

Tinder: El futuro de las citas es fluido

En Tinder, donde más de la mitad de nuestros miembros en todo el mundo son Gen Z (jóvenes adultos de 18 a 25 años), ya éramos testigos de cómo se redefinían las reglas de las citas antes de la pandemia aunque, de repente, todo cambió en 2020. La pérdida, el anhelo y la soledad que el confinamiento provocó en las vidas de los jóvenes ha propiciado una nueva fase en su intención de quedar con alguien, para encontrar nuevas formas de conectarse, reunirse por más y distintas razones, y ser más abiertos en Tinder.

Ha sido el año más ajetreado de nuestras vidas.

Y nos espera una década totalmente diferente a la hora de tener citas.

La Generación Z está rompiendo el molde de la tradición y los tabúes al conocer gente nueva. Las citas ya no se basan en las típicas etapas preestablecidas, sino que se han vuelto fluidas en términos de expectativas (veamos a dónde va), emociones (honestas y auténticas) y experiencias (más actividades para romper el hielo, las citas digitales han llegado para quedarse). Al más puro estilo Gen Z, hacen malabarismos con las contradicciones: buscan ampliar el espectro de las citas mientras se reducen a encontrar personas cercanas con las que salir. También tienen un fuerte sentido de la urgencia para dar el paso de volver a quedar, al mismo tiempo que buscan espacio para los pequeños momentos de afecto.

El futuro de las citas: Datos de Engagement en Tinder

- **19%** más de mensajes enviados al día en febrero de 2021, respecto a febrero del año anterior.
- Las conversaciones fueron un **32%** más largas durante la pandemia.
- Hemos visto un **11%** más de Swipes y un **42%** de incremento de matches entre los miembros de Tinder.
- La Gen Z también recurrió a Videochat. Casi **la mitad** de los usuarios de Tinder hicieron videochat con algún match durante la pandemia, y el **40%** piensa seguir utilizando el vídeo para conocer gente nueva incluso cuando la pandemia haya terminado.

El futuro de las citas: Tendencias Top

#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).

#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 mascarilla" 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.

#3: Más personas querrán “ver adónde va esto”.

En una encuesta reciente entre 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. Y aunque puede haber 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 forma sencilla para hacerse una idea de alguien, y el 40% de los miembros de la Generación Z de Tinder dicen que seguirán teniendo citas digitales, incluso cuando vuelvan a abrir los lugares habituales donde tenían citas.

#5: Las primeras citas serán más activas.

Con muchos bares y restaurantes cerrados, los lugares tradicionales para la primera cita ya no son una opción. Por eso, a la hora de quedar, los interesados eligieron actividades de primera cita más creativas, personales e informales que en el pasado. Por ejemplo, en Tinder se multiplicaron por tres las menciones a "patinar" en los perfiles y en las bios aparecieron propuestas como “construir un fuerte” o “pelea de bolas de

nieve”.

#6: El contacto físico tendrá un impacto significativo.

Los miembros utilizan sus biografías para buscar afecto, como cogerse de la mano, abrazarse o que alguien les toque el pelo: el uso de la palabra "abrazarse" creció un 23%, y el de "cogerse de la mano", un 22%. Después de pasar meses sin contacto físico, los usuarios aprecian mucho los pequeños momentos de afecto. Así que, incluso cuando los encuentros se conviertan en algo habitual, los pequeños gestos físicos desempeñarán un papel más importante en la anatomía de las citas.

#7: Quedaremos con personas que vivan cerca.

La geolocalización de Tinder, o la capacidad de encontrar a alguien cerca, fue muy relevante para el boom de las mudanzas. Las menciones de "mudanza" en las biografías aumentaron un 28% en 2020. 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.

#8: Un “verano del amor” podría estar al caer.

En octubre de 2020, 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 podría estar cambiando. "Tener una cita" alcanzó un máximo histórico en las bios en febrero de 2021. Y aunque la gente ralentizó las citas en persona en 2020 (el 54% de los solteros compartió con YPulse que "la 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.

Haga clic aquí para ver el informe completo "El futuro de las citas es fluido".

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.

"Mensajes" es el número medio de mensajes enviados por miembro

Las actualizaciones de la biografía es el promedio de ediciones de la biografía por usuario al mes

Los datos de WAV/encuesta provienen de **Los resultados se basan en una encuesta realizada a 5.000 miembros de Tinder en

Estados Unidos entre el 6 y el 12 de mayo de 2020 y entre el 14 y el 24 de agosto de 2020

Swipe, Tinder y el logotipo de la llama son marcas registradas de Match Group, LLC.

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

 [El futuro de las citas es fluido](#)

(301 KB)

<https://es.tinderpressroom.com/2021-02-20>