



MAYO 2022

Enfoka-Trends

Social Media en el Retail

Social Media en el Retail

2022 va a ser el año del comercio en redes sociales. Si en 2021, se esperaba que las ventas en estas plataformas se incrementen un 35,5% hasta superar los 360.000 millones de dólares a nivel global, en 2022 las tendencias vistas en Asia, trasladadas al resto de países, impulsarán aún más el papel comercial de plataformas como Facebook, Instagram, TikTok o Pinterest.

Cara a futuro, según la encuesta '2021 Global Consumer Survey Report' realizada por Astound Commerce, las compras a través de redes sociales aumentarán en un 31,4% anual hasta el año 2027. Esto supone que para esta fecha, los usuarios de estas plataformas llegarán a gastar más de 500.000 millones de euros en un año.

De hecho, el 63% de los consumidores espera comprar con más frecuencia en las redes sociales en los próximos 12 meses, según el informe 'Las tendencias de comercio electrónico que las marcas prevén para 2022' de Checkout.com.

Cerca de 3.500 millones de personas usan activamente las redes sociales, con un crecimiento en torno al 10% anual. Las mujeres suelen seguir a los influencers en Instagram, mientras que los hombres prefieren Facebook, según Astound Commerce.

Esto llevará a que, en 2025, el 17% de todo el gasto en comercio electrónico proceda de las ventas realizadas a través de las redes sociales según el informe 'Why Shopping's Set for a Social Revolution' publicado por Accenture.

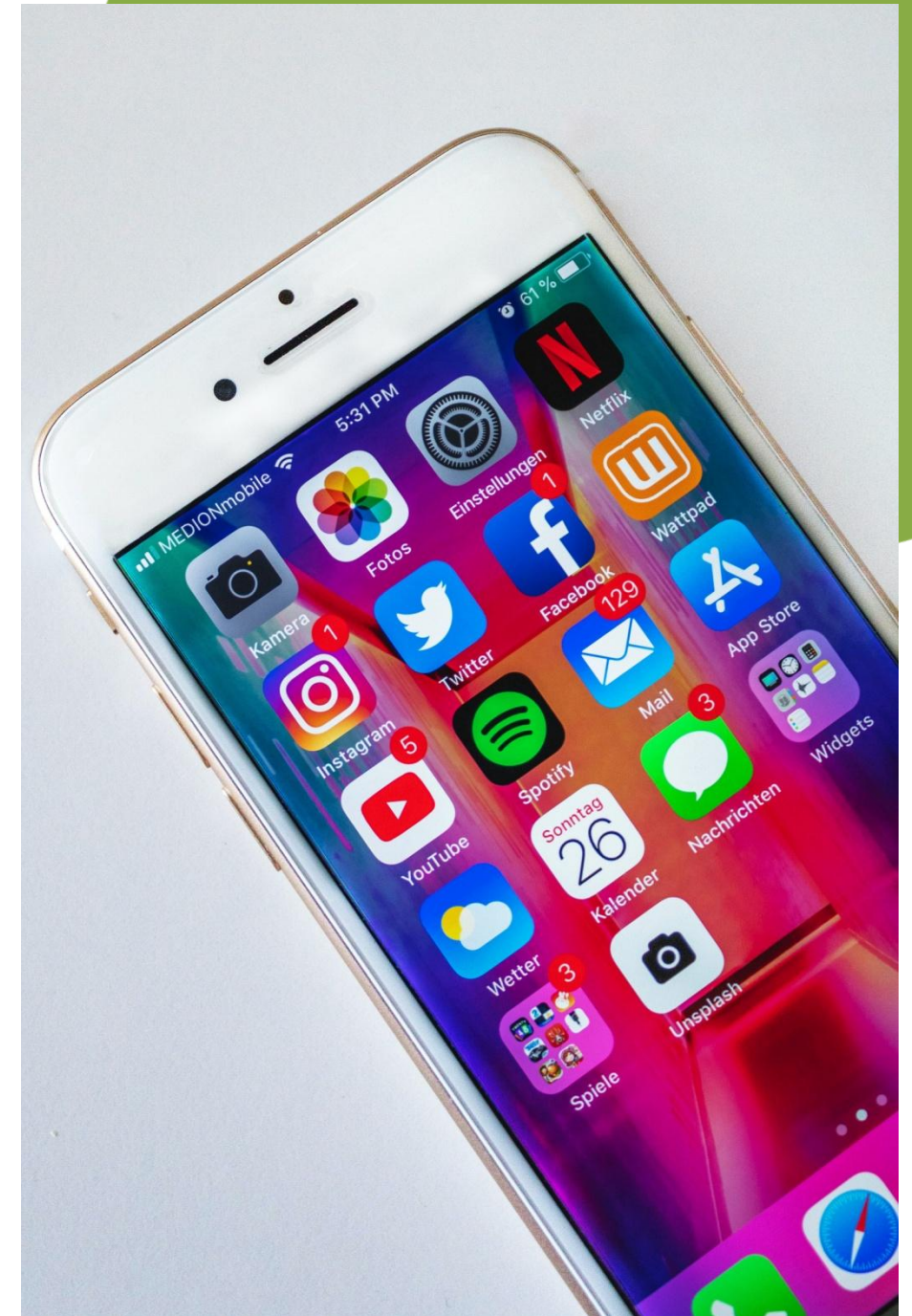


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Social Media en el Retail

En dicho informe se pone de manifiesto el impulso que están experimentando las compras a través de las plataformas de redes sociales, lo que incluye desde el descubrimiento del producto hasta el final del proceso de compra.

Las preferencias son diferentes en función del rango de edad. El público senior prefiere utilizar Facebook para realizar sus compras online, mientras que los más jóvenes (especialmente la Generación Z) opta por usar Instagram.

Para estos compradores jóvenes las redes sociales se posicionan también como el espacio idóneo para descubrir nuevas marcas. Según datos publicados por Hootsuite, los usuarios de entre 16 y 24 años empleaban más las redes sociales para investigar marcas que motores de búsqueda como Google (53,2% vs. 51,3%).

En 2022, los comercios deberán trabajar para ampliar la experiencia de los clientes con sus productos tanto a través de los escaparates de las redes sociales como de la vida real, mientras que las empresas globales tendrán que poner a prueba los límites de la experiencia de compra online. Los comercios cada vez tienen una mayor presencia activa en redes sociales a fin de impulsar sus ventas e interactuar con sus potenciales compradores a través de demostraciones de productos en directo, marketing de influencers en tiempo real, lanzamientos de productos en vivo, etc...

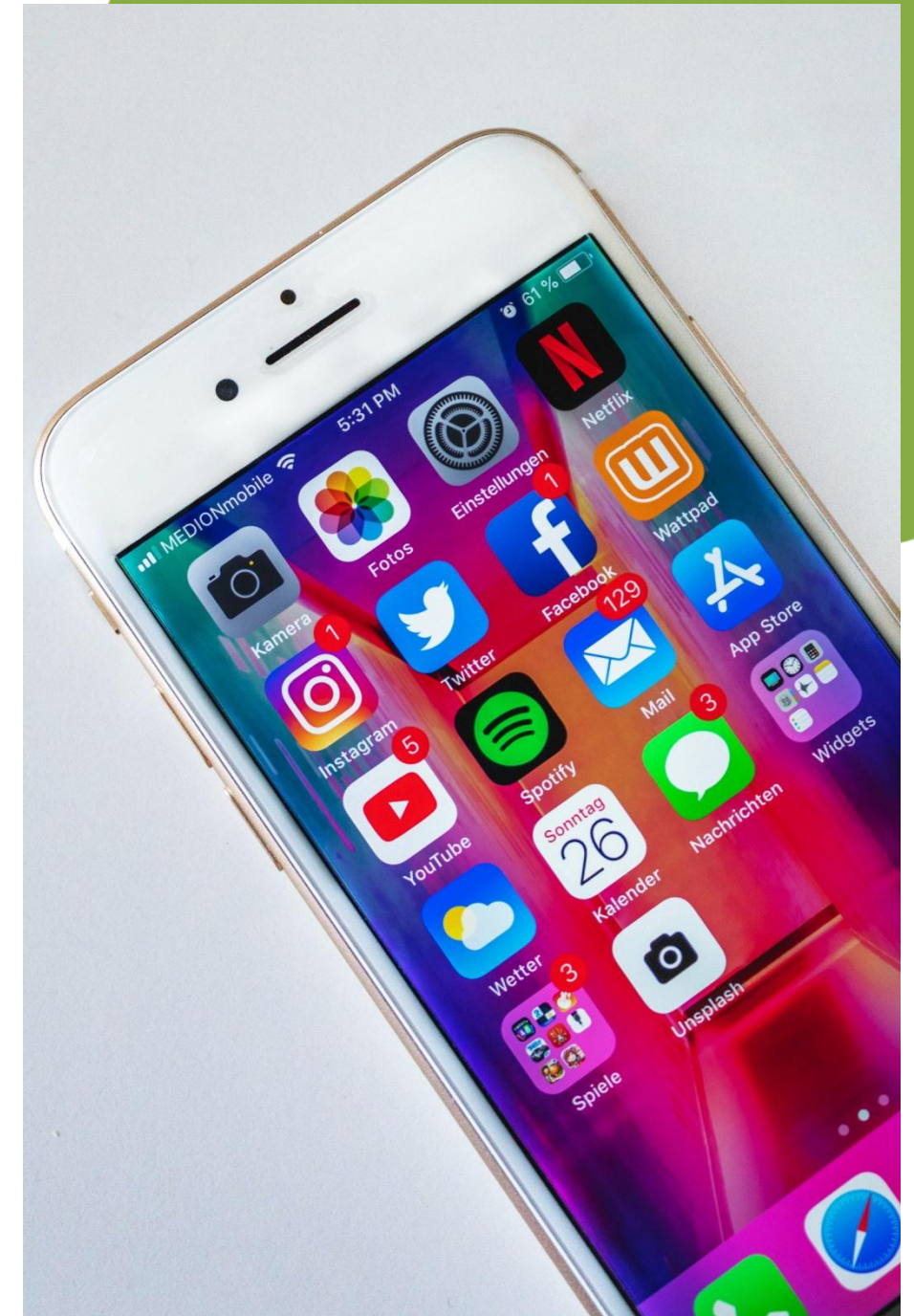


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Social Media en el Retail

España fue uno de los países en los que más creció el comercio electrónico durante la pandemia, un 36%, según el informe de eMarketer, solo por detrás de Singapur y Argentina, que superaron el 70%, una tendencia que obliga a la industria retail a actualizarse. "Este es el último año del ecommerce tal y como lo conocemos: el futuro será más social y con más vídeos", anticipa el presidente de la Asociación Española de Retail, Laureano Turienzo.

En la pelea por atraer al usuario, las redes sociales llevan ventaja. Acumulan cada vez más tiempo de consumo de los usuarios, prácticamente 2,5 horas de cada día, solo superados por el uso del streaming, que va más allá de las 3 horas, según la agencia digital We Are Social, saben que tienen la puerta de la atención, y que ya no solo pueden venderse como un gran soporte publicitario, sino como un espacio directo de comercio electrónico.

Shopify, que se posiciona como amenaza a Amazon pese a que su presidente asegure lo contrario, está apostando por convertirse en la plataforma más utilizada por los comerciantes para crear sus tiendas digitales contando con las redes sociales como canal de compra a través de un ambicioso programa de acuerdos que influye la integración de sus tiendas con Facebook, Instagram, Pinterest o TikTok.

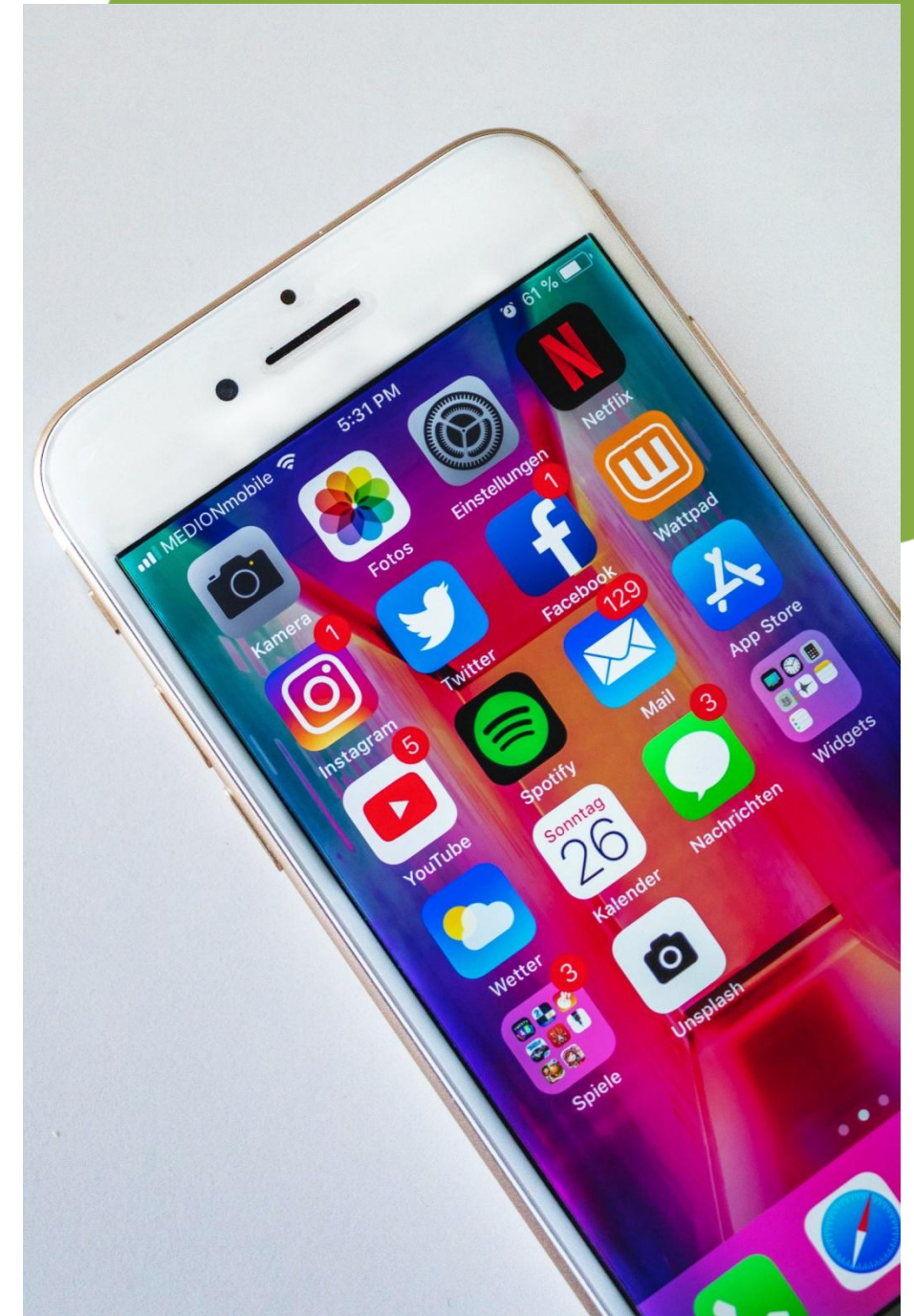


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Social Media en el Retail

Entre las redes sociales que impulsan el Social Commerce, Facebook (y todo su ecosistema) sin duda se lleva el primer lugar, pero debemos reconocer lo que está haciendo TikTok como uno de sus aprendices más destacados. La red social de origen chino ha reportado cerca de 1.500 millones de descargas desde su creación y ha llegado en tiempo récord a los 1.000 millones de usuarios activos alrededor del mundo.

Actualmente esta aplicación es la red social por excelencia de la generación centennial, una que se caracteriza por la inmediatez, la dispersión y la naturalidad con la que navegan entre millones de bytes de contenido multimedia. A este grupo generacional habrá que convencerlo en 15 segundos de adquirir un producto, y TikTok lo está logrando.

En 2021 ya suscribieron una alianza europea con Shopify, que ayudará a los comercios de esta plataforma a ampliar sus estrategias permitiéndoles vender y comercializar en su comunidad. A través de esta asociación, las empresas españolas pueden crear anuncios de vídeo en el feed de TikTok directamente desde el panel de Shopify, y difundirlos a los 100 millones de usuarios activos mensuales en toda Europa.

Su última novedad ha consistido en intentar entrar al negocio ecommerce con el lanzamiento de su propio marketplace. La red social prevé ofrecer mediante este canal productos chinos a otros países del mundo.

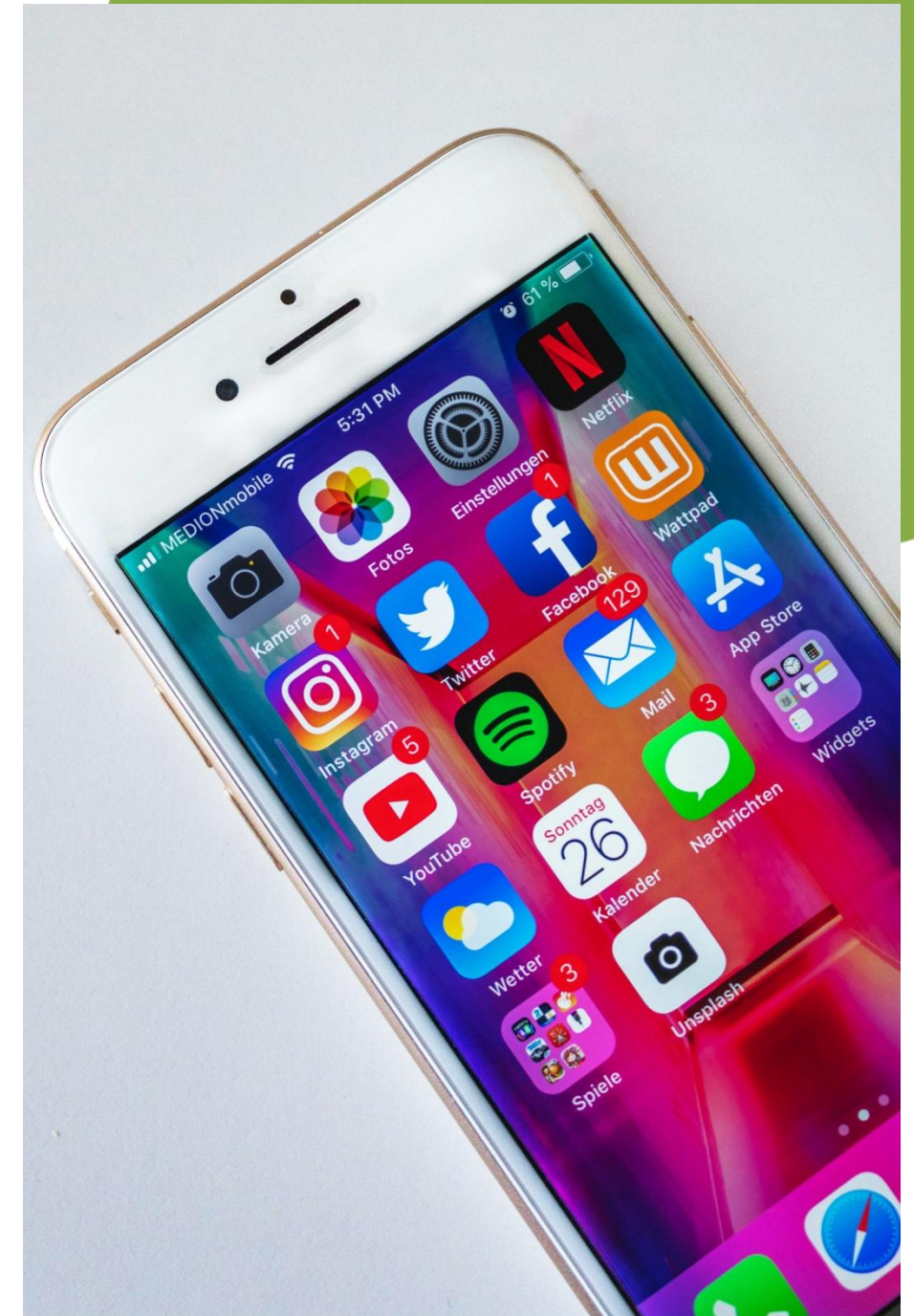


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Social Media en el Retail

Desde un punto de vista local IAB Spain ha presentado el “Estudio de Uso de Redes Sociales en España en 2022”, este estudio es la foto más completa para conocer cómo estamos usando las redes sociales tras dos años de pandemia y un 2021 con muchas novedades en el social media. En términos porcentuales, en 2022 los usuarios de redes sociales en España representan el 85% de la población internauta, que es el mismo porcentaje registrado en 2021, aunque desciende ligeramente frente al 87% de 2020.

Siempre es interesante observar qué nuevas redes entran en el análisis de este estudio, y cuáles se quedan fueran. Entre las que se descartan en 2022, por su escaso uso o interés, se encuentran OnlyFans y ClubHouse. También se caen la plataforma de monetización Patreon y la red de podcast en vivo Stereo. Como contrapartida, entran en el análisis BeReal, la app de fotos en la que solo puedes compartir y publicar en el momento en que recibes la notificación para ello; BePlus, de vídeo-conversación; Lapse, que solo permite ver las imágenes 24 horas después de tomarse, y Reddit, con amplia penetración en países como EEUU.

Un 48% de los usuarios de redes sociales siguen a marcas en redes sociales, el mismo porcentaje que en 2021, aunque ese año había caído respecto a 2020. Lo curioso es que tener presencia en redes sociales no altera el nivel de confianza frente a la marca: un 66% de los usuarios dicen que les resulta indiferente. Solo un 8% aseguran que si una marca no tiene presencia en redes, les genera menos confianza.

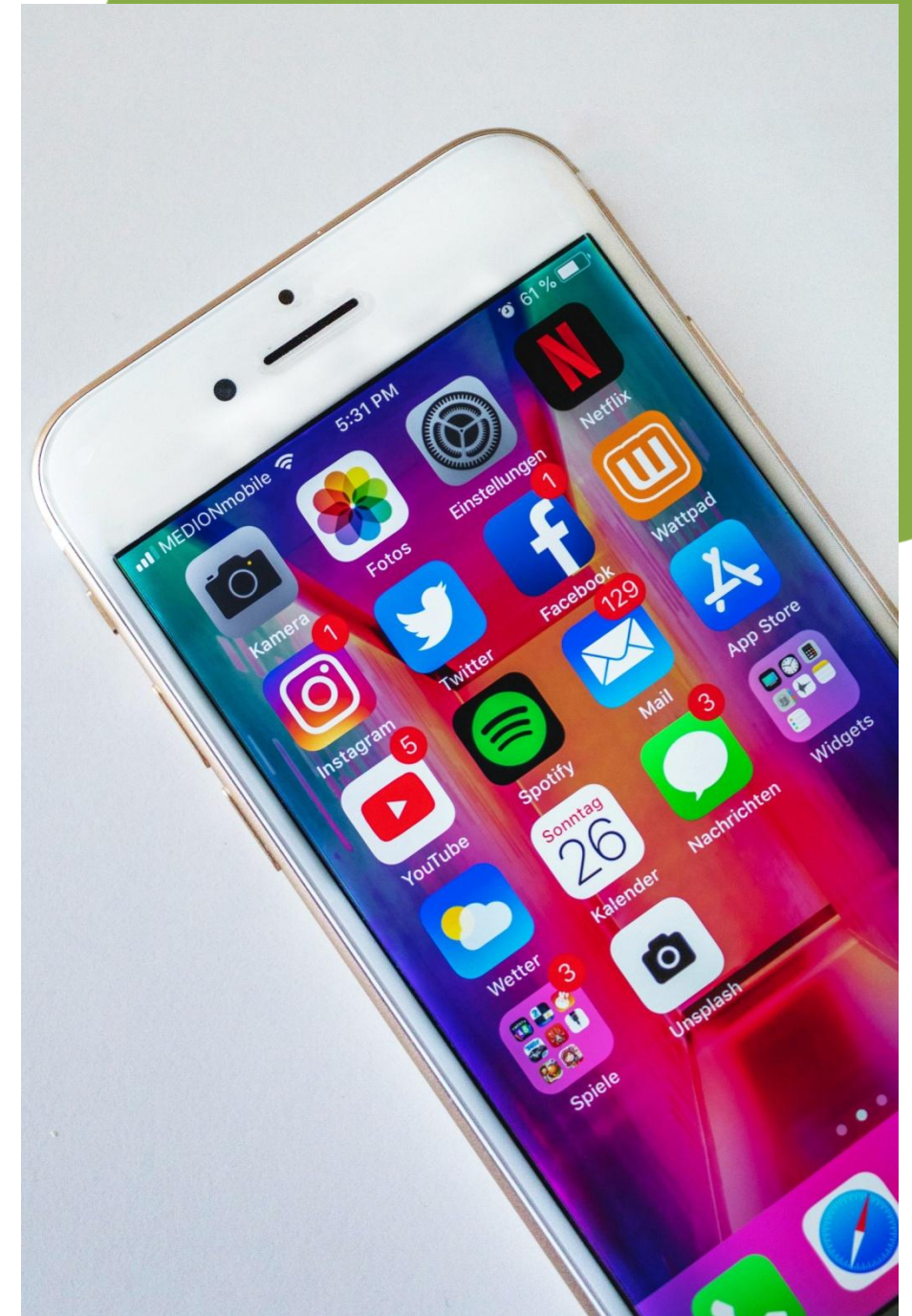


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Social Media en el Retail

Más de la mitad de los usuarios de redes sociales (el 53%) sigue a influencers, principalmente en Instagram, seguido de YouTube, Facebook y TikTok. Y casi 1 de cada 2 asegura que les resulta muy creíble lo que cuentan, lo que supone un incremento de 14 puntos.

Al mismo tiempo, desciende 9 puntos el porcentaje de usuarios que consideran publicitarios los comentarios de los influencers: el 34% declara que sus publicaciones son bastante o totalmente promocionales.

Por último comentar como solo 4 de cada 10 personas han visto, oído o leído algo sobre el metaverso. Y solo el 9% de la población internauta ha entrada al menos en una ocasión en algún metaverso, sobre todo por curiosidad y para ver cómo funciona. Parece que aún le queda camino por recorrer...

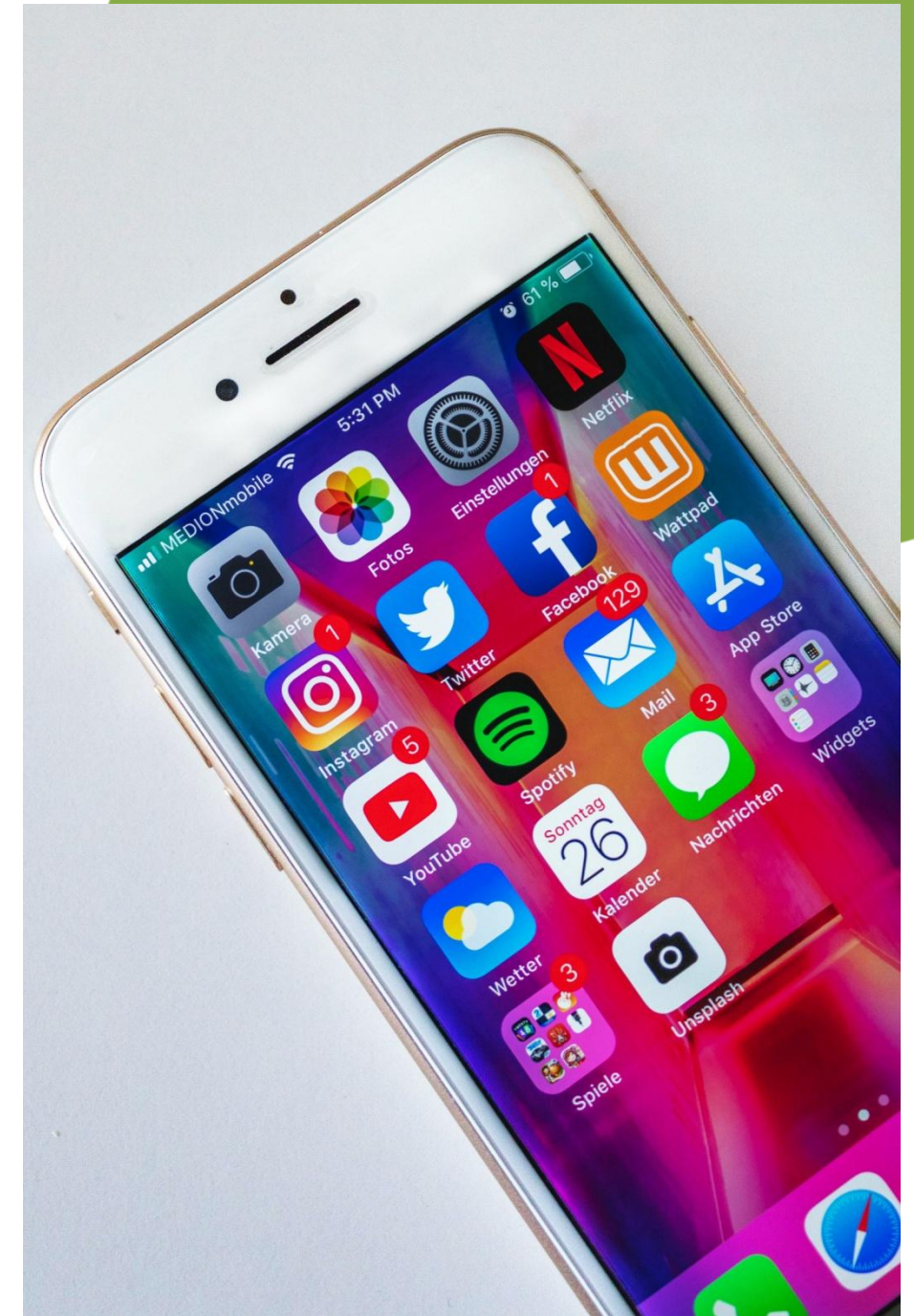


Foto de [Sara Kurfeß](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Maria Lázaró (Hablando en corto, 2022)** *Así estamos usando las redes sociales en España en 2022*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://hablandoencorto.com/2022/05/uso-redes-sociales-espana-2022.html>
- **Inforetail (2021)** *Impulsando el retail a través de las redes sociales*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/impulsando-el-retail-a-traves-de-las-redes-sociales/57b86a12c350334b405c39f22a165702>
- **Foodretail (2021)** *El 'social commerce' impulsará el crecimiento del comercio electrónico en 2022*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de https://www.foodretail.es/shoppers/social-commerce-redes-sociales-comercio-electronico-tendencias_0_1641135882.html
- **DA/Retail (2021)** *Tendencias para 2022. El año del comercio en redes sociales*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.distribucionactualidad.com/tendencias-para-2022-el-ano-del-comercio-en-redes-sociales>
- **Muy canal (2022)** *Las compras a través de redes sociales superan al comercio electrónico tradicional*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.muycanal.com/2022/01/26/redes-sociales-comercio>
- **Miguel Angel Moreno (Business insider, 2021)** *Las redes sociales aspiran a ser el escaparate del futuro: así buscan Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest o TikTok convertirse en el centro del comercio electrónico*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.businessinsider.es/redes-sociales-nuevo-escaparate-social-commerce-868367>
- **Inforetail (2021)** *TikTok avanza hacia el retail*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/-tiktok-avanza-hacia-el-retail/9bc2d0983c0cd29d72f225dd495933c7>
- **Peru retail (2021)** *TikTok lanzará su propio marketplace para competir con Amazon y Aliexpress*. Recuperado el 31 de mayo de 2022 de <https://www.peru-retail.com/tiktok-fideliza-el-negocio-e-commerce-con-el-lanzamiento-de-su-propio-marketplace>

Información relacionada

- Estudio de Redes Sociales 2022: [Estudio de Redes Sociales 2022 | IAB Spain](#)
- Trucos para promocionar tu comercio en Tik Tok: <https://escuelavascaretail.eus/es/mediateca/trucos-para-promocionar-tu-comercio-en-tik-tok>
- Tendencias de redes sociales 2022: <https://www.hootsuite.com/es/pages/trends-2022-report-pdf>