

## **TusIdeas valora las consecuencias de la limitación que Instagram y Facebook han impuesto a terceros**

**A raíz del escándalo de Cambridge Analytica, Facebook e Instagram han realizado diversos cambios en sus políticas de cesión de datos a desarrolladores de terceros que han afectado seriamente al modo de operar de miles de agencias de marketing digital. Hoy, TusIdeas explica por qué estos cambios suponen un drástico golpe para multitud de empresas del sector**

"Instagram, de un día para otro, ha establecido un recorte del 96% en la frecuencia con la que los desarrolladores de software pueden extraer datos de su API para aplicaciones móviles. Esto significa, básicamente, que aunque hasta ahora las aplicaciones de terceros podían solicitar hasta 5.000 actualizaciones de datos por hora, hoy sólo pueden acceder a 200", explica Nacho García, Director Web de TusIdeas.

Esto afectará todo, desde aplicaciones de juegos hasta aquellas diseñadas para ayudar a los especialistas en marketing a realizar un seguimiento de las publicaciones o quejas de los usuarios. Ahora es probable que estas aplicaciones dejen de funcionar una vez que lleguen al límite.

"Pero la cosa no ha quedado ahí. Instagram no sólo ha cortado por completo la conexión de algunos desarrolladores a sus datos, sino que también ha impedido el acceso a su API a aplicaciones completamente nuevas que eran conscientes de estos límites. Y las agencias de marketing digital que utilizaban estas aplicaciones para poder operar en el día a día se han encontrado, de un día para otro, con un muro que no son capaces de traspasar", continúa Nacho.

Facebook también restringirá el acceso de los desarrolladores a datos tales como listas de asistentes a eventos y listas de miembros de grupos. Las aplicaciones que están diseñadas para acceder a páginas de grupo en Facebook, acceder a datos de página o permitir a los usuarios iniciar sesión con sus credenciales de Facebook ahora tendrán que ser aprobadas por Facebook.

"Cada vez que una Red Social realiza cambios significativos en su funcionamiento y avanza hacia un intercambio menos abierto, crea más desafíos para los profesionales de nuestro sector. Por suerte, no es la primera vez que demostramos nuestra capacidad para cambiar a plataformas que nos faciliten la forma de interactuar con los seguidores de nuestros clientes", afirma Nacho.

La realidad es que, si bien es cierto que estos cambios han sido realizados con el objetivo de aumentar la privacidad de los usuarios, lo más probable es que las empresas reduzcan drásticamente su inversión en estas Redes Sociales para apostar por otras plataformas en las que sean capaces de obtener las métricas y datos estadísticos que necesitan.

**Datos de contacto:**

TusIdeas  
<https://www.tusideas.es/>  
915 227 148

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>