

Título: Chile está entre las prioridades de los dueños de Tinder: lanza Hinge, su nueva app de citas "serias"

Chile está entre las prioridades de los dueños de Tinder: lanza Hinge, su nueva app de citas "serias"

El anuncio lo hizo el propio CEO de Match Group, Spencer Rascoff, durante la presentación de resultados trimestrales de la firma que cotiza en el Nasdaq, el 5 de mayo. Según datos de la compañía, que maneja las apps Tinder y OkCupid, Chile es ya uno de los mercados prioritarios de la región, junto a México y Brasil.

FERNANDO VEGA

En silencio, sin grandes campañas, ni eventos de lanzamiento. Así partió en Chile, desde la primera semana de mayo, Hinge, la app de relaciones "serias" y principal apuesta de Match Group, el conglomerado estadounidense de aplicaciones de citas que en los 12 meses terminados en marzo obtuvo US\$ 864 millones en ingresos.

"Lanzamos silenciosamente diez mercados más a principios de esta semana: Chile, Argentina, Uruguay, Perú en Latinoamérica, y mercados europeos como Polonia, Hungría, Croacia, Islandia, Luxemburgo y la República Checa", sostuvo el 5 de mayo Spencer Rascoff, CEO del conglomerado que cotiza en el Nasdaq y que controla las famosas apps de citas online Tinder, Meetic y OkCupid.

"Los lanzamientos en Brasil y México resultaron muy exitosos. Hinge se convirtió prácticamente desde el primer día en la segunda o tercera app de citas más descargada en esos mercados. Basándonos en ese éxito, aceleramos el lanzamiento en más mercados internacionales", dijo Rascoff a los analistas.

La firma apuesta hoy por capturar el segmento de las "relaciones serias" en el país, mediante Hinge, una aplicación diseñada específicamente "para ser borrada", porque se supone que conduce a relaciones estables y sus usuarios no seguirán necesiéndola. "En pocas palabras, Hinge está arrasando", declaró el ejecutivo a los analistas de Wall Street, resumiendo en esa frase la importancia de esta aplicación en todo el ecosistema sentimental de la compañía, que a través de sus apps atiende a millones de usuarios en el mundo entero. El éxito de la plataforma, según Rascoff, debería disipar cualquier tipo de duda sobre si la categoría de las citas online ha perdido popularidad entre los usuarios. La meta para esta marca es alcanzar los mil millones de dólares en ingresos anuales para 2027.

Hinge es ofrecida como una app diferente, ya que está diseñada específicamente para

ayudar a sus usuarios a conseguir citas que culminen en un encuentro o relación estable. Incorpora, por ejemplo, una sección que se llama "temas de conversación", que permite al usuario postear sus ideas o pensamientos, con el fin de darse a conocer mejor ante quien elige su perfil y así mejorar la posibilidad de que el match se concrete.

Donde Mamdani encontró esposa

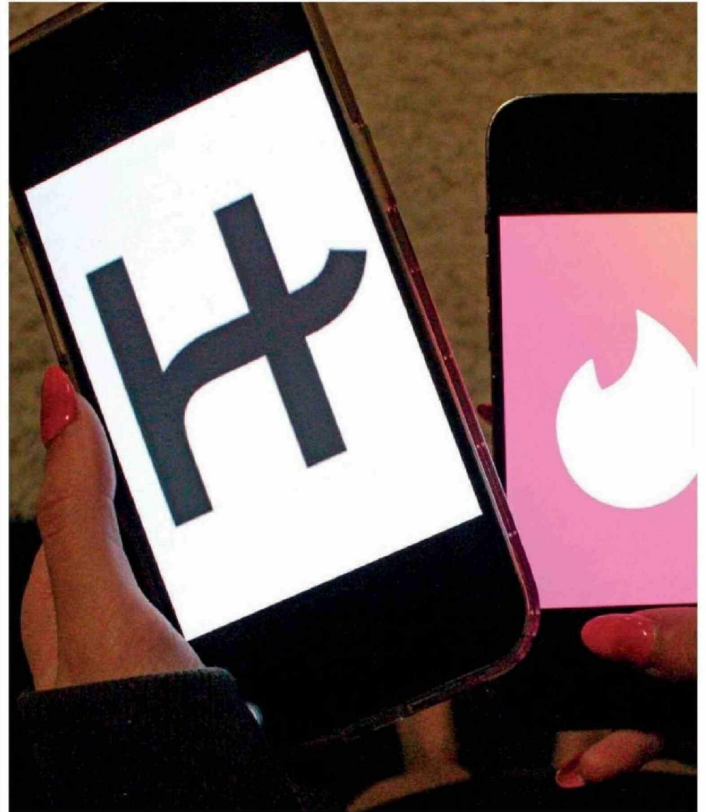
Los resultados del primer trimestre de 2026 muestran que Match Group está en plena transformación. Mientras los ingresos totales subieron un 4% interanual, los usuarios pagadores globales bajaron 5% en el período, hasta los 13,5 millones. Sin embargo, el ingreso promedio por cliente que paga subió 10%, hasta los US\$20,90 mensuales. En ese cuadro, Hinge es el negocio que sostiene la fe de los accionistas: sus ingresos crecieron un 28% interanual este trimestre, con cerca de dos millones de clientes en los países y que pretenden encontrar a su pareja perfecta.

Rascoff destacó que Hinge ha sido la primera app de citas en incorporar la función de asesoramiento basada en inteligencia artificial para que los usuarios puedan encontrarse mejor de acuerdo con su personalidad, intereses e intenciones. De hecho, la app fue una de las primeras aplicaciones para encontrar pareja en integrar, por ejemplo, la política en su algoritmo. Así, los usuarios pueden saber cuál es la ideología de otras personas antes de entablar un primer diálogo, siempre y cuando el usuario haya hecho públicas sus preferencias políticas.

El actual alcalde demócrata de Nueva York, Zohran Mamdani, admitió que conoció a su esposa, la artista Rama Duwaji, a través de Hinge.

Monetización

Según la ronda número 11 del Termómetro de la Salud Mental Achs-UC, el 26,6% de las personas entre 30 y 39 años en Chile declara sentirse sola. Es decir, uno de cada cuatro adultos en esta etapa vital percibe aislamiento, falta de compañía o exclusión, mientras que datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) muestran que



los hogares unipersonales representan ya el 22% del total nacional.

El modelo de negocio de Match Group descansa sobre la lógica del freemium: usar sus apps es gratis, pero las funciones que mejoran las probabilidades de un encuentro real tienen precio. En el caso de Hinge, los usuarios que quieren enviar likes ilimitados y configurar preferencias avanzadas, como recomendaciones personalizadas y mayor visibilidad en el algoritmo, podrán acceder a funciones como Hinge+ y HingeX.

La compañía lo sintetiza en su propio eslogan: Hinge fue diseñada para ser eliminada. La app más exitosa en el amor, en su lógica, es la que consigue que el usuario ya no la necesite. Rascoff detalló en su presentación que la empresa aplica un modelo de precios localizados, basado en la capacidad de gasto detectada en cada mercado.

"Lo que hemos hecho en Hinge es optimizar los precios geográficamente durante los últimos trimestres. En algunos casos eso significa subir el precio, en otros bajarlo. Eso es lo que mueve un poco los números de pagadores y el ingreso promedio por

pagador", explicó el CEO.

Al mantener un precio de entrada calibrado al bolsillo local, la firma maximiza la masa de "pagadores", sobre todo en países con alta penetración digital como Chile. Durante su última conferencia call, la firma destacó que está incentivando pasarelas de pago alternativas para evitar el peaje que cobran Apple y Google, moviendo el flujo de dinero directamente hacia sus arcas.

Según el reporte "Dataholics" de la operadora de telecomunicaciones WOM de febrero de 2026, los usuarios chilenos consumieron 538.563 GB solo en aplicaciones de citas durante el último año. Tinder, la nave nodriza de Match Group, vio su tráfico crecer un 52,9% interanual en el país, consolidando a Chile como un mercado maduro pero aún en expansión. Con una penetración de internet que roza el 95%, el país ofrece la infraestructura perfecta para que Hinge capture el segmento de solteros, que hoy se disputa con Bumble, una app creada por la ex ejecutiva de Tinder, Whitney Wolfe Herd. Bumble también opera en Chile. ●