7 de marzo de 2022. Tinder, la mayor aplicación de citas del mundo, lanza una nueva campaña digital europea:***Green Flags Only***. La seguridad puede verse como el lado menos atractivo de las citas en línea especialmente para el público de 18 a 25 años de Tinder (que constituye la mitad de sus miembros), ya que se basa en limitar lo que no se debe hacer. Esta campaña pretende darle la vuelta a la tortilla y pone de relieve una serie de herramientas de seguridad de Tinder para garantizar que las citas no pierdan nunca su chispa.

En lugar de aconsejar evitar las llamadas *red flags*, Tinder se centra en este caso en las green flags, a las que los solteros deben prestar atención para asegurarse de estar en lo correcto cuando utilizan la aplicación. Estas *green flags* existen por las propias funcionalidades de seguridad de Tinder, que incluyen la Verificación de foto para garantizar que los miembros son quienes dicen ser, Bloquear Contactos para evitar cruzarte con cualquier colega o ex y Videochat, que fue diseñado por el equipo de seguridad de Tinder para facilitar una cita en persona que pone la comodidad en primer lugar.

En colaboración con CPB Londres y la directora India Harris, esta llamativa campaña adopta un tono enérgico, pero refrescante y honesto, para comunicar que mantenerse seguro puede ser divertido. Los gráficos dinámicos, el estilo cercano de la voz en off en llas redes sociales y una melodía pegadiza se combinan para dar vida a la magia de las citas basándose en las características de seguridad de Tinder.

Dirigida a los consumidores de la Generación Z (entre 18 y 25 años), la campaña responde a sus demandas de autenticidad y a la posibilidad de conocer a un match antes de conocerse en persona. Más de la mitad (57%) ha admitido que quiere conocer a sus parejas a un nivel más profundo y el 48% tiene la intención de tener videochats y más conversaciones con sus parejas antes de conocerse en persona.*

La campaña **"Green flags only"** estará en marcha a partir de hoy y durante cuatro semanas en cuatro mercados (Reino Unido, Alemania, Francia y España), a través de estas plataformas sociales: Tiktok, Snap, Instagram, Youtube y Pinterest.

La campaña destaca las siguientes tres funcionalidades de seguridad:

- **Verificación de foto -** Una vez que alguien ha creado su perfil de Tinder y ha añadido sus fotos, se le anima a aprovechar la función de Verificación de foto de Tinder. Esta función ayuda a confirmar que son la persona que aparece en su perfil comparando las fotos que han subido con una serie de fotos tomadas in situ en la aplicación. Los miembros que verifican su perfil obtienen una marca azul y tienen más probabilidades de obtener un like.
- **Bloquear contactos -** Bloquear contactos permite a los usuarios introducir en sus ajustes qué contactos prefieren evitar en Tinder. Tanto si esos contactos ya están en Tinder como si deciden descargarlo más tarde utilizando la misma información de contacto, no aparecerá como un posible match. Ya sea para evitar a un colega o un ex, la función da más control a los miembros sobre su experiencia.
- **Videochat -** La funcionalidad de Videochat de Tinder se creó con el control y la comodidad como primera prioridad. La función de videollamada dentro de la aplicación permite a los miembros conocerse digitalmente, verificar que su match es real y evaluar mejor si hay química antes de una cita IRL, todo ello sin dar detalles personales de contacto.

El compromiso de Tinder con la seguridad comenzó con el*Swipe*, que requiere un interés mutuo para enviar un mensaje. A lo largo de los últimos años, la aplicación ha seguido creando funcionalidades en el ámbito de la seguridad. Estas tres funciones forman parte de los esfuerzos más amplios de Tinder en materia de confianza y seguridad, que incluyen recientemente un proceso para reportar actualizado, así como otras funciones de producto, como "¿Te incomoda este mensaje?" y "¿Estás segurx?".

**Investigación realizada por Opinium - encuesta a 1.001 adultos de la Generación Z del Reino Unido (18-24) del 14 al 17 de septiembre de 2021*

Sobre Tinder

Tinder se creó en un campus universitario en 2012 y es la aplicación más popular del mundo para conocer gente nueva. Disponible en 190 países y en más de 40 idiomas, Tinder es la aplicación no relacionada con los juegos que más recauda a nivel mundial. Se ha descargado más de 500 millones de veces y ha dado lugar a más de 70.000 millones de matches.

---

https://es.tinderpressroom.com/Tinder-presenta-green-flags-only