



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cal

MINGLE

Nara Valbuena Vargas



DC
V **SOMOS**
TODOS

Énfasis
Empaque y editorial

Asesor
Carlos Amézquita



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cal

Tabla de Contenidos

Tema del proyecto	5
Justificación y Motivación	6
Planteamiento del Problema	7
Objetivo	8
Objetivos Específicos	8
Aliado Experto	9
Usuario	10
Marco de Referencia	13
Metodología	17
Métodos y Herramientas	18
Benchmarking	21
Conclusiones de Investigación	22
Requerimientos de diseño	23
Estrategia de Marketing y Lanzamiento para Mingle	33
· Fase Pre-Lanzamiento: Generando Expectativa y Comunidad	34
· Fase de Lanzamiento: Innovación y Conexión Directa	34
· Post-Lanzamiento: Crecimiento Sostenible y Engagement Activo	34
Plan de Negocio y Estrategia de Monetización para Mingle	36
Suscripciones Premium	36
Otras Fuentes de Ingresos	36
Desarrollo de prototipo	36
· Test para el algoritmo de recomendaciones en Mingle	37
Plan de programación de Mingle	38

Tema del proyecto

Desarrollo de un prototipo de una plataforma para la Generación Z en Colombia que facilite la creación de conexiones significativas basadas en intereses comunes, con un enfoque en la seguridad y el bienestar emocional a través de recomendaciones personalizadas y soporte continuo.

Justificación y Motivación

En la actualidad, las redes sociales han cambiado profundamente la manera en que las personas se conectan e interactúan, especialmente entre los jóvenes de la Generación Z. Sin embargo, a pesar de la variedad de plataformas disponibles, muchos de estos jóvenes aún encuentran dificultades para establecer conexiones auténticas y significativas. Este proyecto propone la creación de una red social enfocada en los intereses comunes de los usuarios, permitiéndoles elegir entre formar amistades o buscar relaciones románticas, respondiendo así a la necesidad de personalización y conexión genuina en el entorno digital.

Como miembro de la Generación Z en Colombia, he experimentado los retos que enfrentamos al intentar establecer relaciones en un entorno digital saturado. Las plataformas actuales a menudo no satisfacen nuestras necesidades específicas, lo que puede resultar en experiencias frustrantes y sentimientos de soledad. Según Bovier (2016), la Generación Z tiene dificultades para desarrollar relaciones interpersonales sólidas, lo que presenta un desafío adicional en un mundo donde la interacción virtual a menudo predomina sobre la real. Además, un estudio de Twenge (2017) sugiere que el uso excesivo de redes sociales puede estar vinculado a un aumento en los niveles de ansiedad y depresión entre los jóvenes, lo que resalta la importancia de un enfoque más saludable en la interacción social.

Este proyecto también busca empoderar a los usuarios al permitirles decidir si desean hacer amigos o buscar citas, promoviendo un ambiente inclusivo y respetando las diversas intenciones de cada persona. Según un informe del Pew Research Center (2018), el 59% de los adolescentes ha utilizado aplicaciones de citas, lo que indica un creciente interés en explorar relaciones románticas a través de plataformas digitales. Además, la seguridad y el bienestar emocional de los usuarios son prioridades, por lo que se implementarán mecanismos para garantizar interacciones seguras y apoyadas emocionalmente, ayudando a los jóvenes a compartir sus experiencias sin temor a ser juzgados. Un estudio de Keles et al. (2020) destaca que el uso de redes sociales puede tener tanto efectos positivos como negativos en la salud mental de los jóvenes, subrayando la importancia de crear un entorno seguro y de apoyo.

Finalmente, la plataforma incluirá un algoritmo de recomendación que sugiera actividades basadas en intereses compartidos, facilitando encuentros más significativos y relaciones más sólidas. Según un estudio de Anderson y Jiang (2018), el 45% de los adolescentes afirma que las redes sociales les ayudan a encontrar personas con intereses similares, lo que refuerza la idea de que una plataforma centrada en intereses comunes puede ser altamente efectiva. Al centrarse en la conexión a través de intereses comunes, este proyecto no solo busca innovar en el ámbito de las redes sociales, sino también contribuir a la construcción de relaciones más auténticas y satisfactorias en un mundo cada vez más digitalizado.

Planteamiento del Problema

¿Cómo se puede brindar a la Generación Z en Colombia un entorno digital seguro, personalizado y auténtico, el cual facilite la creación de conexiones significativas, superando las limitaciones de superficialidad y falta de personalización presentes en las plataformas sociales actuales?

¿Qué?

Necesidad de la Generación Z en Colombia de **establecer conexiones auténticas y significativas en un entorno digital que seguro y personalizado.**

¿Cómo?

Soluciones que permitan **superar las limitaciones de las plataformas sociales actuales**, como la superficialidad de las interacciones y la falta de personalización, mediante el **desarrollo de herramientas y estrategias** que mejoren la calidad de las conexiones entre los usuarios.

¿Cuándo?

El problema ha sido identificado en los últimos años, coincidiendo con el aumento del uso de las plataformas digitales y la creciente preocupación por la seguridad, privacidad, y el impacto de las interacciones superficiales en el bienestar emocional de los usuarios.

¿Dónde?

El contexto principal es el **entorno digital en Colombia**, especialmente entre jóvenes de áreas urbanas y semiurbanas que pasan gran parte de su tiempo interactuando en línea.

¿Quiénes?

El proyecto se centra en la **Generación Z**, jóvenes nacidos entre 1995 y 2010, que valoran profundamente la autenticidad, la seguridad y las conexiones significativas en sus interacciones digitales.

Objetivo General

Desarrollar un prototipo de una plataforma innovadora para la Generación Z en Colombia que facilite conexiones significativas basadas en intereses compartidos, permitiendo a los usuarios hacer amigos o buscar citas, garantizando su seguridad y bienestar emocional con medidas de protección avanzadas y mecanismos de interacción constante.

Objetivos específicos

Desarrollar e implementar

un sistema de perfil detallado que permita a los usuarios especificar sus intereses y preferencias, incluyendo si buscan hacer amigos o establecer citas, y crear un algoritmo de recomendación que sugiera planes y actividades basados en esos intereses compartidos.

Analizar y comprender a fondo

las necesidades y expectativas de los usuarios en relación con las interacciones sociales en línea, identificando las debilidades y limitaciones de las redes sociales actuales, para desarrollar una plataforma que ofrezca soluciones más efectivas y satisfactorias en la creación y fortalecimiento de relaciones auténticas.

Diseñar un mecanismo

de retroalimentación que permita a los usuarios expresar su estado emocional y nivel de comodidad en las interacciones, garantizando un entorno seguro y de apoyo, independientemente de su elección de hacer amigos o tener citas.



Nestor Tobar

Nestor Tobar es un diseñador con un máster en diseño de experiencia de usuario y un máster en gestión de la innovación, además de ser un Scrum Master certificado. Es fundador y consultor del laboratorio de experiencia de usuario UXLAB ICESI y consultor en el laboratorio de Innovación INNLAB de la Universidad Icesi en Cali, Colombia.

Nestor también es profesor de diseño en el programa de pregrado de Diseño de Medios Interactivos y en varias maestrías, incluyendo la de Gestión de la Innovación, donde imparte cursos relacionados con prototipado digital, innovación en servicios y experiencia de usuario.

El rol de Nestor Tobar en el proyecto es esencial debido a su enfoque en la gestión de la innovación y su experiencia en el diseño centrado en el usuario. Como consultor y fundador de laboratorios dedicados a la experiencia de usuario, Nestor aporta una perspectiva metodológica y estratégica al proyecto, ayudando a estructurar el proceso de diseño de manera que se maximicen tanto la creatividad como la eficiencia.

Además, su participación en comunidades globales de diseño como IxDA e IxDF le permite tener una visión actualizada y global sobre las mejores prácticas en UX, asegurando que el proyecto se mantenga a la vanguardia de las tendencias en diseño de interacción y experiencia de usuario.



Usuarios

La Generación Z, un grupo demográfico nacido entre mediados de la década de 1990 y principios de 2010, actualmente con edades que oscilan entre 14 y 29 años. Este grupo, caracterizado por su alta conectividad y uso intensivo de tecnología digital, busca en las plataformas digitales experiencias que sean auténticas y personalizadas. Valoran profundamente las conexiones significativas basadas en intereses comunes, ya sea para amistad o citas, y tienen una alta preocupación por la seguridad y privacidad en línea. A pesar de su constante presencia digital, enfrentan desafíos para socializar de manera significativa y a menudo se sienten incómodos al iniciar conversaciones o planificar actividades con nuevas personas. Por lo tanto, requieren una plataforma que ofrezca interacciones profundas, recomendaciones adaptadas a sus gustos, y un entorno seguro que apoye su bienestar emocional.



La Busca Pareja

Carolina Pérez

26 Años



Socioeconómico:
Clase media-alta



Estado civil:
Soltera



Profesión:
Diseñadora de Moda



Ubicación:
Cali Colombia

Personalidad:

Carolina es creativa, extrovertida y tiene una gran pasión por la moda y las artes visuales. Valora profundamente la autenticidad y la honestidad en las relaciones, tanto personales como profesionales. Aunque disfruta socializando y conociendo gente nueva, Carolina prefiere construir conexiones que se basen en intereses y valores compartidos para evitar momentos incómodos que surgen cuando no hay afinidad.

Estilo de Vida:

Carolina trabaja en una casa de moda y pasa gran parte de su tiempo en eventos de la industria, redes sociales, y desarrollando nuevos diseños. Aunque tiene una vida profesional activa y rodeada de personas, se siente lista para encontrar una pareja que comparta su amor por la creatividad y el arte, y con quien pueda tener una conexión significativa. Carolina utiliza aplicaciones de citas, pero se siente frustrada por la superficialidad y la falta de profundidad en muchas de las interacciones que experimenta. Desea conocer a alguien con quien pueda compartir sus pasiones y evitar situaciones incómodas donde los gustos y expectativas no coincidan.

Intereses:

Le apasionan la moda, la fotografía, el arte y el cine. Carolina disfruta explorar museos, asistir a exposiciones de arte y descubrir nuevas tendencias en la moda. También le gusta viajar y explorar nuevas culturas, siempre en busca de inspiración creativa. Es activa en comunidades en línea sobre moda y diseño, donde comparte y discute sus creaciones. Para ella, es importante que su futura pareja comparta al menos algunos de estos intereses, ya que esto facilitaría una relación más fluida y sin incomodidades.

Comportamiento:

Carolina utiliza aplicaciones de citas, pero es muy selectiva con las personas con las que interactúa. Prefiere iniciar conversaciones que vayan más allá de lo superficial y busca señales claras de compatibilidad en intereses y valores antes de decidirse a conocer a alguien en persona. Evita interacciones que no parecen tener un terreno común, ya que ha aprendido por experiencia que la falta de afinidad puede llevar a situaciones incómodas y decepcionantes.

Deseos:

Carolina desea encontrar una pareja con quien pueda construir una relación sólida y significativa, basada en intereses y pasiones compartidos. Busca a alguien que no solo sea compatible a nivel emocional, sino también en términos de gustos y actividades. Esta afinidad es crucial para ella, ya que cree que una relación basada en intereses comunes es más natural, cómoda y menos propensa a malentendidos o momentos incómodos.



¿Qué piensa y siente?

> Principales preocupaciones:

La superficialidad de las aplicaciones de citas actuales y la falta de autenticidad en muchas interacciones. Carolina teme que las diferencias en intereses o expectativas puedan llevar a momentos incómodos o a una desconexión emocional con su pareja potencial.

> Sueños y aspiraciones:

Encontrar a una persona con quien compartir su vida y construir una relación basada en respeto, confianza y afinidades comunes. Aspira a una conexión que le permita disfrutar de sus pasiones junto a su pareja, evitando las incomodidades que surgen cuando no hay afinidad en gustos.

¿Qué ve?

> Entorno:

Carolina observa una amplia oferta de aplicaciones de citas, pero pocas que realmente faciliten la creación de conexiones profundas y basadas en intereses compartidos. En su entorno profesional, aunque interactúa con muchas personas, le resulta difícil encontrar a alguien que comparta su visión creativa y sus valores.

> Amigos y familiares:

Muchos de sus amigos están en relaciones estables, lo que la motiva a buscar algo similar. Sin embargo, también escucha historias de citas frustrantes que refuerzan su deseo de evitar situaciones incómodas que puedan surgir de una falta de afinidad.



¿Qué dice y hace?

Actitud en público:

Carolina es abierta sobre su deseo de encontrar una pareja seria, pero es selectiva sobre con quién comparte sus experiencias personales. En conversaciones, habla sobre la importancia de la compatibilidad y la autenticidad en las relaciones, y cómo esto puede prevenir momentos incómodos.

Comportamiento hacia los demás:

Es amigable y acogedora, pero también cautelosa al abrirse emocionalmente. Carolina prefiere conversaciones que exploren intereses comunes y eviten temas que podrían llevar a incomodidades o falta de conexión.

¿Qué esfuerzos realiza?

> Principales obstáculos:

La dificultad de encontrar personas que busquen una relación seria y que compartan sus intereses específicos. Carolina ha experimentado la incomodidad de citas con personas con quienes no tenía afinidad, lo que le ha hecho ser más selectiva.

> Estrategias de superación:

Selecciona cuidadosamente las aplicaciones que utiliza, buscando aquellas que faciliten la conexión basada en intereses comunes. Carolina dedica tiempo a conocer a las personas en un nivel más profundo antes de comprometerse a un encuentro en persona, lo que minimiza el riesgo de situaciones incómodas.

¿Qué escucha?

> Amigos y pares:

Sus amigos comparten sus frustraciones sobre las citas en línea y la dificultad de encontrar personas que busquen lo mismo. También escucha experiencias positivas de personas que han encontrado a su pareja en entornos donde compartían intereses comunes, lo que la inspira a seguir buscando.

> Mentores y expertos:

Los expertos en relaciones enfatizan la importancia de la compatibilidad en intereses y valores para evitar malentendidos y situaciones incómodas en las citas. También subrayan la necesidad de ser claro sobre las expectativas desde el principio.



La Busca Pareja
Andrés Martínez

22 Años

Socioeconómico:
Clase media

Estado civil:
Soltero

Profesión:
Estudiante de Ingeniería

Ubicación:
Medellín, Colombia

Personalidad:

Andrés es curioso, introvertido y orientado a la tecnología. Aunque disfruta de la compañía de amigos, a menudo le cuesta iniciar nuevas relaciones sociales debido a su naturaleza reservada. Busca amistades que compartan sus intereses y que lo comprendan a nivel personal, lo que le ayudaría a evitar situaciones incómodas que surgen cuando no hay una afinidad de gustos.

Estilo de Vida:

Como estudiante de ingeniería de software, Andrés pasa mucho tiempo frente a su computadora, ya sea programando, jugando videojuegos o participando en comunidades en línea sobre tecnología. Aunque tiene algunos amigos en su universidad, le gustaría expandir su círculo social con personas que compartan sus intereses, especialmente en áreas como la programación, los videojuegos y la ciencia ficción. Prefiere iniciar relaciones en entornos donde sabe que sus gustos son compartidos, para evitar malentendidos o momentos incómodos.

Intereses:

Le apasiona la programación, la ciberseguridad, los videojuegos y la ciencia ficción. Participa activamente en foros en línea sobre estos temas y le gusta aprender nuevas tecnologías. Andrés también disfruta de las actividades al aire libre como el senderismo, aunque rara vez lo hace solo. Prefiere relacionarse con personas que compartan estos intereses para asegurarse de que las interacciones sean fluidas y cómodas.

Comportamiento:

Andrés es activo en comunidades en línea y foros, donde se siente más cómodo expresando sus pensamientos e interactuando con otros. Sin embargo, le gustaría tener más interacciones en persona y encontrar amigos con los que pueda compartir sus hobbies y pasatiempos fuera de internet. Para evitar momentos incómodos o falta de conexión, Andrés busca activamente entornos sociales donde sus intereses específicos sean la base de las interacciones.

Deseos:

Andrés desea encontrar amigos con los que pueda compartir sus intereses y pasatiempos de manera natural. Busca un grupo de personas con quienes pueda sentirse cómodo y apoyado, y que estén interesados en actividades similares, tanto en línea como fuera de ella, para evitar situaciones incómodas o forzadas en las que no haya un terreno común.

¿Qué piensa y siente?

> Principales preocupaciones:

La dificultad de iniciar nuevas amistades en persona y el temor a no ser comprendido o aceptado por otros. También le preocupa sentirse solo a pesar de estar en contacto con otros en línea. Le inquieta que si las nuevas amistades no comparten sus intereses, podrían surgir situaciones incómodas o conversaciones forzadas.

> Sueños y aspiraciones:

Encontrar un grupo de amigos con quienes pueda compartir sus intereses y sentirse apoyado y comprendido. Quiere construir relaciones que sean duraderas, genuinas, y basadas en afinidades comunes para evitar momentos incómodos.



¿Qué ve?

> Entorno:

Andrés observa que muchas personas a su alrededor tienen grupos de amigos establecidos, lo que le hace sentir que está quedándose atrás en términos sociales. Sin embargo, también ve muchas oportunidades en línea para conectarse con personas que compartan sus intereses, lo que minimiza la posibilidad de enfrentar situaciones incómodas por falta de afinidad.

> Amigos y familiares:

Su hermano menor y algunos compañeros de clase son sus principales contactos, pero siente que necesita expandir su círculo social para sentirse más completo. Prefiere que estas nuevas amistades sean con personas que compartan sus gustos para evitar malentendidos o incomodidades.

¿Qué dice y hace?

Actitud en público:

Andrés tiende a ser reservado y no suele hablar abiertamente sobre su deseo de hacer nuevos amigos. Sin embargo, en línea es más expresivo y participa activamente en discusiones sobre sus intereses, donde se siente seguro de no enfrentar situaciones incómodas.

Comportamiento hacia los demás:

Es amigable y respetuoso, pero prefiere esperar a que otros den el primer paso en las interacciones sociales. En las interacciones en línea, es más proactivo y contribuye con frecuencia a las conversaciones en sus comunidades de interés, sabiendo que allí puede evitar malentendidos o momentos incómodos.

¿Qué esfuerzos realiza?

> Principales obstáculos:

La dificultad de encontrar personas que compartan sus intereses fuera de los entornos en línea, lo que podría llevar a momentos incómodos o a la falta de conexión en interacciones cara a cara.

> Estrategias de superación:

Andrés se enfoca en entornos sociales donde sus intereses son compartidos, como comunidades en línea y eventos temáticos, para asegurarse de que sus interacciones sean cómodas y evitar situaciones incómodas.

¿Qué escucha?

> Amigos y pares:

Algunos compañeros de clase hablan sobre sus experiencias en grupos de amigos y actividades sociales, lo que refuerza su deseo de tener algo similar. También escucha sobre las ventajas de pertenecer a comunidades en línea donde se valoran los mismos intereses, lo que le permitiría evitar situaciones incómodas.

> Mentores y expertos:

Los expertos en desarrollo personal y relaciones sociales enfatizan la importancia de la comunidad y las conexiones personales para el bienestar emocional, especialmente cuando estas relaciones se basan en intereses comunes.

Marco de referencia

Generación Z: Características y Comportamiento Digital

La Generación Z, nacida entre 1995 y 2010, ha crecido completamente inmersa en la tecnología digital. Estos jóvenes han estado expuestos desde una temprana edad a dispositivos móviles, redes sociales y un acceso a internet, lo que ha influenciado significativamente en su forma de interactuar con el mundo. A diferencia de las generaciones anteriores, la Generación Z no conoce un mundo sin internet, lo que ha influido en sus expectativas sobre la comunicación y la forma en que procesan la información. Para ellos, la tecnología es una parte intrínseca de su identidad y su vida diaria (Twenge, 2017).

Esta generación se caracteriza por su alta conectividad, la capacidad de consumir y procesar grandes cantidades de información en cortos periodos de tiempo. Son usuarios diarios y habituales de múltiples plataformas digitales, utilizan diferentes redes sociales para distintos propósitos. Esta generación se adapta rápidamente a nuevas plataformas y aplicaciones, lo que les otorga una gran flexibilidad digital, aunque también los expone a la sobrecarga de información y a la fragmentación de su atención.

Además, la Generación Z valora profundamente la autenticidad y la transparencia en sus interacciones digitales. Se sienten atraídos por plataformas que demuestran un compromiso genuino con valores como la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión. En un entorno donde las noticias falsas y la manipulación digital son cada vez más comunes, estos jóvenes tienden a ser escépticos y buscan fuentes de información y comunidades en línea que consideren confiables (Hendricks, 2019). Este deseo de autenticidad también se refleja en sus expectativas sobre las relaciones personales, donde prefieren conexiones profundas y significativas en lugar de interacciones superficiales.

Finalmente, los eventos socioeconómicos y políticos han influido en la formación de la Generación Z, moldeando su visión del futuro y su comportamiento de consumo. Han crecido en un mundo marcado por la inestabilidad económica, los cambios climáticos y la globalización, lo que los ha llevado a esperar que las marcas y plataformas digitales sean no solo innovadoras y tecnológicamente avanzadas, sino también socialmente responsables (Garrett, 2011). Este grupo demográfico no solo está moldeando el presente digital, sino que también está estableciendo las expectativas para el futuro de la interacción en línea.

Uso de Redes Sociales y Plataformas Digitales en la Generación Z

Las redes sociales son una parte central de la vida cotidiana de la Generación Z, funcionando como las principales plataformas para la comunicación, el entretenimiento y la autoexpresión. A diferencia de generaciones anteriores, la Generación Z ha vivido toda su vida con acceso a internet y dispositivos móviles, lo que ha transformado su manera de relacionarse y percibir el mundo. Las redes sociales no solo son un espacio para socializar, sino que también actúan como herramientas clave para la construcción de identidad, el activismo social y la creación de contenido (Hendricks, 2019).

La diversidad de plataformas utilizadas por la Generación Z es notable. Según Anderson y Jiang (2018), el 95% de los jóvenes de esta generación posee un teléfono inteligente, y un alto porcentaje de ellos usa aplicaciones como Instagram, TikTok y Snapchat diariamente. Cada una de estas plataformas satisface diferentes necesidades, lo que refleja la complejidad de las expectativas de esta generación en cuanto a su vida digital y cómo cada plataforma les permite expresar diferentes facetas de su personalidad.

Sin embargo, a pesar de la omnipresencia de las redes sociales en su vida, también enfrentan efectos adversos como la ansiedad, la depresión y la disminución de la autoestima, lo que se atribuye en parte a la presión de mantenerse al día con las tendencias, la comparación constante con otros usuarios y el ciberacoso.

En respuesta a estos desafíos, la Generación Z ha comenzado a buscar plataformas y herramientas que les ofrezcan algo más que entretenimiento o conexiones superficiales. Existe una creciente demanda de espacios digitales que promuevan la autenticidad, la salud mental y la privacidad. Los jóvenes de esta generación están dispuestos a migrar a nuevas plataformas que puedan ofrecerles un entorno más seguro y enriquecedor. Esto representa una oportunidad significativa para innovar y crear productos digitales que se alineen mejor con las necesidades y valores de la Generación Z, ofreciendo no solo interacciones sociales, sino también apoyo y protección (Twenge, 2017).

Conexiones Significativas y Psicología de la Interacción

Las conexiones significativas son un componente esencial del bienestar humano, y esto es particularmente cierto para la Generación Z. En un entorno digital donde las interacciones a menudo son breves y superficiales, la capacidad de establecer relaciones profundas y auténticas es cada vez más valorada. La psicología social sugiere que la calidad de nuestras relaciones tiene un impacto directo en nuestra salud mental y emocional. Para la Generación Z, que ha crecido en un mundo digital, encontrar estas conexiones significativas puede ser un desafío debido a la naturaleza efímera de las interacciones en línea (Norman, 2013).

La búsqueda de autenticidad en las relaciones es un rasgo distintivo de la Generación Z. A diferencia de las generaciones anteriores que podrían haber sido menos exigentes con la profundidad de sus interacciones, la Generación Z demanda conexiones que vayan más allá de lo superficial. Quieren relacionarse con personas que compartan sus intereses, valores y experiencias, y esperan que las plataformas digitales faciliten este tipo de conexiones. Las interacciones significativas no solo ayudan a construir relaciones más sólidas, sino que también proporcionan un sentido de pertenencia y apoyo, aspectos cruciales para el bienestar emocional (Garrett, 2011).

La importancia de las conexiones significativas se ha visto reforzada por el impacto de la pandemia de COVID-19, que obligó a muchos jóvenes a depender exclusivamente de las interacciones en línea para mantener sus relaciones. Esta situación resaltó tanto las fortalezas como las debilidades de las plataformas digitales existentes. Mientras estas herramientas fueron cruciales para mantener el contacto durante el distanciamiento social, también revelaron la necesidad de mejorar la calidad de las interacciones digitales. La Generación Z busca ahora plataformas que no solo les permitan conectar, sino que también fomenten interacciones más ricas y satisfactorias (Hendricks, 2019).

Importancia de la Seguridad y la Privacidad en Línea

La seguridad y la privacidad en línea son preocupaciones fundamentales para la Generación Z, una generación que ha crecido en un entorno digital donde los riesgos de ciberacoso, violación de la privacidad y manipulación de datos son omnipresentes. A medida que esta generación se ha vuelto más consciente de los peligros asociados con el uso de plataformas digitales, la demanda de

medidas de seguridad robustas y opciones de privacidad personalizadas ha aumentado significativamente. La Generación Z es particularmente sensible a cómo se maneja su información personal y espera que las plataformas digitales ofrezcan un control total sobre sus datos (Anderson & Jiang, 2018).

En Colombia, la Ley 1581 de 2012 regula la protección de datos personales, estableciendo directrices claras sobre cómo las empresas deben gestionar la información de los usuarios. Esta legislación es fundamental para cualquier plataforma digital que busque operar en el país, ya que garantiza que los usuarios tengan el derecho de conocer, actualizar y rectificar sus datos personales. Para la Generación Z, que valora la transparencia y la seguridad, el cumplimiento de estas normativas no solo es una necesidad legal, sino también un factor decisivo a la hora de elegir qué plataformas utilizar (Norman, 2013).

Además de las preocupaciones legales, la Generación Z también está interesada en cómo las plataformas gestionan la seguridad en términos de interacciones personales. Los casos de ciberacoso y acoso en línea han llevado a una mayor demanda de herramientas que permitan a los usuarios controlar quién puede contactarlos y cómo pueden interactuar con ellos. Las plataformas que ofrecen opciones avanzadas de privacidad, como la capacidad de bloquear usuarios no deseados, la autenticación de dos factores y la posibilidad de gestionar permisos de datos, son vistas de manera más favorable por esta generación. La cultura de seguridad y respeto en línea es, por tanto, un aspecto clave que las plataformas deben promover (Twenge, 2017).

Diseño Centrado en el Usuario (UX) y Personalización

El diseño centrado en el usuario (UX) es un enfoque que busca colocar las necesidades, expectativas y limitaciones de los usuarios en el centro del proceso de diseño. Para la Generación Z, que valora la personalización y la eficiencia, un buen diseño UX es crucial para su satisfacción y retención en cualquier plataforma digital. Esta generación está acostumbrada a interfaces intuitivas y experiencias digitales fluidas, lo que significa que cualquier plataforma que no cumpla con estos estándares corre el riesgo de perder usuarios frente a competidores mejor diseñados (Garrett, 2011).

Uno de los principios fundamentales del diseño UX es la simplicidad y la facilidad de uso. La Generación Z, con su ritmo de vida acelerado y su capacidad para cambiar rápidamente entre plataformas, espera que las aplicaciones sean intuitivas y no requieran un esfuerzo considerable para ser comprendidas y utilizadas. Esto implica un diseño limpio, con navegación clara y procesos simplificados. Además, dado que esta generación es altamente visual, las interfaces que utilizan elementos gráficos atractivos y una estética moderna son más propensas a captar su atención y mantener su interés (Norman, 2013).

La personalización es otro aspecto clave del diseño UX que resuena fuertemente con la Generación Z. Los usuarios de esta generación no quieren sentirse como un número más; buscan experiencias que se adapten a sus intereses y necesidades individuales. Esto puede lograrse a través de algoritmos que personalicen el contenido y las recomendaciones, así como a través de opciones que permitan a los usuarios configurar su experiencia según sus preferencias. Las plataformas que ofrecen un alto grado de personalización no solo mejoran la satisfacción del usuario, sino que también aumentan la probabilidad de retención al hacer que la experiencia sea más relevante y atractiva para cada individuo (Hendricks, 2019).

Finalmente, el diseño centrado en el usuario también debe considerar la accesibilidad y la inclusión. La Generación Z es diversa en términos de habilidades, antecedentes y necesidades, y espera que las plataformas que utilizan reflejen y respeten esta diversidad. Esto significa diseñar aplicaciones que sean accesibles para personas con discapacidades, ofrecer soporte en múltiples idiomas, y asegurarse de que las interfaces sean inclusivas y no alienen a ningún grupo de usuarios. Al integrar estos principios en el diseño UX, las plataformas pueden crear experiencias digitales que no solo satisfagan las expectativas de la Generación Z, sino que también promuevan la equidad y la inclusión (Norman, 2013).

Contexto Legal y Ético

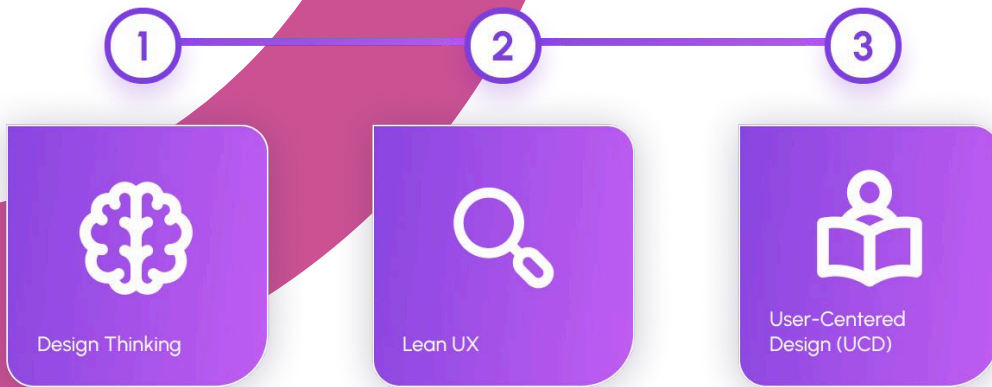
El contexto legal y ético es un aspecto fundamental que debe ser considerado en el desarrollo de cualquier plataforma digital, especialmente en un entorno donde la protección de datos y la privacidad son temas de gran preocupación. En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece las normas generales para la protección de datos personales, imponiendo obligaciones a las plataformas digitales en términos de recolección, almacenamiento, uso y circulación de datos. Esta ley otorga a los ciudadanos derechos como conocer, actualizar y rectificar la información que se ha recogido sobre ellos, y exige que las empresas obtengan el consentimiento expreso de los usuarios antes de tratar sus datos (Ley 1581 de 2012).

El cumplimiento de estas normativas no solo es una obligación legal, sino que también es crucial para ganar la confianza de los usuarios, especialmente de la Generación Z, que valora profundamente la transparencia y la seguridad. Las plataformas digitales deben asegurarse de que sus políticas de privacidad sean claras y comprensibles, y que los usuarios tengan un control real sobre su información personal. Esto incluye la posibilidad de gestionar los permisos de datos, la opción de eliminar cuentas y la garantía de que los datos no serán compartidos con terceros sin el consentimiento explícito del usuario (Anderson & Jiang, 2018).

Además de las normativas locales, las plataformas que operan a nivel global deben considerar otras regulaciones internacionales, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) de la Unión Europea, que impone estrictos requisitos sobre la gestión de datos personales. Aunque la GDPR es una normativa europea, su impacto se extiende a cualquier empresa que trate con datos de ciudadanos europeos, lo que significa que muchas plataformas globales adoptan estos estándares para asegurar el cumplimiento y evitar sanciones. La adopción de estas prácticas también puede beneficiar a los usuarios fuera de la UE, al ofrecerles un nivel de protección adicional (Norman, 2013).

En el plano ético, las plataformas digitales deben ir más allá de simplemente cumplir con las leyes y deben adoptar un enfoque proactivo en la protección de los derechos de los usuarios. Esto incluye no solo la protección de datos, sino también la creación de un entorno en línea seguro y respetuoso, la transparencia en la monetización de datos y la prevención de prácticas que puedan explotar o manipular a los usuarios. Al adoptar un enfoque ético, las plataformas no solo cumplen con sus obligaciones legales, sino que también demuestran un compromiso con los valores que la Generación Z considera esenciales, lo que puede ser un factor diferenciador clave en un mercado competitivo (Twenge, 2017).

Metodología



Fases de la metodología integrada



Beneficios de la Metodología Integrada

Centrada en el usuario: Asegura que la plataforma satisfaga las necesidades reales y esté alineada con las expectativas de los usuarios.

Iteración continua: Permite la mejora constante del producto, adaptándose rápidamente a los cambios.

Innovación y creatividad: Facilita la generación de soluciones creativas y ajustadas a las necesidades específicas.

Colaboración efectiva: Involucra a todos los miembros del equipo y a los usuarios en el proceso.

Métodos y herramientas

En el desarrollo de este proyecto, se implementaron diferentes métodos de recolección de datos, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos para asegurar una comprensión integral de las necesidades y comportamientos de la Generación Z en el contexto de las plataformas digitales. Para obtener una visión amplia y representativa, se llevó a cabo una encuesta cuantitativa, lo que permitió recolectar datos estadísticos sobre sus comportamientos, preferencias y percepciones en relación con las plataformas digitales. Este enfoque cuantitativo proporcionó una visión general y generalizable de las tendencias entre los usuarios, facilitando la identificación de patrones y el análisis del impacto de diversos factores en la experiencia del usuario.

Para estructurar y sintetizar la información recolectada, se elaboraron fichas persona y mapas de empatía. Las fichas persona permitieron crear perfiles detallados de usuarios representativos de la Generación Z, identificando sus características demográficas, comportamientos, necesidades y objetivos. Los mapas de empatía, por su parte, ayudaron a profundizar en la comprensión de los pensamientos, sentimientos, preocupaciones y motivaciones de los usuarios, ofreciendo una visión más completa de sus experiencias y expectativas. Estas herramientas fueron clave para guiar el diseño centrado en el usuario, asegurando que la plataforma propuesta se alineara con las realidades y deseos de su audiencia principal.

88 ENCUESTADOS Generación Z en Colombia

La encuesta se dirigió a jóvenes de la Generación Z, específicamente a aquellos de entre 19 y 24 años, residentes en varias ciudades de Colombia, como Cali y Sogamoso. La muestra incluyó tanto a hombres como a mujeres, representando una diversidad de perspectivas en términos de uso de redes sociales y aplicaciones de citas. Los encuestados pertenecen a un grupo altamente conectado digitalmente, lo que los hace ideales para explorar sus hábitos, percepciones y necesidades en el ámbito de las plataformas sociales en línea.

La encuesta consistió en una serie de preguntas diseñadas para comprender diversos aspectos del uso de redes sociales y aplicaciones de citas. En total, se realizaron aproximadamente quince preguntas que abarcaron temas como la frecuencia de uso de redes sociales, las plataformas preferidas, los motivos detrás de su uso, las percepciones sobre la seguridad en línea, las experiencias negativas, y las características que consideran esenciales en una red social. Además, se indagó sobre el interés en nuevas plataformas enfocadas en conexiones significativas, así como las características adicionales que les gustaría ver en dichas plataformas.

El objetivo principal de la encuesta era profundizar en el entendimiento de los comportamientos y preferencias de la Generación Z en relación con las redes sociales y las aplicaciones de citas. Se buscaba identificar las motivaciones que los llevan a usar estas plataformas, sus preocupaciones en torno a la seguridad y privacidad, y qué características valoran más. Esta información es crucial para el desarrollo de nuevas plataformas digitales que buscan crear conexiones más significativas y seguras para los usuarios jóvenes, adaptándose a sus necesidades y expectativas en un entorno digital en constante evolución.

La encuesta se dirigió a jóvenes de la Generación Z, con la mayoría de los participantes teniendo entre 19 y 24 años. Hubo representación tanto de hombres como de mujeres, lo que proporcionó una perspectiva diversa sobre el uso de redes sociales y aplicaciones de citas. En cuanto al lugar de residencia, la mayoría de los encuestados viven en ciudades colombianas como Cali y Sogamoso, lo que refleja diferentes contextos culturales y sociales dentro del país. Esta combinación de edad, género y diversidad geográfica permite entender cómo estos factores influyen en la manera en que los jóvenes utilizan y perciben las plataformas digitales.

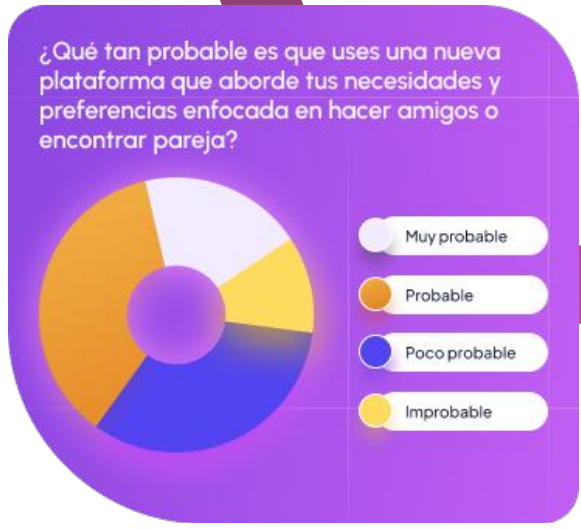


La Generación Z utiliza las redes sociales de manera intensa y diaria, con Instagram y TikTok como las plataformas más populares debido a su contenido visual y dinámico. Estos jóvenes usan las redes sociales principalmente para informarse sobre noticias y tendencias, conectar con amigos y familiares, compartir contenido personal y entretenerse con memes. Además, existe un interés significativo en hacer conexiones auténticas, lo que refleja un deseo por relaciones más profundas y significativas. En conjunto, estos hallazgos indican que las redes sociales son una herramienta esencial en la vida cotidiana de la Generación Z, sirviendo múltiples propósitos que van desde el entretenimiento hasta la información y la socialización.

Los jóvenes de la Generación Z tienen percepciones mixtas sobre la seguridad en redes sociales; algunos se sienten seguros, mientras que otros perciben un riesgo significativo, especialmente tras haber tenido experiencias negativas como recibir mensajes inapropiados. Estas experiencias resaltan la importancia de implementar medidas de seguridad más robustas en las plataformas. Además, los encuestados destacan la necesidad de características esenciales como la verificación de perfiles, el control de privacidad, y la capacidad de reportar y bloquear usuarios, lo que demuestra un claro interés por herramientas que mejoren la seguridad y el control sobre su experiencia en línea. En conjunto, estas respuestas reflejan una preocupación general por la seguridad y el deseo de contar con un entorno digital más seguro y protegido.

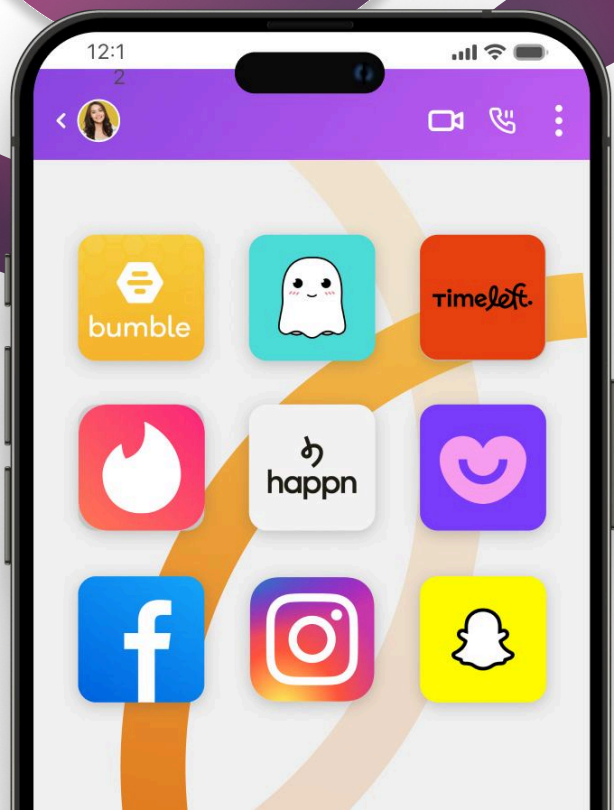


La Generación Z tienen un interés significativo en nuevas plataformas digitales que faciliten conexiones significativas, como hacer amigos o encontrar pareja, especialmente si estas plataformas abordan adecuadamente sus necesidades y preferencias. Muchos encuestados destacaron la importancia de características que permitan conocer más detalles sobre las personas a través de filtros, ver contactos en común, y fomentar conexiones basadas en intereses compartidos en lugar de simplemente ganar seguidores. Esto refleja un deseo claro por experiencias más personalizadas y auténticas en sus interacciones en línea. Sin embargo, también hay un grupo que se muestra escéptico o satisfecho con las plataformas actuales, lo que indica que cualquier nueva plataforma debe demostrar un valor añadido claro y significativo para captar la atención de estos usuarios.



Analisis etnohgrafico

- Aparición de fotos con bebés.
- Menores de edad pretendiendo tener una edad mayor.
- Personas pretendiendo tener una edad menor.
- Usuarios falsos o malintencionados.
- Propuestas indebidas.
- Interfaces confusas y errores de uso.
- Restricción de funciones de seguridad a usuarios no pagos.
- Falta de una moderación adecuada y soporte efectivo.



Criterios del benchmarking

Facilidad de Uso y Diseño UX/UI

Simplicidad, accesibilidad y atractivo visual de la interfaz, así como la facilidad de navegación y personalización para ofrecer una experiencia de usuario intuitiva y agradable.

Seguridad y Privacidad

Sólidas medidas de protección, transparencia en el manejo de datos, y herramientas avanzadas de control de privacidad aseguran la confianza del usuario en la plataforma.

Algoritmo de Personalización y Recomendaciones

Algoritmo eficaz que ofrezca recomendaciones precisas y adaptadas al comportamiento del usuario, mejorando la relevancia de la experiencia y ajustándose a las interacciones continuas.







Funcionalidades para Conexiones Significativas

Herramientas que facilitan la interacción y creación de comunidades dentro de la plataforma permitiendo a los usuarios conectar de manera más profunda.

Popularidad y Alcance

Popularidad y alcance global. Reflejan el éxito de la plataforma en el mercado, destacando su capacidad para atraer y retener a usuarios.

Sectorial

Criterios	Facilidad de uso y Diseño UX/UI	Seguridad y Felicidad	Algoritmo de personalización	Funcionalidades para conexiones	Popularidad y Alcance	Total
 Timeleft	4	4	3	3	2	16/25
 Bumble	5	5	4	4	4	22/25
 Boo	4	3	3	3	2	15/25
 Instagram	5	4	5	3	5	22/25
 Facebook	3	3	3	3	5	17/25
 Tinder	4	3	4	4	5	20/25

No sectorial

Criterios	Facilidad de uso y Diseño UX/UI	Seguridad y Felicidad	Algoritmo de personalización	Funcionalidades para conexiones	Popularidad y Alcance	Total
 Spotify	5	4	5	3	5	22/25
 Netflix	5	4	5	3	5	22/25
 Amazon	4	4	4	3	5	16/25
 Coursera	4	5	4	4	4	17/25
 Airbnb	4	4	4	4	4	16/25

Oportunidades de mejora

- 1. Necesidad de Mayor Personalización:**
Las plataformas actuales carecen de algoritmos avanzados que ofrezcan recomendaciones verdaderamente adaptadas a los intereses y comportamientos de los usuarios, lo que limita la relevancia de las sugerencias y la satisfacción del usuario.
- 2. Preocupaciones de Seguridad y Privacidad:**
Existe una creciente demanda entre los usuarios, especialmente de la Generación Z, por herramientas más robustas y confiables que garanticen su seguridad en línea y protejan su privacidad de manera efectiva.
- 3. Déficit en Conexiones Significativas:**
Muchas plataformas se enfocan en interacciones superficiales, dejando un vacío en la necesidad de relaciones más profundas y auténticas que realmente resuenen con los usuarios.
- 4. Complejidad en el Diseño:**
Algunas plataformas presentan interfaces demasiado complejas o abrumadoras, lo que dificulta la navegación y disminuye la experiencia del usuario, especialmente para los nuevos usuarios.
- 5. Limitado Alcance y Popularidad:**
A pesar de su funcionalidad, algunas plataformas no logran alcanzar una base de usuarios suficientemente amplia, lo que limita su competitividad en el mercado y su capacidad para atraer a nuevos usuarios.

Conclusiones de la investigación

La investigación demuestra que la Generación Z enfrenta varios desafíos importantes con las plataformas digitales actuales, lo que impacta negativamente su experiencia en línea y su bienestar emocional. Muchos jóvenes, aproximadamente el 78%, sienten que sus interacciones en estas plataformas son demasiado superficiales, lo que dificulta la creación de relaciones auténticas y profundas. Esta falta de profundidad no solo limita la calidad de las conexiones, sino que también contribuye a un sentimiento generalizado de desconexión emocional. Además, un 72% de los encuestados está preocupado por la seguridad y la privacidad en estas plataformas, especialmente por la ausencia de medidas de protección adecuadas y la verificación de usuarios, lo que resulta en un aumento de incidentes de acoso y violencia en línea. Esta preocupación refleja una falta de confianza en la capacidad de las plataformas actuales para proporcionar un entorno seguro para sus usuarios. Por otro lado, el 67% de los usuarios piensa que las plataformas no ofrecen experiencias personalizadas o adaptadas a sus intereses, lo que reduce la satisfacción y la sensación de que el contenido y las interacciones sean realmente significativas. Esta falta de personalización hace que la experiencia digital se sienta genérica y desconectada de las expectativas y necesidades de los usuarios, especialmente para aquellos que buscan formar conexiones más profundas. Además, un 65% de los usuarios reporta sentirse emocionalmente desconectado, lo que genera sentimientos de aislamiento y frustración, y contribuye a un impacto negativo en su salud mental y emocional. Estos resultados muestran una necesidad urgente de crear una nueva plataforma digital que ponga en primer lugar la autenticidad, la seguridad y la personalización. Una plataforma así no solo debería facilitar la formación de relaciones más significativas y auténticas, sino también garantizar un entorno seguro y confiable que aborde las preocupaciones de los usuarios sobre la privacidad y la seguridad. Al enfocarse en las necesidades reales y las expectativas de la Generación Z, esta nueva plataforma podría cambiar la forma en que los jóvenes interactúan en línea, proporcionando un espacio donde puedan construir conexiones genuinas, sentirse seguros y disfrutar de contenido que realmente se alinee con sus intereses y valores.

Requerimientos de diseño

Requerimientos Estético-Comunicativos (E-C)

Meta: Crear una plataforma visualmente atractiva, enfocada en la simplicidad y claridad para facilitar la navegación y personalización del perfil.

Requerimiento: Diseño moderno e intuitivo con una paleta de colores vibrantes y tipografía legible, orientada a captar la atención de la Generación Z.

Descripción: Obligatorio (O). Incluir botones y menús claramente visibles para opciones como planes de salida, test de personalidad, música compartida, y comunidades, con un diseño minimalista que haga la experiencia amigable.

Requerimientos Funcionales-Operativos (F-O)

Meta: Facilitar la personalización del perfil del usuario y fomentar la interacción basada en intereses compartidos.

Requerimiento: Personalización completa del perfil con opciones para gustos en común (música, hobbies) y preguntas orientadas a iniciar conversaciones.

Descripción: Obligatorio (O). La plataforma debe permitir que los usuarios seleccionen sus intereses principales, incluyan preferencias sobre música, realicen test de personalidad y utilicen preguntas interactivas que ayuden en las conversaciones.

Meta: Ofrecer juegos para conocerse mejor y un entorno dinámico para la interacción.

Requerimiento: Implementar juegos sociales integrados en la plataforma que ayuden a romper el hielo y fomentar el conocimiento mutuo entre los usuarios.

Descripción: Deseado (D). Los usuarios podrán participar en juegos interactivos de preguntas, retos y actividades para generar conversaciones más fluidas y divertidas.

Meta: Proporcionar un entorno seguro y controlado para los usuarios.

Requerimiento: Verificación de identidad y seguridad robusta.

Descripción: Obligatorio (O). El sistema debe incluir verificación de identidad mediante autenticación multifactor, así como un mecanismo para seguimiento seguro en salidas con alertas de emergencia.

Meta: Ofrecer opciones de planes y actividades sociales basadas en los intereses del usuario.

Requerimiento: Recomendaciones de planes personalizadas.

Descripción: Obligatorio (O). El algoritmo debe sugerir actividades o eventos locales, basados en los intereses y preferencias seleccionados por el usuario (salidas en grupo o uno a uno).

Requerimientos Tecno-Productivos (T-P)

Meta: Facilitar la navegación y personalización de experiencias de usuario de manera intuitiva y sin complicaciones técnicas.

Requerimiento: Interfaz intuitiva y navegación simplificada.

Descripción: Obligatorio (O). El diseño debe emplear patrones de diseño UX/UI reconocidos para asegurar que todas las funciones importantes (como chats individuales, comunidades, y personalización de gustos) sean fáciles de localizar y utilizar.

Meta: Mantener un ambiente seguro y controlado durante las interacciones de los usuarios.

Requerimiento: Seguimiento en las salidas mediante funciones de geolocalización y alertas de emergencia.

Descripción: Obligatorio (O). La plataforma debe permitir que los usuarios compartan su ubicación durante salidas y activen alertas de emergencia si es necesario.

Requerimientos Sociales y de Inclusión (S-I)

Meta: Crear espacios comunitarios inclusivos y adaptables a las diversas necesidades de la Generación Z.

Requerimiento: Comunidades y chats individuales.

Descripción: Obligatorio (O). La plataforma debe ofrecer tanto la posibilidad de interactuar de manera individual en chats privados como de unirse a comunidades basadas en intereses específicos, con control de privacidad ajustable.

Meta: Fomentar la personalización social y el apoyo emocional en la plataforma.

Requerimiento: Funcionalidad de apoyo emocional y personalización del estado de ánimo.

Descripción: Deseado (D). Los usuarios podrán compartir su estado emocional y recibir sugerencias de apoyo o consejos según su estado de ánimo, generando interacciones más empáticas y auténticas.

Requerimientos de Entretenimiento y Conexión (E-C)

Meta: Facilitar la conexión a través de intereses compartidos, como la música y los gustos comunes.

Requerimiento: Integración de música en común.

Descripción: Obligatorio (O). Los usuarios podrán compartir sus listas de reproducción y ver coincidencias musicales con otros, permitiendo un nuevo nivel de interacción basado en gustos comunes.

Meta: Ofrecer cuestionarios y tests para que los usuarios se conozcan mejor.

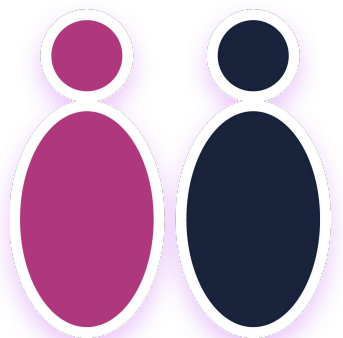
Requerimiento: Test de personalidad y afinidades.

Descripción: Deseado (D). La plataforma deberá ofrecer tests de personalidad que permitan a los usuarios descubrir más sobre sí mismos y conectarse con personas de afinidades similares.

Fase de Creación



Creación del logo



Uso de dos figuras humanas simplificadas



La letra M de nuestro nombre



El logo de Mingle presenta una tipografía diseñada para ser cercana y amigable, que se integra de manera armoniosa con el símbolo y el eslogan, reforzando el enfoque accesible y creativo de la marca.

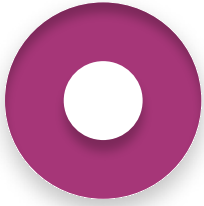
Símbolo

El símbolo del logo, representado por dos personas simplificadas, comunica de manera efectiva la idea central de la marca: **cada ficha representa a personas únicas que buscan conexiones significativas, simbolizando cómo estas diferencias pueden encajar perfectamente entre sí.**

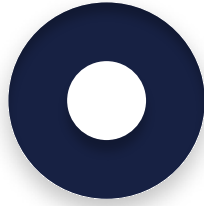
Eslogan

El eslogan "Creando conexiones significativas" proporciona un contexto claro al público objetivo, destacando la naturaleza de la plataforma como un **espacio para establecer relaciones auténticas y valiosas.**

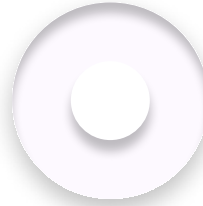
Paleta de Colores



#A63678



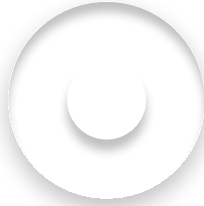
#172143



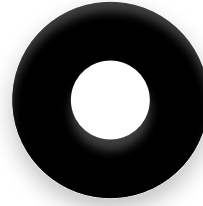
#FDF9FF



#401542



#FFFFFF



#000000

Tipografía

Neulis Cursive

Semi Bold

Tipografía principal para el logo

AaBbCcDd
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()/\$"!¿?*@=

Co Headline

Regular

Tipografía principal para el logo

AaBbCcDd
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()/\$"!¿?*@=

Montserrat

Regular

Tipografía complementaria para el eslogan

AaBbCcDd
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()/\$"!¿?*@=



Aplicaciones del logo



Desarrollo de prototipo



El desarrollo del prototipo de Mingle fue un proceso sistemático y fundamentado en metodologías de diseño centrado en el usuario, cuyo objetivo fue garantizar una experiencia digital funcional, intuitiva y alineada con las expectativas de la Generación Z. Este proceso comenzó con la creación del userflow, que permitió mapear las interacciones del usuario dentro de la plataforma, identificando rutas principales y secundarias para optimizar la navegación y facilitar la comprensión de las funcionalidades.

Posteriormente, se elaboraron los wireframes, que constituyen la base estructural del diseño. En esta etapa se definieron los elementos clave de cada pantalla, priorizando la claridad, el orden y la accesibilidad visual, esenciales para lograr un diseño enfocado en la usabilidad.

El prototipo se desarrolló en Figma, una herramienta ampliamente utilizada en la industria debido a sus capacidades de diseño colaborativo en tiempo real, flexibilidad en iteraciones y compatibilidad para pruebas interactivas. El uso de Figma permitió crear un prototipo funcional que facilitó la validación del diseño con usuarios reales, proporcionando retroalimentación valiosa para ajustar y optimizar tanto el diseño como las funcionalidades antes de pasar a la fase de desarrollo.

Además, como parte integral del proceso, se diseñó un plan de programación que detalla las tecnologías, etapas y equipo necesario para llevar a cabo la implementación técnica de la aplicación. Este plan será presentado posteriormente en el documento, destacando cómo se conectan las fases de diseño y desarrollo para garantizar la viabilidad y éxito del proyecto.

Funcionalidades



Creación de perfil personalizado



Verificación de identidad



Búsqueda y conexión avanzada



Recomendaciones personalizadas



Chats individuales y grupales



Creación de planes



Planes secretos



Comunidades temáticas



Juegos interactivos



Recomendación de locales y restaurantes



Geolocalización y seguridad en salidas



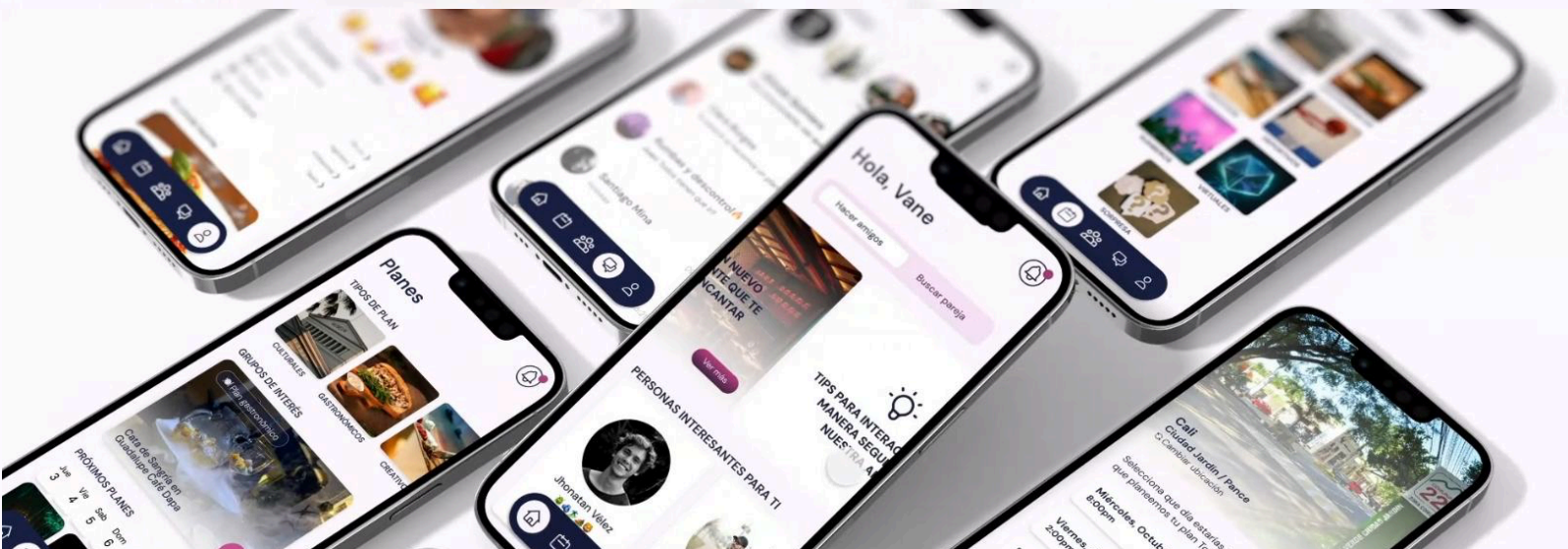
Estado emocional y apoyo



Integración de música en común



Test de personalidad





Estrategia de marketing y lanzamiento

Estrategia del pre - lanzamiento

El pre-lanzamiento de Mingle tiene como meta generar intriga y curiosidad entre la Generación Z. Para ello, se habilitará una página web con una cuenta regresiva y un formulario de pre-registro, ofreciendo beneficios exclusivos como acceso prioritario al evento y funcionalidades premium de la app. Las redes sociales jugarán un papel clave con publicaciones enigmáticas que incluyen frases como "Algo único está por llegar" y visuales intrigantes.

Se lanzará una dinámica especial centrada en el "plan secreto" del lanzamiento. Cada día se revelarán pequeñas pistas sobre la temática, ubicación y detalles del evento, como vestimenta recomendada o actividades. Además, se colaborará con influencers de la Generación Z para amplificar la campaña en plataformas como TikTok e Instagram, aumentando el alcance y la participación.

Link prototipo: <https://www.figma.com/proto/fRJxjCnZBJYpNijC89kSkr/Naralandia?node-id=242-369&t=jb7M6lLLMr8EzOkO-1>

Estrategia del post- lanzamiento

Tras el evento, Mingle se enfocará en mantener la atención de los usuarios iniciales y en expandir su comunidad. Las estrategias incluyen:

- Contenido en redes sociales: Publicación de los momentos destacados del evento, incluyendo fotos capturadas con las cámaras desechables.
- Campaña de referidos: Incentivos para usuarios que inviten amigos, como un mes gratuito de suscripción premium.
- Actualizaciones de la app: Incorporación de nuevas funcionalidades basadas en el feedback del evento.
- Comunicación directa: Envío de correos y notificaciones push con recomendaciones personalizadas y recordatorios de nuevas actividades.



Estrategia de lanzamiento

El evento de lanzamiento de Mingle será el plan sorpresa anunciado durante el pre-lanzamiento, diseñado para generar emoción y exclusividad. Durante el evento, los asistentes experimentarán de primera mano los valores y funcionalidades principales de la app: conexiones auténticas, personalización y diversión.

Fases del Plan Sorpresa:

1. Revelación Progresiva: Durante el pre-lanzamiento, se compartirán pistas diarias sobre el evento, culminando con la ubicación y detalles generales el día anterior.
2. Evento Inmersivo: Los asistentes serán recibidos en un espacio cuidadosamente diseñado que refleje la identidad de Mingle, con dinámicas sociales basadas en la app, como juegos para romper el hielo y actividades grupales.
3. Kit de Bienvenida: Cada asistente recibirá un kit exclusivo que incluye:
 - Cámara desechable Kodak: Para capturar momentos especiales y fomentar conexiones auténticas.
 - Sangría de vino rosa: Para celebrar en un ambiente relajado y social.

- Galleta Beiked: Un toque dulce que conecta con negocios locales.
- Kit Loto del Sur: Productos premium que reflejan exclusividad y bienestar.
- Juego de cartas "En Palabras": Diseñado para romper el hielo y fomentar conversaciones.
- Tote bag Mingle: Un regalo funcional que refuerza el branding de la marca.

Proyección del Prototipo: Durante el evento, se presentará un video de 2 minutos mostrando las principales funcionalidades de la app, como la creación de planes, preguntas para romper el hielo y secciones para citas, amistades y parejas.



Plan de negocio y monetización

Versión Gratuita:

- Creación de perfil básico: Configuración inicial para explorar las funciones básicas.
- Funcionalidades limitadas de búsqueda y conexión: Acceso restringido a las herramientas de búsqueda de personas y actividades.
- Recomendaciones generales: Actividades sugeridas basadas en intereses amplios de la Generación Z.
- Verificación avanzada de perfiles: Seguridad en las interacciones mediante procesos de verificación, disponible también para usuarios gratuitos para fomentar confianza en la comunidad.
- Chats básicos: Acceso a chats individuales y grupales con funciones esenciales.

Suscripciones Premium

Las suscripciones premium ofrecen una experiencia avanzada y personalizada para maximizar la satisfacción y retención del usuario, además de acceso a beneficios exclusivos.

Funciones Premium:

- Filtros avanzados de búsqueda: Búsqueda de personas y actividades según intereses detallados, ubicación y preferencias específicas (ej., hobbies, tipo de salida preferida).
- Recomendaciones personalizadas: Sugerencias basadas en comportamientos previos, eventos locales y preferencias del usuario.
- Acceso a juegos y tests exclusivos: Juegos interactivos y tests de personalidad que profundizan en las conexiones entre usuarios.
- Chats y funcionalidades ilimitadas: Sin restricciones en mensajes y con herramientas avanzadas para dinamizar las conversaciones.
- Visibilidad aumentada (Boost de perfil): Opción de aumentar la visibilidad en búsquedas y recomendaciones.
- Verificación avanzada de perfiles: Seguridad en las interacciones mediante procesos de verificación, disponible también para usuarios gratuitos para fomentar confianza en la comunidad.
- Acceso exclusivo a eventos VIP y planes secretos: Los usuarios premium tienen la oportunidad de participar en eventos exclusivos y disfrutar de planes secretos, que incluyen detalles especiales revelados progresivamente para mantener el factor sorpresa.

Otras Fuentes de Ingresos

Colaboraciones con establecimientos locales: Asociaciones con restaurantes, bares y experiencias de entretenimiento premium que permitirán a Mingle recibir comisiones por cada reserva hecha a través de la app. Los usuarios premium recibirán ofertas exclusivas y descuentos en estos lugares.

\$19.900 COP /mes

Plan Premium

- Filtros Avanzados de Búsqueda: Encuentra personas y actividades según intereses detallados, ubicación, y preferencias específicas.
- Recomendaciones Personalizadas: Actividades sugeridas basadas en tu comportamiento y eventos locales.
- Acceso Exclusivo a Juegos y Tests.
- Visibilidad Aumentada (Boost de Perfil): Destaca en las búsquedas y recomendaciones de otros usuarios.
- Verificación Avanzada de Perfiles.
- Acceso a Eventos VIP y Planes Secretos: Participa en eventos exclusivos y disfruta de planes secretos con detalles revelados progresivamente.

\$199,900 COP /año

(2 meses gratis)

\$0 /mes

Plan Gratuito

- Creación de Perfil Básico.
- Acceso restringido a las herramientas de búsqueda de personas y actividades.
- Recomendaciones Generales: Actividades sugeridas basadas en intereses amplios de la Generación Z.
- Verificación Avanzada de Perfiles.
- Chats Básicos: Envía mensajes individuales o en grupos con las funciones esenciales.

Test para algoritmo

Personales (Descripción de uno mismo):

¿Cómo te describirías en términos de personalidad?

- a) Extrovertido, siempre social y buscando nuevas experiencias.
- b) Introverso, disfruto de los momentos tranquilos y de calidad.
- c) Equilibrado, a veces social, a veces prefiero mi espacio.
- d) Aventurero, siempre buscando algo nuevo y emocionante.

¿Cómo te describes en una salida con amigos?

- a) El que organiza todo y nunca falta.
- b) El que sigue la corriente, pero siempre tiene buenas ideas.
- c) El relajado que va a lo que salga, sin drama.
- d) El que saca el plan más raro pero divertido.

¿Qué emoji usarías para describir tu personalidad?

- a) 😎 (Cool en todo momento)
- b) 😄 (Divertido y siempre diferente)
- c) 💡 (Creativo y lleno de ideas)
- d) 🤝 (Confiante y leal)

Imagina que vas a una fiesta con tu parche. ¿Qué papel juegas?

- a) Soy el DJ improvisado, ¡mi música siempre enciende el lugar!
- b) Soy quien inicia las conversaciones y hace nuevos amigos.
- c) Me quedo con mi grupo cercano, pero lo paso genial igual.
- d) Soy quien organiza la fiesta, ¡todo pasa gracias a mí!

¿Tienes alguna discapacidad que debamos considerar?

- a) Sí, una discapacidad física.
- b) Sí, una discapacidad sensorial (auditiva o visual).
- c) No, no tengo ninguna discapacidad.

Comida y Restricciones Alimentarias:

¿Qué tipo de comida te gusta más?

- a) Comida rápida, siempre es la mejor opción.
- b) Comida saludable, disfruto cuidarme.
- c) Cocina internacional, me encanta probar cosas nuevas.
- d) Comida de la región, lo tradicional es lo mejor

¿Tienes alguna restricción alimentaria o alergia?

- a) Soy intolerante al gluten.
- b) Soy alérgico a los frutos secos.
- c) Soy alérgico a los mariscos
- d) Soy intolerante a los lácteos.
- e) No tengo ninguna restricción.

Ocio y Estilo de Vida:

¿Qué haces cuando tienes un día libre?

- a) Maratón de series o películas en Netflix, obvio.
- b) Salgo a explorar nuevos lugares, el plan es improvisar.
- c) Día de relax en casa, un buen libro o videojuego.
- d) Me reúno con mi parche, ¡el plan nunca falta!

Si tuvieras que elegir una actividad para hacer con tu match, sería...

- a) Ir a un concierto o festival de música.
- b) Hacer un roadtrip y conocer nuevos lugares.
- c) Hacer maratón de series juntos.
- d) Salir a hacer algo nuevo, como un escape room o una clase de cocina.

¿Qué tipo de citas prefieres?

- a) Casual, algo que fluya de manera relajada.
- b) Un plan diferente, fuera de lo común.
- c) Algo simple, un café y buena conversación.
- d) Citas más activas, como deportes o actividades al aire libre.

Hobbies

¿Cuál es tu pasatiempo favorito?

- a) Leer libros o cómics.
- b) Hacer deporte.
- c) Jugar videojuegos o ver películas.
- d) Conocer restaurantes nuevos.

Si tuvieras que aprender algo nuevo en tu tiempo libre, elegirías...

- a) Aprender a tocar un instrumento musical.
- b) Tomar clases de cocina o repostería.
- c) Probar un deporte extremo.
- d) Aprender un idioma nuevo.

¿Qué te gusta hacer para relajarte después de un día largo?

- a) Meditar o practicar yoga.
- b) Escuchar música o un podcast.
- c) Jugar videojuegos o ver una serie.
- d) Salir a caminar o dar un paseo.

Moda y Estilo:

¿Cuál sería tu outfit ideal para una primera cita?

- a) Sporty chic, algo cómodo pero con estilo.
- b) Urban streetwear, siempre al último grito de la moda.
- c) Casual cool, jeans y camiseta básica, simple pero efectiva.
- d) Algo único y diferente, siempre me gusta destacar.

Música y Entretenimiento:

¿Qué tipo de música no puede faltar en tu playlist?

- a) Reggaeton y dembow, es lo que pone a todos a bailar.
- b) Pop, siempre es fácil de disfrutar y compartir con los demás.
- c) Electrónica, me encanta la energía de los beats.
- d) Rock, clásicos o modernos, pero con fuerza.
- e) Indie/Alternativo, para esas vibras chill.
- f) De todo un poco

Relaciones y Conexiones:

¿Qué te atrae más en una pareja?

- a) Su sentido del humor, me encanta alguien que me haga reír.
- b) Su creatividad, siempre tiene ideas originales.
- c) Su seguridad, alguien que sabe lo que quiere.
- d) Su empatía, alguien que se preocupa por los demás.

¿Qué es lo que más valoras en una conexión con alguien?

- a) Que compartamos los mismos intereses.
- b) Que haya buena vibra y sea fácil hablar.
- c) Que podamos hacer planes únicos juntos.
- d) Que me entiendan y haya una conexión genuina.

¿Te gustan más las salidas uno a uno o en grupo?

- a) Uno a uno, se puede conocer mejor a la persona.
- b) En grupo, es más divertido y menos incómodo.
- c) ¡Me encantan ambas!

Plan de programación de Mingle revisado por Octavio Vargas (Programador de Evo Publicist)

1. Arquitectura de la App

Tecnologías: Cross-platform como React Native. Estas herramientas permiten crear una única base de código que funcione tanto en iOS como en Android, ahorrando tiempo y costos de desarrollo.

Back-End: La app necesitará un backend sólido que maneje la base de datos de usuarios, la autenticación, y las recomendaciones personalizadas. Tecnologías como Django (Python) pueden ser útiles por su eficiencia y escalabilidad.

Base de Datos: Se puede usar Firebase para la autenticación de usuarios, chat en tiempo real, y almacenamiento en la nube. También se puede utilizar MySQL para almacenar la información relacionada con los usuarios, planes y actividades.

2. Front-End (Interfaz de Usuario)

Diseño UI/UX: Usando los prototipos creados en Figma, los diseñadores pueden exportar los activos visuales (imágenes, iconos, fuentes, colores) directamente a los desarrolladores. Estos se integrarán en el desarrollo front-end utilizando React Native.

Componentes Reactivos: React Native permiten la creación de interfaces reactivas, donde los componentes como botones, formularios, y tarjetas de actividades pueden renderizarse dinámicamente según la interacción del usuario y los datos del backend.

3. Desarrollo de Funcionalidades

a. Registro y Autenticación

Usar servicios de autenticación como Firebase Auth o Auth0 para la creación y manejo seguro de cuentas.

Integrar OAuth para permitir el registro mediante cuentas de Google o redes sociales como Facebook e Instagram.

b. Perfil de Usuario

La información de los perfiles y preferencias (gustos, intereses, si busca amistad o citas) se puede almacenar en una base de datos NoSQL como Firestore.

Los desarrolladores pueden crear un sistema de personalización dinámica utilizando un motor de recomendaciones que integre un algoritmo de aprendizaje automático para sugerir conexiones y actividades relevantes.

c. Chat en Tiempo Real

Firebase Firestore o Socket.io pueden utilizarse para implementar una mensajería en tiempo real con notificaciones push.

Las opciones de grupos y chats individuales deben estar sincronizadas con el backend en tiempo real, garantizando una experiencia fluida para el usuario.

d. Seguridad y Verificación

Implementar un proceso de verificación de usuarios usando servicios de terceros para validación de identidad o números de teléfono. También se puede agregar una verificación por foto para mejorar la seguridad.

Cifrado de datos: Utilizar HTTPS para proteger todas las comunicaciones entre la app y el servidor, y aplicar cifrado a los datos sensibles.

e. Algoritmo de Recomendaciones

Machine Learning: Para personalizar las recomendaciones de actividades y sugerencias de amigos o parejas, se puede utilizar un sistema de recomendación basado en los datos de comportamiento y preferencias del usuario. Servicios como Amazon Web Services (AWS) o Google Cloud AI pueden ayudar a entrenar un modelo de recomendaciones eficiente.

Este algoritmo debe estar bien integrado con la base de datos para adaptarse en tiempo real a las interacciones y preferencias del usuario.

f. Notificaciones Push

Firebase Cloud Messaging (FCM) o OneSignal pueden ser utilizados para enviar notificaciones push cuando hay nuevos planes sugeridos, mensajes nuevos, o cuando se acerca una actividad planificada.

g. Test de Personalidad y Juegos

Los test de personalidad pueden desarrollarse usando JavaScript o en frameworks de frontend integrados, con la lógica almacenada en el backend para personalizar las recomendaciones según los resultados del test. Los juegos interactivos pueden desarrollarse usando Canvas API o Unity, si se busca un diseño más avanzado, y se integran con el sistema de recompensas y niveles dentro de la app.

4. Integraciones Externas

APIs de mapas y geolocalización: Usar Google Maps API o Mapbox para mostrar eventos cercanos, locales y actividades recomendadas.

Pasarelas de pago: Si se habilitan transacciones (como la compra de servicios premium o actividades), integrar Stripe o PayU como pasarelas de pago seguras en Colombia.

5. Fases de Desarrollo

a. Desarrollo de MVP (Producto Mínimo Viable)

Lanzar una versión básica de la app que incluya las funciones esenciales como:

Creación de perfil

Chats

Recomendaciones de actividades

Funciones de seguridad básicas

b. Pruebas de Usabilidad

Test de usuarios: Después de desarrollar el MVP, realizar pruebas con un grupo pequeño de usuarios para recibir retroalimentación sobre la funcionalidad, usabilidad y rendimiento de la app.

Beta testing: Lanzar una versión beta para un grupo más amplio para identificar posibles errores o mejoras antes del lanzamiento completo.

c. Escalabilidad

A medida que crece el número de usuarios, es esencial que la infraestructura de la app sea escalable. Utilizar servicios en la nube como AWS, Google Cloud o Azure para escalar automáticamente los servidores y bases de datos según la demanda.

6. Mantenimiento y Actualizaciones

Mantenimiento continuo: Actualizaciones regulares para mejorar el rendimiento, seguridad y agregar nuevas funcionalidades basadas en los comentarios de los usuarios.

Mejoras basadas en análisis de datos: Monitorear el comportamiento de los usuarios dentro de la app para ajustar las recomendaciones, mejorar la experiencia de usuario y aumentar la retención.

Prueba de usuario

Participantes: 15 usuarios (8 mujeres y 7 hombres), edades entre 18 y 27 años, todos parte de la Generación Z en Colombia. Los participantes evaluaron el prototipo de Mingle en su versión móvil.

1. Facilidad de Uso

- El 87% de los usuarios indicó que la interfaz es intuitiva y fácil de navegar.
- 73% señaló que las funciones principales, como la búsqueda de planes y creación de perfiles, estaban claramente identificadas.
- Comentarios destacados:
 - "El diseño está lindo y todo es súper fácil de entender."
 - "No hay pierda, todo está bien organizado."

2. Test de Personalidad y Juegos

- 67% disfrutó el test de personalidad inicial, aunque un 33% mencionó que debería ser más corto y dinámico.
- 80% valoró los juegos para romper el hielo, considerándolos una herramienta creativa para facilitar interacciones.
- Comentarios destacados:
 - "Estaría chévere que el test fuese más corto, pero es interesante."
 - "Me encanta que puedas hacer juegos para conocer a las personas de una manera divertida."

3. Seguridad

- 93% consideró que la opción de verificación avanzada genera mayor confianza para interactuar con otros usuarios.
- 87% destacó la importancia de las alertas de emergencia y el seguimiento en tiempo real durante las salidas.
- Comentarios destacados:
 - "Las opiniones de otras personas verificadas me hacen sentir más confianza."
 - "Me parece súper importante que tengan medidas de seguridad robustas."

4. Personalización

- 80% expresó que la personalización del perfil, incluyendo música y hobbies, mejora la experiencia.
- 67% destacó que las recomendaciones de planes personalizados son un diferenciador importante.
- Comentarios destacados:
 - "Me gusta que puedas ver recomendaciones de planes que se ajusten a tus intereses."

- "Compartir música en común es una idea increíble para conectar mejor."

5. Recomendaciones de Planes

- 93% destacó el valor de la funcionalidad para buscar y crear planes sociales directamente desde la app.
- 73% afirmó que las recomendaciones de lugares o actividades aumentan su interés en usar la plataforma.
- Comentarios destacados:
 - "Me parece chévere que hayan reseñas de lugares a los que me gustaría ir."
 - "Poder crear tus propios planes es algo que hace falta en otras apps."

6. Diseño Visual

- 87% calificó la paleta de colores y la estética general como atractiva y moderna.
- 73% consideró que los íconos y botones son visualmente claros y acordes con la identidad de la marca.
- Comentarios destacados:
 - "El diseño se siente moderno y atractivo para nuestra generación."
 - "Los colores y las formas son súper amigables y reflejan buena vibra."

7. Intención de Uso

- 100% de los usuarios afirmó que utilizarían la aplicación una vez lanzada al mercado.
- Comentarios destacados:
 - "Definitivamente la usaría, tiene todo lo que busco en una app."
 - "Me parece súper útil y diferente a lo que ya existe."

Conclusión General

La prueba de usuario confirmó que Mingle responde de manera efectiva a las necesidades de la Generación Z, con fortalezas claras en:

- Interfaz intuitiva.
- Funcionalidades innovadoras como los juegos y los planes personalizados.
- Altos niveles de confianza generados por las medidas de seguridad.

Además, el 100% de los participantes aseguró que usaría la aplicación, lo que respalda la propuesta de valor y refuerza la confianza en el éxito del producto. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora, como la reducción del tiempo en el test inicial y un enfoque mayor en personalización dinámica para intereses más específicos. Estos resultados guiarán los ajustes finales antes del lanzamiento oficial.

Referencias Bibliográficas

Aguirre-Villalobos, A., Guzmán, J., & González, M. (2023). Metodología UX para el desarrollo de la creatividad en proyectos de innovación educativa.

Aguilar Romero, M. (2017). La generación Z: Sus hábitos de consumo de información y las redes sociales (Trabajo fin de grado). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Álvarez, E., Heredia, H., & Romero, M. F. (2019). La generación Z y las redes sociales: Una visión desde los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20), 1-13.

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. Pew Research Center. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>

Aranda, D., Roca, M., & Sánchez, N. J. (2013). Televisión e internet: El significado de uso de la red en el consumo audiovisual de los adolescentes. *Quaderns del CAC*, 16(39), 15-23.

Bermejo, B., Saúl, L., & Jenaro, C. (2011). La anorexia y la bulimia en la red: ANA y MIA dos "malas compañías" para las jóvenes de hoy. *Revista Acción Psicológica*, 8(1), 71-84. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3440/344030765005.pdf>

Bohórquez, P. (2017). Análisis del uso de dispositivos tecnológicos y su influencia en el desarrollo comunicacional de jóvenes de 14 a 18 años del colegio particular mixto provincia de Galápagos periodo lectivo 2016-2017.

Bovier, M. (2016). Tendencia de los Nativos Digitales: proyecciones futuras de la generación Z.

Coppari, R., et al. (2017). Análisis del impacto del factor hiperconectividad de la generación Z en las familias.

Dialnet. (2023). Ciberacoso y ansiedad social en adolescentes. Dialnet. (2023). El ciberacoso con intención sexual y el childgrooming.

Efectos del uso de los teléfonos móviles inteligentes y las relaciones comunicacionales interpersonales de los jóvenes pertenecientes a la generación Z. (n.d).

Ferrer-Mavárez, A., Aguirre-Villalobos, A., & Valecillos-Pereira, J. (2023). Lean UX y su aplicación en el diseño centrado en el usuario.

Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond* (2nd ed.). New Riders.

Hendricks, J. (2019). The generational differences: Expectations in technology and the workplace. *Journal of Business and Management*, 25(4), 68-75.

Ley 1581 de 2012. (2012). Congreso de Colombia. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html

Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books.

Freepik. (s.f.). Vista frontal de un hombre joven en camiseta color rojo oscuro de pie sobre un fondo blanco [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-frontal-hombre-joven-camiseta-color-rojo-oscuro-pie-sobre-fondo-blanco_16930467.htm#from_view=detail_alsolike

Freepik. (s.f.). Adolescente expresiva en blusa de rayas [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/adolescente-expresiva-blusa-rayas_10961733.htm#from_view=detail_alsolike

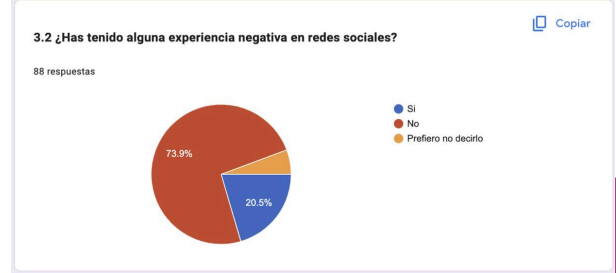
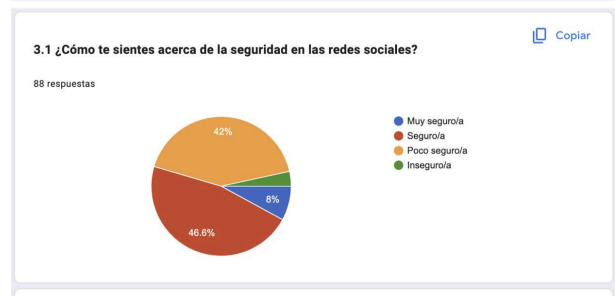
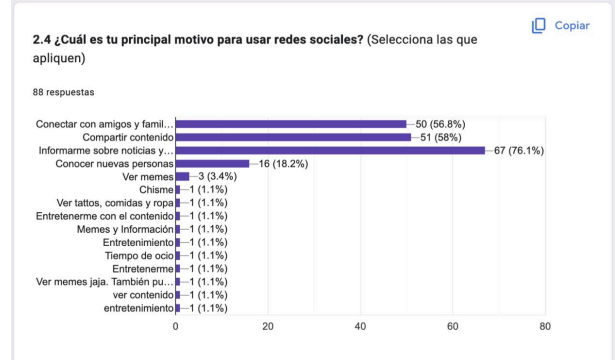
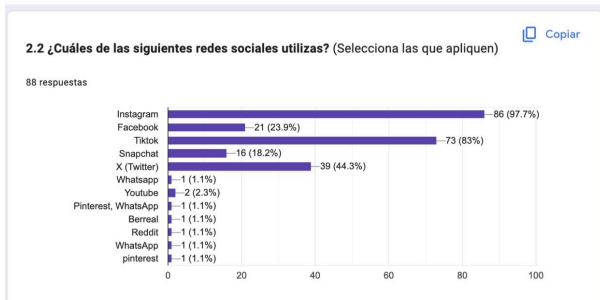
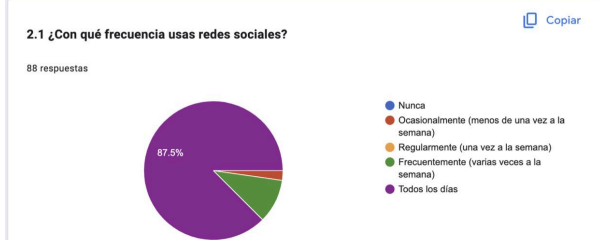
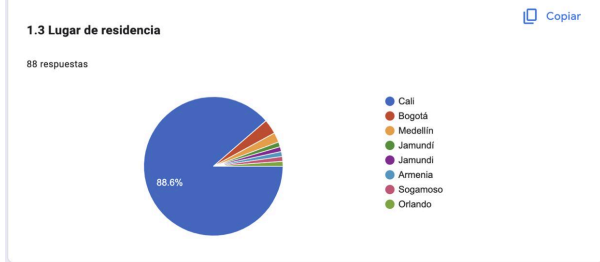
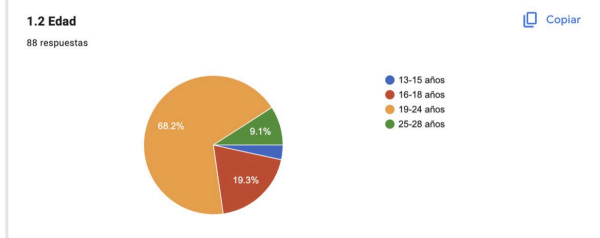
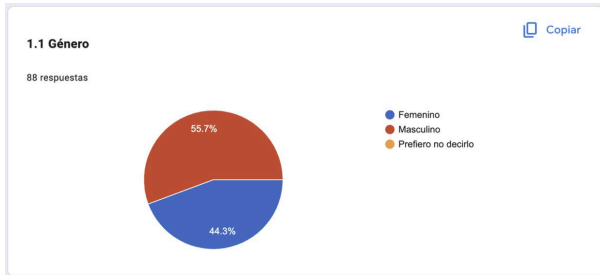
Freepik. (s.f.). Vista frontal de un hombre joven en camiseta color rojo oscuro de pie sobre un fondo blanco [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-frontal-hombre-joven-camiseta-color-rojo-oscuro-pie-sobre-fondo-blanco_16930510.htm#from_view=detail_alsolike

Freepik. (s.f.). Vista frontal de un hombre joven en camiseta color rojo oscuro de pie sobre un fondo blanco [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/vista-frontal-hombre-joven-camiseta-color-rojo-oscuro-pie-sobre-fondo-blanco_16930481.htm#from_view=detail_alsolike

Freepik. (s.f.). Adolescente expresiva en blusa de rayas [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/adolescente-expresiva-blusa-rayas_10961768.htm#from_view=detail_alsolike

Freepik. (s.f.). Adolescente expresiva en blusa de rayas [Fotografía]. Freepik. https://www.freepik.es/foto-gratis/adolescente-expresiva-blusa-rayas_10961783.htm#from_view=detail_alsolike

Anexos



Anexos

3.3 Si respondiste "SI" a la pregunta anterior, ¿podrías describir tu experiencia negativa en redes sociales?

20 respuestas

- Le iba a mandar algo a una amiga hablando mal de una persona y se la mandé a esa misma persona
- Mi ex me acosa por redes sociales.
- En la época de Facebook tuve un par de malas experiencias
- No
- Una pelea con una niña acerca de temas del paro
- Suplantación de identidad
- escribe gente rara
- Me hackearon la cuenta y empezaron a pedir dinero
- Bots, cuentas falsas o sexuales acosando en mensajes privados

3.3 Si respondiste "SI" a la pregunta anterior, ¿podrías describir tu experiencia negativa en redes sociales?

20 respuestas

- Me ofrecieron dinero a cambio de un "mutuo beneficio"
- Un día un extraño me mandó una foto de mi casa
- Hombres que acosan
- Bullying
- Se filtra mi numero de teléfono y me escriben o llaman personas extrañas.
- Intentos de robo
- He recibido mensajes inapropiados de personas desconocidas
- Bastantes veces me han intentado estafar, pero nunca de forma exitosa
- Me robaron pro una pagina que vendian accesorios

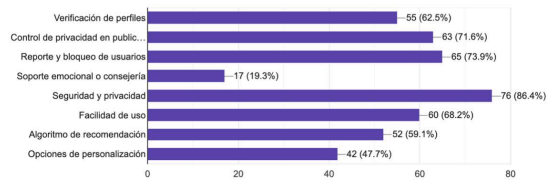
3.3 Si respondiste "SI" a la pregunta anterior, ¿podrías describir tu experiencia negativa en redes sociales?

20 respuestas

- Hombres que acosan
- Bullying
- Se filtra mi numero de teléfono y me escriben o llaman personas extrañas.
- Intentos de robo
- He recibido mensajes inapropiados de personas desconocidas
- Bastantes veces me han intentado estafar, pero nunca de forma exitosa
- Me robaron pro una pagina que vendian accesorios
- .
- Acoso por redes sociales por parte de personas cercanas

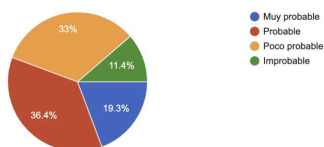
3.4 ¿Qué características consideras esenciales en una red social? (Selecciona las que apliquen)

88 respuestas



4.1 ¿Qué tan probable es que uses una nueva plataforma que aborde tus necesidades y preferencias enfocada en hacer amigos o encontrar pareja?

88 respuestas



4.2 ¿Qué características adicionales te gustaría ver en una nueva red social enfocada en conexiones significativas?

88 respuestas

- .
- No se
- Nada
- NA
- Metas a largo plazo
- El gusto musical, deseos de la otra persona, gustos, hobbies, etc
- Conectar con clientes, tendencias que se conecten las personas por preferencias
- Grupos de apoyo emocional y actividades físicas para hacer en grupo en la ciudad
- Música en común

4.2 ¿Qué características adicionales te gustaría ver en una nueva red social enfocada en conexiones significativas?

88 respuestas

- Que sepan los gustos de la otra persona como una lista de series y películas que le gustan, una playlist con su música favorita y ese tipo de cosas que ayudan a formar una conversación
- No se la verdad, siento que saturar el mercado de las redes sociales no es algo tan positivo
- Que se puedan descargar todo tipo de contenido recomendaciones de juegos o aplicaciones
- Espiritualidad
- Gustos de la persona
- Buen contenido
- Que no hayan bots en la app
- Mayor personalización en los perfiles
-

4.2 ¿Qué características adicionales te gustaría ver en una nueva red social enfocada en conexiones significativas?

88 respuestas

- Que sea intuitiva
- el algoritmo de las publicaciones
- Gustos en común, y tipos de personalidades
- Que tenga muchas restricciones así se evita conectar con personas que uno no desea
- Ajuste de preferencias sin costo alguno
- Seguridad y buenas recomendaciones de contenido
- Filtro a la hora de compartir contenido
- Definitivamente el hecho de que un perfil esté verificado es fundamental, verificado con documento de identificación para poder denunciar o algo parecido
- Que se enfoque en mis gustos

4.2 ¿Qué características adicionales te gustaría ver en una nueva red social enfocada en conexiones significativas?

88 respuestas

- Que me encuentre a alguien :c
- Algoritmo basado en intereses compartidos, ofrecer preguntas para ayudar con la conversación, eventos en línea y en persona.
- Elegir que tipo de contenido ver
- comunidades de varios, no solo chats individuales
- Lugar de date favorito
- Segmentación de usuario a través de comunidades
- Poder compartir fotos y poder comunicarse de manera rápida
- Transparencia de la persona
- Mas seguridad



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cal

MINGLE

Nara Valbuena Vargas

