

## **El 46% de los usuarios de redes sociales que compra online las utiliza a diario para indagar sobre marcas**

### **El nuevo estudio de GetApp, la plataforma de descubrimiento de software empresarial, analiza el comportamiento de los compradores online que utilizan activamente las redes sociales**

Las redes sociales se han convertido en un canal del mix de medios en el que marcas y empresas pueden conectar con públicos afines, encontrar nuevos clientes y fidelizar a los existentes. Es por ello que para los negocios es importante conocer cuáles son las más utilizadas y para qué actividades se realizan.

Las redes sociales que más utilizan los consumidores online son WhatsApp (93 %), Facebook (82%) e Instagram (72 %).

Los datos son parte de una investigación realizada por la plataforma de descubrimiento de software empresarial, GetApp que analiza el comportamiento y uso de redes sociales por parte de los compradores online.

Para recopilar los datos, GetApp ha realizado una encuesta online durante el mes de abril de 2022 a 1026 participantes en España, entre 18 y 75 años que, además de utilizar las redes sociales una vez al mes, compran al menos una vez online cada seis meses.

Casi la mitad de los usuarios busca información sobre marcas a diario en las redes sociales. El 46 % de los usuarios de redes sociales las utiliza a diario para buscar información y noticias sobre empresas o marcas y un 31 % lo hace de forma semanal.

Clasificamos por el contenido de las redes sociales por su temporalidad en ellas en tres principales categorías: contenido estático (el permanente, como las fotos y videos en el feed), contenido efímero (como las stories en Instagram), y contenido que se transmite en directo (como Facebook Live)

El estudio indica que la mayoría de los usuarios prefiere contenido estático para informarse sobre las empresas (59 %).

La Generación Z se diferencia al resto de generaciones en cuanto al uso de redes. Los compradores online pertenecientes a la generación Z se despegan del resto en cuanto a uso de redes: prefieren consumir contenido efímero más que las demás generaciones, así como tienden a mirar más hacia influencers y celebridades para recibir recomendaciones e información de productos. A su vez, es la que más utiliza TikTok, y la que menos usa Facebook.

La privacidad de las redes preocupa, pero una cuarta parte de los consumidores online no leen los términos y condiciones.

Al 42 % de los usuarios les preocupa moderadamente su privacidad y al 34 % les preocupa mucho. Además, el 37 % de los usuarios no se siente cómodo al compartir información personal en las redes. Esto contrasta con el hecho de que el 24 % afirma que no se lee los Términos y Condiciones de la red social al registrarse y únicamente el 22 % señala que lo hace completamente.

#### Sobre GetApp

GetApp es el motor de recomendación que las pequeñas empresas necesitan para tomar la decisión de software correcta. GetApp permite a las pymes lograr su misión al proporcionarles recomendaciones y conocimientos necesarios, adaptados y basados en datos, para tomar decisiones informadas de compra de software. Para obtener más información, visitar [getapp.es](http://getapp.es)

#### **Datos de contacto:**

Comunicación GetApp

+34 930 392 280

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

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

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>