



*EL  
FUTURO  
DE LAS  
CITAS ES  
FLUIDO*

*Lo que el último año  
en Tinder nos cuenta  
sobre la próxima  
década en el mundo  
de las citas*

---

En Tinder, donde **más de la mitad de nuestros miembros en todo el mundo son parte de la Generación Z** (jóvenes adultos entre 18 y 25 años), ya estábamos viendo cómo las reglas del mundo del dating estaban cambiando antes de la pandemia.

**Y, 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 conectar, 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 año pasado, el distanciamiento social pasó a ser la nueva normalidad y fue un periodo difícil para estar soltero.** Muchos lugares a los que los jóvenes solían acudir para relacionarse echaron el cierre, pero el contacto humano fue más necesario que nunca. Durante la pandemia, Tinder fue uno de los pocos sitios a los que los jóvenes pudieron recurrir para interactuar con otras personas.

De hecho, el 60% de los usuarios llegó a Tinder porque se sentían solos y quería relacionarse con otros. En concreto, la Generación Z llegó para conocer a personas nuevas que le sacaran de su cámara de eco: el 40% entró en Tinder para conocer “gente nueva y distinta”.

**La interacción social en Tinder también incrementó durante la pandemia.** La Generación Z pasó más tiempo hablando por la app: en febrero de 2021 se registró un 19% más de mensajes al día que en febrero del año anterior. Además, las conversaciones ampliaron su duración en un 32% durante el confinamiento. Los miembros actualizaron sus perfiles con más frecuencia para animar las conversaciones: la Generación Z actualizó su bio cerca de tres veces más que antes de la pandemia y el doble que los millennials. Además, los perfiles incluyeron temas del momento, como la escasez de papel higiénico o contenido popular como Los Bridgerton.

*Busco recomendaciones de Netflix para sobrevivir a esta cuarentena*

*Háblame sobre Tiger King*

El **60%**

*de los miembros de Tinder se sintió solo*

El **40%**

*entró en Tinder para conocer “gente nueva y distinta.”*

*Las conversaciones en Tinder fueron un*

**32%**

*más largas durante la pandemia*

*La Gen Z actualizó sus bios casi*

**3x**

*más frecuentemente que pre-pandemia*



**La Generación Z se volcó con Videochat**, ya que las restricciones de la COVID los llevaron a buscar distintas formas de relacionarse. Durante la pandemia, casi la mitad de Tinder mantuvo un Videochat con un match y el 40% prevé seguir utilizando el vídeo para conocer gente cuando las restricciones hayan terminado. Estas experiencias virtuales ayudaron a saciar la sed de interacción social de la Generación Z: según Ypulse, el 43% de los usuarios de la aplicación de citas afirma que las apps les hicieron sentir menos solos durante la pandemia.

La innovación en la forma en la que la Generación Z mantuvo citas y el crecimiento de Tinder en la categoría de descubrimiento social hicieron que **2020 fuese el año más activo en la historia de Tinder**. La interacción y la actividad de la app aumentaron de manera sustancial a lo largo del año, con un 11% más de swipes y un 42% más de matches por usuario. El 29 de marzo de 2020 fue la primera vez que Tinder superó los 3.000 millones de swipes en un solo día, aunque a lo largo del año pasado volvió a batir este récord en 130 ocasiones más. Estos fueron algunos de los **días en que se produjo la principal actividad de swipes** en 2020:

Casi  
**50%**

de la Generación Z utilizó  
Videochat con un match  
durante la pandemia

En el último año, Tinder batió su  
récord de 3.000 millones de Swipes  
en un solo día en más de

**130x**

ocasiones

### ALGUNOS DE LOS DÍAS CON MÁS ACTIVIDAD DE SWIPE EN EL ÚLTIMO AÑO



Confinamiento



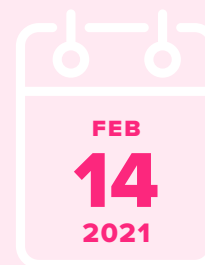
Vacaciones  
de verano



Antes de  
Halloween



Dating  
Sunday



San  
Valentín



El último año ha puesto de manifiesto cambios fascinantes en el comportamiento de la Generación Z, cambios que revelan el futuro de las aplicaciones de dating. **Vamos a analizar de qué manera los acontecimientos del año pasado ayudan a predecir la próxima década en el mundo de las citas.**



*1,91m de pura depresión y ansiedad. Estemos de chill con mi gato.*

*Cicatrices, tatuajes, estrías, me da igual.*

## SEREMOS MÁS SINCEROS Y AUTÉNTICOS.

La pandemia ha ayudado a muchas personas a ver las cosas desde otra perspectiva. Ha llevado a los miembros de Tinder a ser más honestos y vulnerables en cuanto a quiénes son, su aspecto o lo que les está sucediendo. Durante el confinamiento, términos como “ansiedad” y “normalizar” aumentaron su aparición en los perfiles (el término “ansiedad” aumentó en un 31% y el uso del término “normalizar” se multiplicó por 15). Esta tendencia hacia la honestidad se intensificará en el futuro a medida que la Generación Z, conocida por valorar la autenticidad, empiece a buscar conocer gente nueva de forma activa (en la actualidad, más del 50% de Tinder pertenece a la Generación Z). En cuanto a lo que los jóvenes entre 18 y 25 años buscan en una pareja o en una relación, casi la mitad (48%) admite buscar a alguien sincero, auténtico y que sea fiel a sí mismo cuando están con esa persona.



## LOS LÍMITES SERÁN MÁS TRANSPARENTES.

La pandemia desencadenó más conversaciones sobre los límites personales. Los miembros de Tinder utilizaron sus perfiles para aclarar sus expectativas: la aparición de la expresión “llevar mascarilla” se multiplicó por cien durante el confinamiento; el término “límites” se está utilizando más que nunca (incrementó un 19%) y el uso de “consentimiento” aumentó en un 11%. Por otro lado, el estudio Dating in a Post-COVID World de YPulse encontró indicios de estas conversaciones y reveló que el 17% de los usuarios “mantuvo una conversación sobre medidas de seguridad antes de conocerse en persona” y que el 16% “pidió consentimiento para tocar físicamente a su cita”. Esta práctica hará que hablar sobre consentimiento sea más frecuente y cómodo en el futuro. A medida que las conversaciones avancen hacia cuestiones íntimas, las personas utilizarán las habilidades que han perfeccionado durante la pandemia para tener citas más seguras y satisfactorias.

*El término “límites” se está utilizando más que nunca*

**+19%**

*If U Wanna be my lover... tenemos que hablar de qué queremos Y de nuestros límites.*



*Si consigues ganarme al Smash, te doy un beso... 😘 (con tu consentimiento, claro).*



# MÁS PERSONAS QUERRÁN “VER ADÓNDE VA ESTO”.

En un mundo incierto, los usuarios mostraron menos expectativas en cuanto al futuro de su relación. Las frases “ver adónde va esto” y “estoy abierto a” alcanzaron máximos históricos en los perfiles de Tinder, reflejando la gran receptividad de los usuarios durante el año pasado (la expresión “ver adónde va esto” aumentó en un 19%, y “estoy abierto a”, un 17%). Un estudio reciente sobre miembros de Tinder revela que el número de usuarios que buscaba “ningún tipo de relación en particular” se aproximaba al 50%. Por tanto, lejos de despertar las ganas de ir al altar, la pandemia ha hecho que la Generación Z busque relaciones más abiertas o fluidas.

*Abierta a conocer gente o a una relación o a unx amigx o un acompañante para comer en el campo.*



*En principio busco amigas, pero si acabamos enamorándonos, también está bien ;) es broma, ¿pero y si ocurre? 😊*

# LAS CITAS DIGITALES SERÁN PARTE DE LA NUEVA NORMALIDAD.

*¿Podemos hablar por FaceTime mientras toco el piano para ti y tú te comes las patatas fritas que te he pedido por Deliveroo?*



Como el contacto físico se convirtió en algo arriesgado, los usuarios optaron por experiencias virtuales para conectar con otros. En lugar de quedar en persona, los jóvenes recurrieron a Videochat o las citas virtuales. Durante la pandemia, la mitad de los miembros de Tinder de la Generación Z utilizaron la funcionalidad Videochat con un match, y un tercio de ellos compartieron más actividades virtuales. En vez de salir a la calle, prefirieron quedar por Tinder, continuar con una cita en Animal Crossing (las menciones a AC se multiplicaron por 30) o comer juntos de takeaway en Zoom (las referencias a Deliveroo se multiplicaron por 2 y a Zoom, por 30). Aun habiendo nacido por necesidad, las citas digitales han llegado para quedarse. Según un estudio reciente de Tinder, los usuarios que las han probado consideran que es una forma menos incómoda de conocer a alguien y el 40% de los miembros de la Generación Z en Tinder afirma que continuará quedando de forma virtual, incluso cuando los lugares en los que solían tener citas abran de nuevo.

## FASES DE LA PANDEMIA

(según los temas más recurrentes en las bios de Tinder)



# #5

## LAS PRIMERAS CITAS SERÁN MÁS ACTIVAS.

Acepto citas especiales de invierno, incluidas pero no limitadas a: abrazos calentitos 🤗, chocolate caliente con churros 🍩, y peleas de bolas de nieve ❄️

En el último año, con un aumento del 19% en las conversaciones en Tinder y el auge de las citas virtuales, muchos han preferido conocerse de manera digital antes de quedar físicamente. Según Ypulse, el 20% de los usuarios tuvo una cita virtual previa antes de conocerse en persona. Con los bares y restaurantes cerrados, muchos lugares típicos de citas dejaron de ser una opción. Por eso, a la hora de quedar, los usuarios eligieron actividades más creativas, personales e informales que en el pasado para una primera cita. Por ejemplo, Tinder vio cómo se triplicaban las menciones a “patinar” en las bios, así como las propuestas de actividades para primeras citas como “construir nuestro propio fuerte” o “peleas de bolas de nieve”. Esta tendencia a las actividades en un primer encuentro permite evitar charlas triviales y predominará en la próxima década en el mundo de las citas. Los usuarios elegirán actividades más interesantes y singulares para una primera cita que les ayuden a conocerse realmente.

# 3x

Las menciones a “patinar” se triplicaron durante la pandemia



# +23%

Literalmente estoy aquí por los mimos

El uso de la palabra “abrazo” en las bios aumentó durante el último

Alguien que me dé la mano



# #6

## EL CONTACTO FÍSICO TENDRÁ UN IMPACTO SIGNIFICATIVO.

Las repercusiones de la privación de contacto en 2020 se están notando en Tinder: los usuarios cada vez buscan un contacto físico más inocente, como darse la mano, abrazarse o tocarse el pelo (el uso de la palabra “abrazo” en las bios aumentó en un 23%, y “darse la mano”, en un 22%). Tras meses guardando la distancia de seguridad, los miembros aprecian ahora los breves instantes de cariño físico. Incluso cuando volver a quedar en grupo sea habitual, los pequeños gestos físicos jugarán un papel más importante a la hora de conocer gente nueva.



#7

## QUEDAREMOS CON PERSONAS QUE VIVAN CERCA.



*Me acabo de mudar por trabajo; busco a alguien que me lleve a su restaurante favorito.*

*Me he mudado de Sevilla a Madrid y, de repente, la pandemia.*

Para muchos miembros de Tinder, el 2020 comenzó con una mudanza propiciada por el coronavirus. Si bien algunos se trasladaron a otra ciudad, muchos volvieron a casa de sus familias. Según el Centro de Investigaciones PEW, el 52% de los adultos jóvenes vivía con sus padres en julio, la tasa más alta en décadas. Y, poco después de mudarse, entraron en Tinder para conocer gente en su nueva ciudad. El término “mudarse” creció en un 28% en 2020. La geolocalización de Tinder o la capacidad para encontrar a alguien cercano resultó muy importante por el auge de los traslados durante la pandemia. Por eso, mientras la tecnología siga permitiendo que la población viva o trabaje en cualquier lugar, la gente recurrirá a Tinder para encontrar a una persona que viva cerca. Esta tendencia sugiere que, después de la pandemia, no se producirá un repunte de las relaciones a distancia. Es más, la Generación Z querrá relacionarse con personas que vivan a la vuelta de la esquina, sin importar en qué punto del planeta se encuentren.

### DATOS / METODOLOGÍA

Condiciones: Los datos anteriores proceden de perfiles de Tinder o actividad agregada de la aplicación Tinder. Los datos se extrajeron entre enero de 2020 y febrero de 2021. Los mensajes se muestran como promedio de mensajes enviados por miembro. Las actualizaciones de perfiles se muestran como promedio de ediciones de perfiles por usuario al mes. Los datos de estudio proceden de una encuesta 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. YPulse, “Finding Love Post-COVID Trend Report”. Basado en una encuesta de 1.000 personas de entre 13 y 29 años en Estados Unidos en diciembre de 2020. Datos de YouGov, “Gender Fluidity Survey”. Encuesta completada entre el 30 de abril y el 4 de mayo de 2020 en 500 adultos de la Generación Z (18-25 años) en Francia, Italia, Reino Unido, España, Brasil, Alemania y Suecia.

#8

## UN “VERANO DEL AMOR” PODRÍA ESTAR AL CAER.

El anhelo de interacción social de la Generación Z podría llenar el verano de citas. La mayor parte de ellos han pasado este año junto a sus padres, despidiéndose obligatoriamente de su vida social. En octubre de 2020, más del 40% de los usuarios de Tinder menores de 30 años no había conocido a un match en persona\*. Sin embargo, según las bios de Tinder, esto podría estar cambiando. El término “tener una cita” apareció con más frecuencia que nunca en los perfiles en febrero de 2021. Y, aunque las citas en persona disminuyeron en 2020 (el 54% de los solteros declaró a Ypulse que la COVID había postergado sustancialmente su vida amorosa), los usuarios están dispuestos a salir más en cuanto la vacunación (o los anticuerpos) esté avanzada. Alrededor de un tercio declaró que tenían que estar vacunados para poder sentirse cómodos quedando en persona. Ese momento se acerca. Desde el inicio de la pandemia, Tinder ha visto el fuerte incremento en las referencias tanto a “vacuna” (multiplicada por 8) como a “anticuerpos” (multiplicada por 20), ya que los usuarios publican en sus perfiles los resultados positivos de su test de anticuerpos o confirman su vacunación.

*Las menciones a la vacuna han crecido desde el inicio de la pandemia*

8x

*Mi mayor virtud es que ya estoy vacunada contra la covid 🤘*



*Totalmente vacunado, ya podemos achucharnos sin preocuparnos 💕💕🌟🌟*

