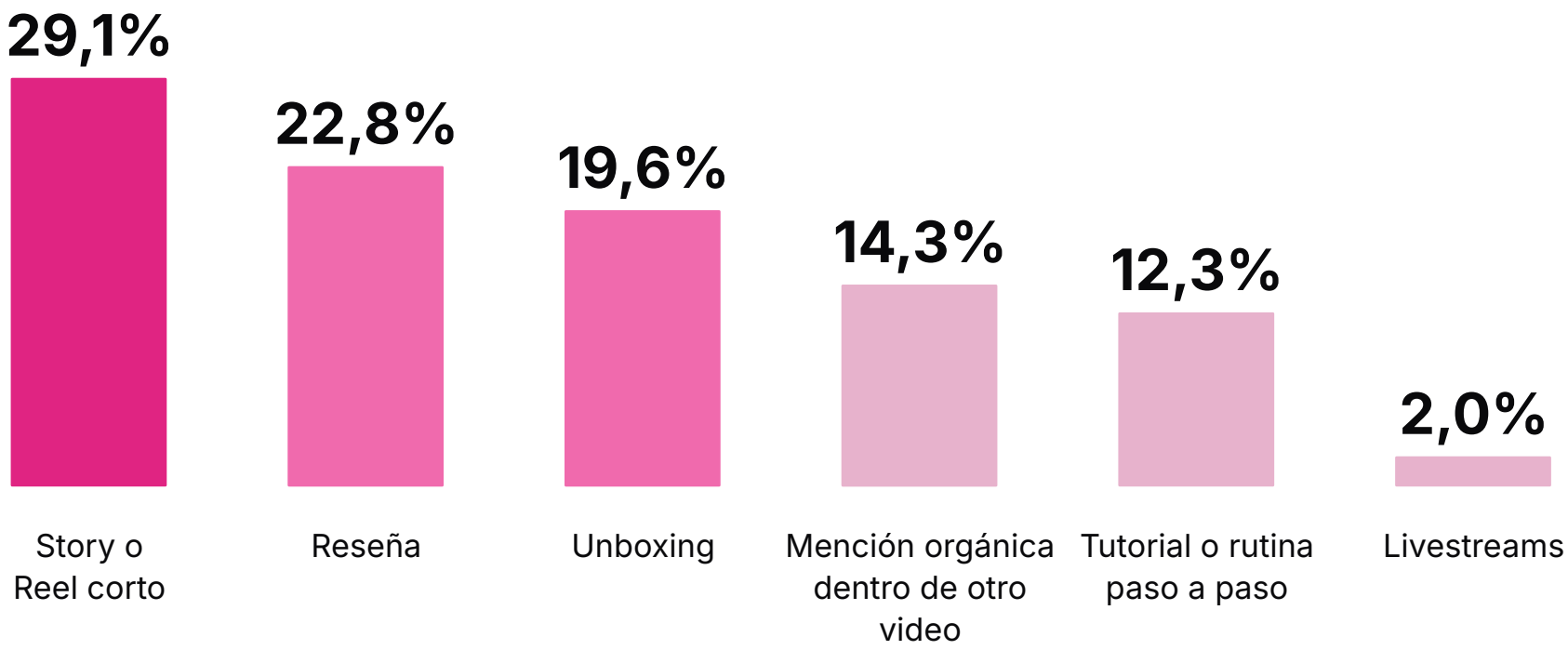
PLATAFORMA CON MÁS COMPRAS DECLARADAS

Instagram Shopping	35,7%
TikTok Shop	34,1%
Otra	17,4%
Facebook Shops	5,1%
Amazon Storefront	3,8%
YouTube Shopping	2,2%

Pinterest	Whatnot	Twitch	LTK
0,8%	0,3%	0,3%	0,2%

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

FORMATOS QUE MEJOR CONVIERTEN



71,4%

Story/Reel + reseña + unboxing

El contenido corto, visual y nativo concentra la mayor parte de las respuestas.

Conversiones declaradas: clics, códigos usados o ventas reportadas por la marca.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

CONTENIDO QUE INSPIRA. PRODUCTOS QUE VENDEN.

Los formatos nativos y demostrativos lideran las conversiones reportadas.

Lectura editorial. Conversiones declaradas por los creadores.



07. QUÉ SE VENDE

BELLEZA, LA CATEGORÍA QUE MÁS CONVIERTE

01	Belleza y cuidado personal	40,4%
02	Moda y accesorios	14,1%
03	Tecnología/electrónica	8,1%
04	Otro	7,8%
05	Viajes y experiencias	7,3%
06	Salud y bienestar	7,3%
07	Alimentos y bebidas	6,8%
08	Hogar	6,6%

Servicios de suscripción	0,8%	Educación	0,7%



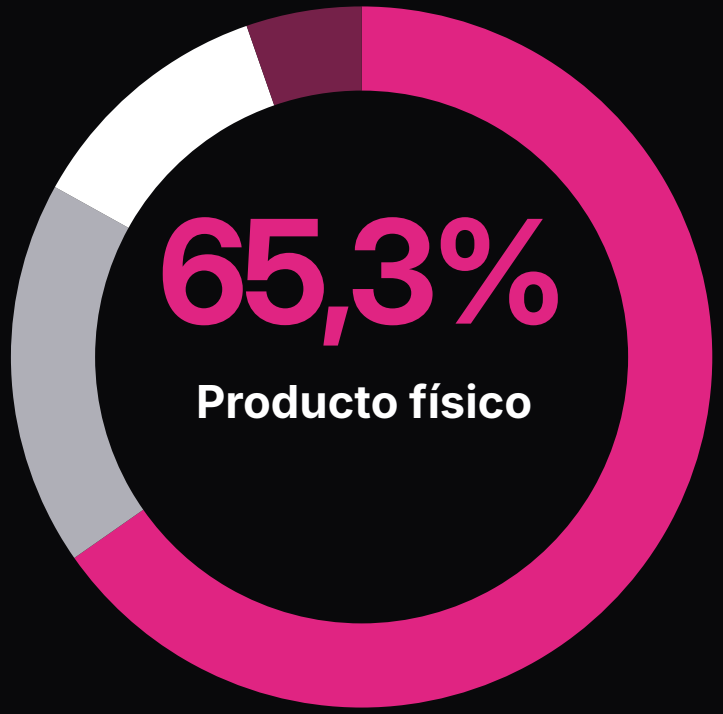
40,4%

BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

07. QUÉ SE VENDE

EL PRODUCTO FÍSICO SIGUE MANDANDO



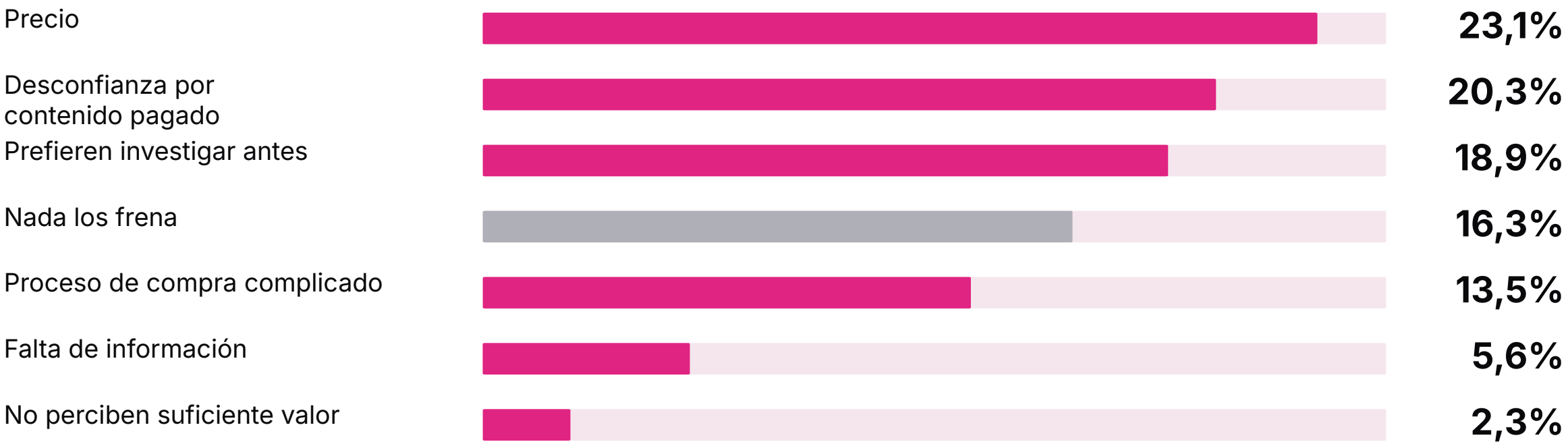
- **17,8%** No estoy seguro/a
- **11,6%** Experiencia
- **5,3%** Servicio o suscripción

Cuando se pregunta por las últimas tres colaboraciones pagadas, el producto físico es la oferta que más creadores identifican como generadora de ventas.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

08. QUÉ FRENA LA COMPRA

PRINCIPALES FRENOS A LA COMPRA



Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

LA CONFIANZA NO SE IMPROVISA

20,3%

señala la desconfianza por tratarse de contenido pagado como principal freno.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).



09. QUÉ AYUDARÍA A VENDER MÁS

INCENTIVOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA



6,5%
Proceso más sencillo

5,1%
Mejores herramientas de medición

5,1%
Pagos más rápidos

4,0%
Otra

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

09. QUÉ AYUDARÍA A VENDER MÁS



CÓDIGOS DE DESCUENTO

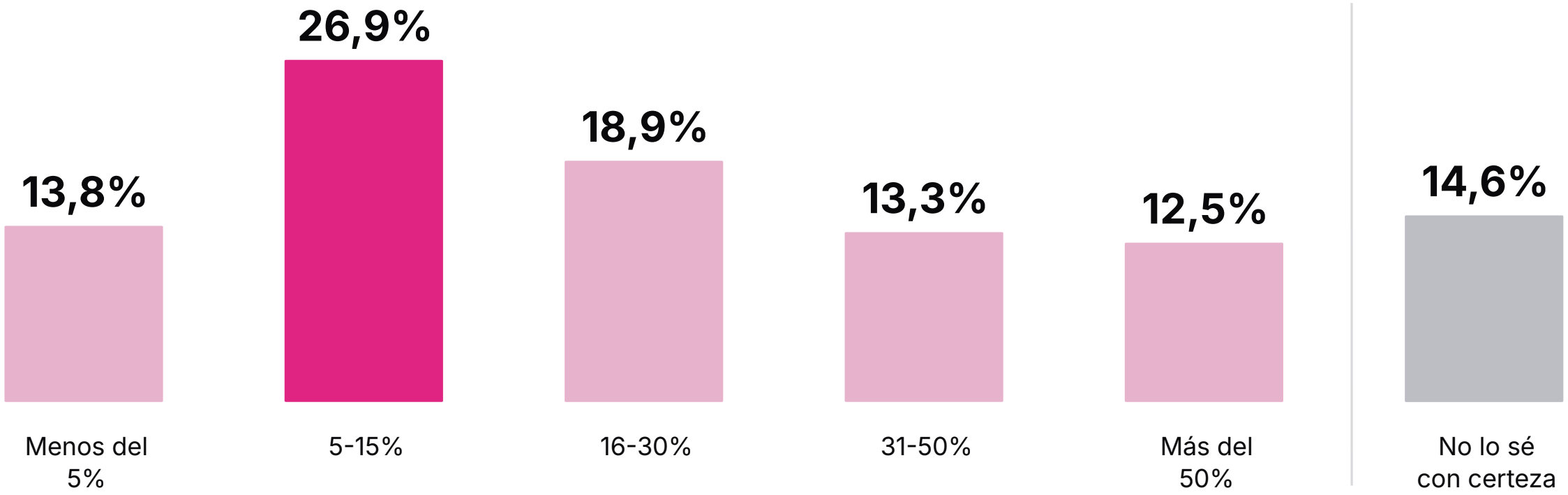
38,4%

es la opción más citada para generar más ventas.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

10. OTROS DATOS RELEVANTES

¿CUÁNTA AUDIENCIA COMPRA POR RECOMENDACIÓN?



Porcentaje de creadores en cada intervalo de compra percibida.

Fuente: encuesta SocialPubli. Base: creadores con experiencia reciente en contenido comprable (n=602).

11. CONCLUSIONES

INSIGHTS CLAVE DEL ESTUDIO

01 Los creadores ayudan sobre todo a descubrir productos y marcas.
Su influencia es mayor en esta fase que en la decisión final de compra.

02 Las redes sociales facilitan la compra al ofrecer acceso al producto desde la propia publicación.

03 Las stories, los reels cortos, las reseñas y los unboxings son los formatos que más convierten.

04 Belleza y cuidado personal es la categoría con más conversiones.

05 El precio, la desconfianza y la necesidad de informarse frenan más que un proceso complicado.
El consumidor necesita confiar en la recomendación y tener claro qué le aporta el producto.

06 Los descuentos son la ayuda más citada para vender más.
También ayuda que el creador pueda hablar a su manera y confíe en el producto que recomienda.

Conclusiones editoriales de SocialPubli a partir de los resultados del estudio.

CREATOR COMMERCE



LOS CREADORES NO SOLO HABLAN DE PRODUCTOS.

FORMAN PARTE DEL PROCESO DE COMPRA.

12. TAKEAWAYS PARA MARCAS

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR EL SOCIAL COMMERCE

01	**Mide todo el recorrido**	Evalúa descubrimiento, interés y compra para valorar el aporte del creador.
02	**Simplifica la compra**	Incluye enlaces directos al producto y elimina pasos innecesarios hasta el pago.
03	**Respeta la voz del creador**	Define objetivos y mensajes clave, dejando libertad para contar su experiencia.
04	**Alinea producto y audiencia**	Elige productos que el creador conozca y que resuelvan necesidades de sus seguidores.
05	**Refuerza el valor de la oferta**	Combina descuentos con beneficios claros, pruebas de uso y recomendaciones creíbles.

Recomendaciones editoriales de SocialPubli a partir del estudio.

SOCIALPUBLI



#TodosSomosInfluencers

ESPAÑA · PORTUGAL · ITALIA · REINO UNIDO · FRANCIA · ESTADOS UNIDOS · MÉXICO · PERÚ · COLOMBIA

Síguenos en:

INSTAGRAM · TIKTOK · YOUTUBE
LINKEDIN

Contacto:

info@socialpubli.com

Teléfono:

914 45 04 23