

El futuro de las citas es fluido

El último año de Tinder nos dice sobre lo que pasará la próxima década en las citas.

El distanciamiento social se convirtió en la nueva normalidad, fue un momento difícil para estar soltero. Muchos de los lugares a los que los jóvenes solían acudir para conectar con otros estaban cerrados, pero su necesidad de conexión humana era más urgente que nunca. Durante la pandemia, Tinder surgió como uno de los pocos lugares a los que los jóvenes podían acudir para conseguir la tan necesaria interacción humana. De hecho, el 60% de los miembros llegaron a Tinder porque se sentían solos y querían conectar con gente. Y la Generación Z acudió específicamente a Tinder para conocer gente nueva y salir de su cámara de eco: el 40% visitó Tinder para ver "gente nueva y diferente".

La interacción social en Tinder también aumentó durante la pandemia La generación Z pasó más tiempo hablando en Tinder, ya que se enviaron un 19% más de mensajes al día en febrero de 2021, en comparación con febrero de 2020. Y las conversaciones fueron un 32% más largas durante la pandemia. Los miembros también actualizaron sus biografías más a menudo para alimentar la conversación, con la generación Z actualizando sus biografías casi 3 veces más a menudo que antes de la pandemia y todavía 2 veces más a menudo que los Millennials. Y las biografías de la pandemia incluían temas más oportunos, como las elecciones o contenidos populares, como Bridgerton.

La Generación Z también recurrió a las videollamadas ya que las limitaciones del COVID-19 les hicieron buscar otras maneras de conectar. Casi la mitad de los usuarios de Tinder tuvieron un videochat con una pareja durante la pandemia y el 40% planea seguir utilizando el video para conocer a la gente incluso cuando la pandemia haya terminado. Estas experiencias virtuales ayudaron a satisfacer las ansias de interacción social de la Generación Z: según Ypulse, el 43% de los usuarios de aplicaciones de citas dijeron que éstas les hicieron sentirse menos solos durante la pandemia.

La innovación en el comportamiento de las citas de la Generación Z y el crecimiento de Tinder en la categoría de interacción social hicieron del **2020 el año más activo de la historia de Tinder**. El engagement en Tinder y la actividad dentro de la app crecieron significativamente a lo largo del año con un 11% más de Swipes y un 42% más de matches por miembro de Tinder. El 29 de marzo de 2020, la actividad de Swipe de Tinder superó los 3.000 millones en un solo día, la primera vez que lo hizo, y luego superó este récord de 3.000 millones en un solo día, 130 veces más en el último año. Algunos de los días de mayor actividad de Swipe de ese año fueron:

25 de octubre del 2020

Pre Halloween 13 de agosto del 2020

Regreso a clases 5 de abril del 2020

Inicio del encierro 'Lockdown' 3 de enero del 2021

Domingo de Swipe 14 de febrero del 2021

San Valentín

Ese año se produjeron algunos cambios fascinantes en el comportamiento de la Generación Z; cambios que revelan el futuro de las citas. Veamos cómo los acontecimientos del año 2020 ayudan a predecir la próxima década de las citas:

#1: Seremos más sinceros y auténticos.

La pandemia ayudó a muchas personas a poner las cosas en perspectiva. Llevó a los miembros de Tinder a ser más sinceros y vulnerables sobre quiénes son, cómo se ven y por lo que están pasando. Las menciones de "ansiedad" y "normalizar" en las bios crecieron durante la pandemia ("ansiedad" creció un 31%; "normalizar" creció más de 15 veces). Y miles de jóvenes

respondieron al reto de Tinder "Put yourself out There" ('Muéstrate vulnerable) creando perfiles que reflejaban su autenticidad. Este cambio hacia la honestidad se acelerará en el futuro a medida que la Generación Z, una generación conocida por valorar la autenticidad, se convierte en una mayor parte de la población de citas (hoy, más del 50% de Tinder es Generación Z).

#2: Los límites serán más transparentes.

La pandemia ha hecho que se hable más de los límites personales. Los miembros de Tinder utilizaron sus bios para dejar claras sus expectativas: la frase "ponte cubrebocas" se multiplicó por 100 en el transcurso de la pandemia, "límites" se utiliza más que nunca (un 19% más) y el término "consentimiento" aumentó un 11%. Esta práctica hará que las conversaciones sobre el consentimiento sean más habituales y cómodas en el futuro. El estudio "Dating in a Post-COVID World" (Las citas en el mundo Post-COVID) de YPulse también encontró indicios de estas conversaciones, ya que el 17% de las personas que tienen citas "tuvieron una conversación sobre las precauciones de seguridad antes de salir" y el 16% "pidieron el consentimiento para tocar físicamente a su cita". Esta práctica hará que las conversaciones sobre el consentimiento sean más habituales y cómodas en el futuro. A medida que las conversaciones pasen a asuntos íntimos, la gente utilizará las habilidades que ha perfeccionado durante la pandemia para que las citas sean más seguras y felices.

#3: Más personas querrán "ver adónde va esto".

En un mundo incierto, las personas que salen en citas tienen menos expectativas sobre el futuro de sus relaciones. Las menciones a frases como "veremos qué pasa" y "abierto a" alcanzaron máximos históricos en las biografías de Tinder, ya que los usuarios mostraron una mayor apertura a las posibilidades ("veremos qué pasa" aumentó un 19%, "abierto a" un 17%). Y en una encuesta reciente de los miembros de Tinder, el número de personas que buscan "ningún tipo de relación en particular" aumentó casi un 50%. Así que, en lugar de que la pandemia impulse el deseo de casarse, la próxima generación de usuarios buscará relaciones más abiertas.

#4: Las citas digitales serán parte de la nueva normalidad.

A medida que el contacto en persona se volvía más inseguro, los usuarios recurrían a las experiencias virtuales para establecer una conexión humana. En lugar de conocerse en persona, la Gen Z utilizaba las videollamadas o citas virtuales. Durante la pandemia, la mitad de los miembros de Tinder de la Generación Z chatearon por medio de video con un match y un tercio realizó más actividades virtuales en conjunto. En lugar de salir, era más probable que la gente se conociera a través de Tinder y luego tuviera una cita en Animal Crossing (las menciones de AC aumentaron 30 veces) o que cenaran juntos a través de Zoom (el término Zoom aumentó 30 veces). Y aunque haya empezado por necesidad, la cita digital ha llegado para quedarse. Según una encuesta reciente de Tinder, los que lo han probado lo ven como una manera sin tanta presión para hacerse de una idea de alguien, y el 40% de los miembros de la Gen Z de Tinder dicen que seguirán teniendo citas digitales, incluso ahora que se han abierto con más fluidez los espacios para citas.

#5: Las primeras citas serán más activas.

En el último año, con el aumento del 19% de las conversaciones en Tinder y un incremento de las citas en video, la gente hizo mucho por conocerse digitalmente antes de planear una cita. Según Ypulse, el 20% de las personas tuvieron una cita virtual previa a conocerse en persona. Y con muchos bares y restaurantes cerrados en tiempos pandémicos, muchos lugares tradicionales para la primera cita ya no eran una opción. Así que, cuando llegó el momento de conocerse, las personas eligieron actividades para la primera cita más creativas, personales e informales que en el pasado. Por ejemplo, en Tinder se multiplicaron por tres las menciones de "patines" en las biografías y se solicitaron distintas actividades para las citas como construir un fuerte juntos. Esta tendencia a que las primeras citas se basaran en actividades y se saltaran las conversaciones triviales marcará la próxima década en el mundo de las citas. Las parejas elegirán actividades mucho más interesantes en su primera cita para que les ayuden a conocerse de verdad.

#6: El más sutil contacto físico tendrá un impacto significativo.

Los miembros de Tinder están usando sus bios para buscar afecto como tomarse de la mano, abrazarse o que alguien les

toque el pelo: el uso de la palabra "abrazarse" creció un 23%, y "tomarse de la mano" ha subido un 22%. Después de pasar meses sin contacto físico, los usuarios aprecian mucho los pequeños momentos de afecto físico. Así que, incluso cuando los encuentros se conviertan en algo habitual, los pequeños gestos físicos desempeñarán un papel más importante en el mundo de las citas.

#7: Las personas quieren citas con personas que vivan cerca.

Para muchos miembros de Tinder, el año 2020 llegó con una obligada mudanza provocada por el coronavirus. Mientras algunos se dirigieron a nuevas ciudades, otros se mudaron con la familia. Según el Centro de Investigación PEW, el 52% de los adultos jóvenes vivían con uno de sus padres en julio de ese año, la tasa más alta en décadas. Y poco después de mudarse, la gente acudía a Tinder para conocer gente nueva en su nueva ciudad. Las menciones de "mudanza" en las biografías aumentaron un 28% en 2020. La geolocalización de Tinder, o la capacidad de encontrar a alguien cerca, fue muy relevante para el boom pandémico de las mudanzas. Así que mientras la tecnología sigue permitiendo a las personas vivir o trabajar en cualquier lugar, siguen acudiendo a Tinder para encontrar a alguien que viva cerca de ellos. Esta tendencia sugiere que no habrá un aumento de las relaciones a distancia tras la pandemia. En cambio, la Generación Z querrá conectar con personas que vivan a la vuelta de la esquina, sin importar dónde vivan.

#8: Un "verano del amor" podría estar cerca

El anhelo de interacción social de la Gen Z hizo que se tuviera un verano muy movido en término de citas. Para la mayoría de la Generación Z, quienes pasaron atrapados su 2020 con mamá y papá (52% según Pew Research) se vieron obligados a despedirse de su vida social. Para octubre de ese año, más del 40% de los miembros de Tinder menores de 30 años no habían conocido a nadie en persona*. Pero según las biografías de Tinder, eso cambió desde el año pasado. "Tener una cita" alcanzó un máximo histórico en las biografías de Estados Unidos en febrero de 2021. Y aunque la gente ralentizó las citas en persona en 2020 (el 54% de los solteros compartió con YPulse que "Covid 19 ha retrasado significativamente mi vida amorosa"), están listos para empezar a salir más en cuanto las vacunas (o anticuerpos) estén en su lugar. Casi un tercio de las personas dijeron a YPulse que su cita tuvo que haberse vacunado antes de salir ya que así se sienten más cómodos saliendo en persona.

Términos y condiciones:

*Todos los datos anteriores provienen de perfiles de Tinder o de la actividad derivada de la aplicación Tinder. Los datos se extrajeron de enero de 2020 a febrero de 2021.

*Informe de tendencias YPulse Finding Love Post-COVID. Basado en una encuesta realizada a 1000 personas de 13 a 39 años en EE.UU., realizada en diciembre de 2020

###

ACERCA DE TINDER

Lanzada en 2012, Tinder es la aplicación más popular del mundo para conocer gente nueva y ha sido descargada más de 530 millones de veces y creado más de 75 mil millones de "matches". La aplicación está disponible en 190 países y en más de 45 idiomas. Más de la mitad de todos los miembros tienen entre 18 y 25 años. En 2022, Tinder fue nombrada una de las empresas más innovadoras del mundo por Fast Company.

<https://mx.tinderpressroom.com/2020-12-10-El-futuro-de-las-citas-es-fluido>