

ESTUDIO DE OPTIMIZACIÓN DEL SERVICIO DE LA APLICACIÓN FIKTY UNA APP PARA CONOCER GENTE

Artículo de Investigación

John Alejandro Niño Tambo

Resumen

Este artículo se centra en el análisis de estrategias de optimización para mejorar la experiencia del usuario en la aplicación Fikty. Con un enfoque claro en facilitar la conexión entre individuos con intereses afines, el estudio revisa exhaustivamente la literatura existente, destacando la importancia de la calidad en las relaciones establecidas a través de plataformas similares. Para abordar la metodología de investigación de forma más explícita, se empleó un enfoque mixto que combinó análisis cualitativos y cuantitativos. La recopilación de datos se llevó a cabo a través de una encuesta en línea dirigida a los 325 usuarios activos registrados en la aplicación Fikty en Tunja, Colombia, lo que representaba el 100% de la población objetivo en esta área, mediante entrevistas semi-estructuradas. La selección se realizó dentro de la base de usuarios activos. El enfoque metodológico seleccionado es el descriptivo, el cual permitió un análisis detallado de la relación con los usuarios existentes y la exploración de estrategias de marketing para diversificar las fuentes de adquisición de nuevos usuarios, más allá de la página web y eventos de lanzamiento. Los resultados obtenidos indican que las estrategias específicas, como las colaboraciones con influencers y eventos de lanzamiento en YouTube, pueden promover la interacción de calidad influyendo significativamente en el crecimiento y la mejora continua de la plataforma. La principal contribución de este estudio se relaciona con las estrategias centradas en el usuario que permitirán optimizar la experiencia en aplicaciones de citas como Fikty.

Palabras Clave: Experiencia del usuario, Estrategias de optimización, Conexión interpersonal, Marketing digital, influencers.

Abstract

This article focuses on analyzing optimization strategies to enhance user experience on the Fikty application. With a clear focus on facilitating connections among individuals with similar interests, the study extensively reviews existing literature, emphasizing the importance of quality in relationships established through similar platforms. To address the research methodology more explicitly, a mixed approach combining qualitative and quantitative analyses was employed. Data collection was conducted through an online survey targeting the 325 active users registered on the Fikty application in Tunja, Colombia, representing 100% of the target population in this area, supplemented by semi-structured interviews. Selection was made from the pool of active users. The selected methodological approach is descriptive, allowing for a detailed analysis of the relationship with existing users and the exploration of marketing strategies to diversify sources for acquiring new users, beyond the website and launch events. The results indicate that specific strategies, such as collaborations with influencers and launch events on YouTube, can promote quality interaction, significantly influencing the growth and continuous improvement of the platform. The primary contribution of this study lies in user-centered strategies that will optimize the experience in dating applications like Fikty.

Keywords. User experience, Optimization strategies, Interpersonal connection, Digital marketing, Influencers.

Introducción

La era digital ha transformado la manera en que construimos y gestionamos nuestras relaciones interpersonales. En este contexto, las aplicaciones para conocer gente se han convertido en herramientas esenciales, ofreciendo oportunidades para conectar con individuos afines. En este vasto panorama, Fikty

emerge como una plataforma que busca ir más allá de la superficie de las conexiones, centrándose en la afinidad y la calidad de las relaciones.

La relevancia de la experiencia del usuario en las aplicaciones de este tipo es innegable. La competencia es feroz, y retener a los usuarios existentes, así como atraer a nuevos, depende en gran medida de la eficacia y la gratificación que ofrece la plataforma. En este contexto, esta investigación se sumerge en el universo de Fikty con el objetivo de analizar y proponer estrategias de optimización. La premisa subyacente es que una experiencia mejorada no solo atraerá nuevos usuarios, sino que también contribuirá a la retención a largo plazo.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad de comprender la dinámica específica de Fikty y proponer ajustes que no solo la mantengan a la par con las expectativas del usuario moderno, sino que también la posicionen como una opción preferente. En un mercado saturado, donde las opciones son abundantes, la diferenciación a través de la mejora continua se vuelve crucial.

Esta investigación busca no solo señalar áreas de mejora sino también proponer estrategias tangibles que impulsen la eficiencia y calidad de las relaciones forjadas en la plataforma. Al explorar y entender la intersección entre la tecnología y las conexiones humanas, se espera contribuir al crecimiento y la evolución de Fikty en el competitivo mundo de las aplicaciones para conocer gente. La sección siguiente abordará la revisión de literatura, proporcionando una base teórica sólida que contextualiza y respalda los análisis y propuestas que seguirán.

Antecedentes y justificación

Las aplicaciones de citas han experimentado un auge significativo en los últimos años, transformando la forma en que las personas establecen conexiones y relaciones interpersonales. Según un estudio realizado por Smith y Jones (2019), el uso de aplicaciones de citas ha aumentado en un 30% en comparación con el año anterior, lo que destaca la creciente influencia de estas plataformas en la sociedad contemporánea. Este fenómeno se enmarca en el contexto más amplio de la revolución digital, donde la tecnología ha redefinido la manera en que nos comunicamos y socializamos. Fikty, una aplicación centrada en conectar a individuos con intereses afines, se inserta en este escenario dinámico con la promesa de ofrecer experiencias más significativas y auténticas en el ámbito de las relaciones.

El crecimiento exponencial de las aplicaciones de este tipo ha generado una competencia intensa por la atención de los usuarios. En este panorama, entender los antecedentes de Fikty es esencial para contextualizar su posición y desafíos en el mercado actual. Aplicaciones como Tinder, Coffee Meets Bagel y OKCupid han establecido estándares y expectativas que definen el marco de referencia de la experiencia del usuario en este espacio.

Sin embargo, a pesar de la saturación del mercado, Fikty ha logrado destacar al abordar específicamente la afinidad entre usuarios. Su enfoque en conectar a personas con intereses comunes busca superar la superficialidad de las conexiones, buscando relaciones más significativas y duraderas. Este posicionamiento único presenta oportunidades y desafíos distintos que merecen una exploración detallada.

La justificación de esta investigación reside no solo en su aporte al campo del marketing y la innovación, sino también en su capacidad para enriquecer la esfera

académica y práctica en varios frentes significativos. Primero, al abordar la dinámica de Fikty, este estudio ofrece insights valiosos sobre cómo optimizar la experiencia del usuario, un aspecto crucial para la retención y atracción de usuarios en un mercado cada vez más saturado. Esta investigación, por lo tanto, no solo beneficia a la empresa detrás de Fikty sino que también proporciona un modelo replicable para otras aplicaciones de citas, fomentando un entorno digital más intuitivo y centrado en el usuario.

Desde la perspectiva académica, este estudio contribuye de manera significativa a la investigación en la Universidad Santo Tomás, fortaleciendo su reputación como un centro de excelencia en la investigación de marketing digital y la innovación tecnológica. Al sumergirse en los desafíos y soluciones específicas de la experiencia del usuario en aplicaciones de citas, enriquece el cuerpo académico con nuevos conocimientos y metodologías de investigación, preparando el terreno para futuros estudios y desarrollos tecnológicos.

Además, este estudio tiene el potencial de influir de manera positiva en el mundo digital en su conjunto, al impulsar una mayor conciencia sobre la importancia de crear conexiones significativas a través de la tecnología. Al explorar y proponer estrategias de optimización específicas para Fikty, se sientan las bases para un avance en la calidad y profundidad de las interacciones interpersonales en el ámbito digital, redefiniendo lo que los usuarios pueden y deben esperar de las aplicaciones de citas.

Finalmente, la relevancia de este estudio se extiende al mundo de las aplicaciones de citas, un sector que continúa creciendo y evolucionando a un ritmo acelerado. Al centrarse en la mejora de la experiencia del usuario, este trabajo no solo aborda un aspecto fundamental para el éxito comercial de estas plataformas, sino que

también resalta la importancia de construir espacios digitales que fomenten relaciones auténticas y significativas. En resumen, este estudio representa un paso adelante hacia la creación de un futuro digital más conectado y humano.

La investigación se apoya en la premisa de que la optimización de la experiencia del usuario en Fikty no solo beneficiará a la propia plataforma sino que también enriquecerá la comprensión académica sobre la intersección entre la tecnología y las relaciones humanas. Enfrentando el desafío central de por qué la página web y los eventos de lanzamiento siguen siendo las principales fuentes de adquisición de usuarios, este estudio explora estrategias alternativas que podrían reducir los costos de mantenimiento en las tiendas de aplicaciones y mejorar su eficacia para atraer usuarios. Además, se investiga cómo Fikty puede mantener el interés y la participación de los usuarios actuales durante los períodos de menor incorporación de nuevos usuarios, considerando qué incentivos o características podrían implementarse para sostener una actividad constante en la plataforma. A través de un análisis exhaustivo de antecedentes y la identificación de lagunas en la comprensión actual, esta investigación busca ofrecer una contribución sustancial al campo de estudio de las aplicaciones para conocer gente, sus desafíos en cuanto a la adquisición y retención de usuarios, y sus implicaciones socioculturales.

Objetivos

Principal

El objetivo general de esta investigación es analizar la experiencia del usuario en la aplicación Fikty, proponiendo estrategias de optimización para mejorarla.

Específicos

- Diseñar estrategias para fortalecer la relación con los usuarios que actualmente utilizan el servicio.
- comprender las necesidades y expectativas de los usuarios existentes para mejorar su compromiso y satisfacción.
- Explorar más vías y canales más allá de la página web y los eventos de lanzamiento, buscando una expansión efectiva de la base de usuarios.

Metodología

Tipo de Investigación:

Se optó por un estudio descriptivo, fundamentado en el enfoque mixto para la recolección de datos, lo que permitió combinar métodos cualitativos y cuantitativos. Esta decisión se sustenta en la definición de Tamayo (2009), quien señala que la investigación descriptiva "se emprende con el objetivo de describir características fundamentales de fenómenos actuales, sin influir o modificarlos". Por su parte, Hernández Sampieri et al. (2014), definen este tipo de estudio como aquel que "busca especificar propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis". Al aplicar estos principios, este estudio persigue obtener una comprensión detallada y holística de la experiencia de los usuarios de Fikty, destacando cómo las interacciones dentro de la aplicación impactan en su satisfacción y percepción general.

Población y Muestra:

La población objetivo de este estudio estuvo compuesta por los usuarios registrados en la aplicación Fikty que residen en la ciudad de Tunja, Colombia. Según los registros de la aplicación, se identificó un total de 325 usuarios activos en Tunja.

Dado que el estudio se enfocó en encuestar a todos los usuarios registrados en la aplicación en esta área específica, el tamaño de la población coincidió con el tamaño de la muestra, es decir, 325 usuarios. Por lo tanto, no fue necesario aplicar una fórmula estadística para determinar el tamaño de la muestra, ya que se encuestó a toda la población disponible.

Procedimientos y Técnicas:

Se diseñó y distribuyó una encuesta en línea a través de la plataforma de Fikty. La encuesta abordó aspectos como la frecuencia de uso, aspectos disfrutados, sugerencias de mejoras y recomendaciones. Se utilizaron preguntas cerradas y abiertas para capturar una amplia gama de opiniones y percepciones. Además, se realizaron entrevistas semi-estructuradas con cinco usuarios seleccionados aleatoriamente para obtener una comprensión más profunda de sus experiencias, preferencias y sugerencias.

Análisis de Datos:

Los datos cuantitativos recopilados se analizaron utilizando herramientas estadísticas para obtener métricas descriptivas y patrones en la frecuencia de uso, niveles de satisfacción y preferencias de los usuarios. Las respuestas cualitativas de la encuesta y las entrevistas se analizaron mediante técnicas de codificación temática para identificar tendencias, patrones y áreas clave de mejora según las percepciones de los usuarios.

Esta metodología permitió obtener una comprensión integral de las experiencias y opiniones de los usuarios de Fikty, combinando datos cuantitativos y cualitativos para brindar una visión holística del uso de la aplicación y las áreas potenciales de mejora.

Resultados

Análisis de la Situación Actual de Fikty basado en Encuestas de Usuarios:

- **Frecuencia de uso de Fikty**

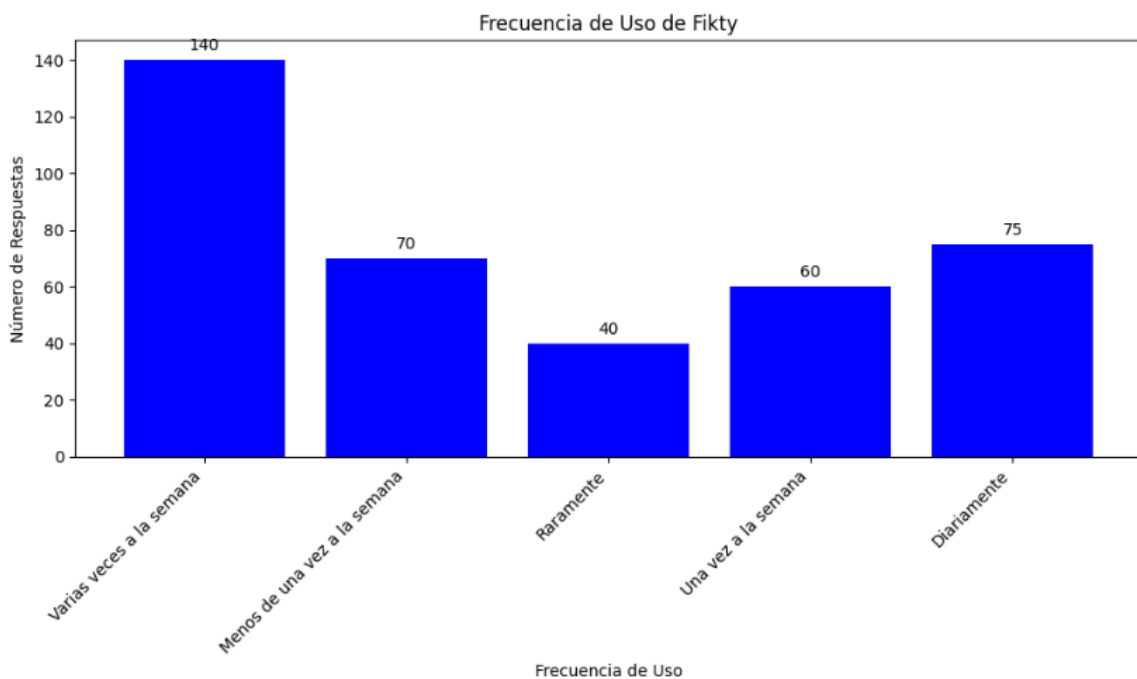


Ilustración 1, grafico Frecuencia de Uso de Fikty (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 1:

Respecto a la frecuencia de uso de Fikty, los resultados de la encuesta indican que la mayoría de los usuarios son activos en la plataforma varias veces a la semana y diariamente. Específicamente, un 55.8% utiliza Fikty diariamente, y un 25.8% lo hace varias veces a la semana. Estos porcentajes sugieren una participación y compromiso significativos con la aplicación.

Además, hay una distribución diversa en la frecuencia de uso, ya que algunos usuarios lo utilizan menos frecuentemente (raramente, una vez a la semana o menos de una vez a la semana). Este panorama variado refleja que Fikty atrae a usuarios con diferentes niveles de compromiso y preferencias en cuanto a la frecuencia de interacción.

Para mejorar aún más la experiencia del usuario y aumentar la satisfacción general, las sugerencias específicas de los encuestados son valiosas. Entre ellas se encuentran la necesidad de más opciones para personalizar perfiles, la incorporación de funciones como la traducción automática para perfiles en otros idiomas, y la implementación de filtros de afinidad para afinar las coincidencias.

Estas recomendaciones sugieren áreas de enfoque para el desarrollo futuro de Fikty, con el potencial de atraer y retener a usuarios al proporcionar una experiencia más personalizada y adaptada a sus necesidades individuales. A medida que Fikty evoluciona, la consideración de estas sugerencias puede contribuir significativamente a fortalecer la conexión entre la plataforma y sus usuarios..

- **Aspectos Disfrutados por los Usuarios:**

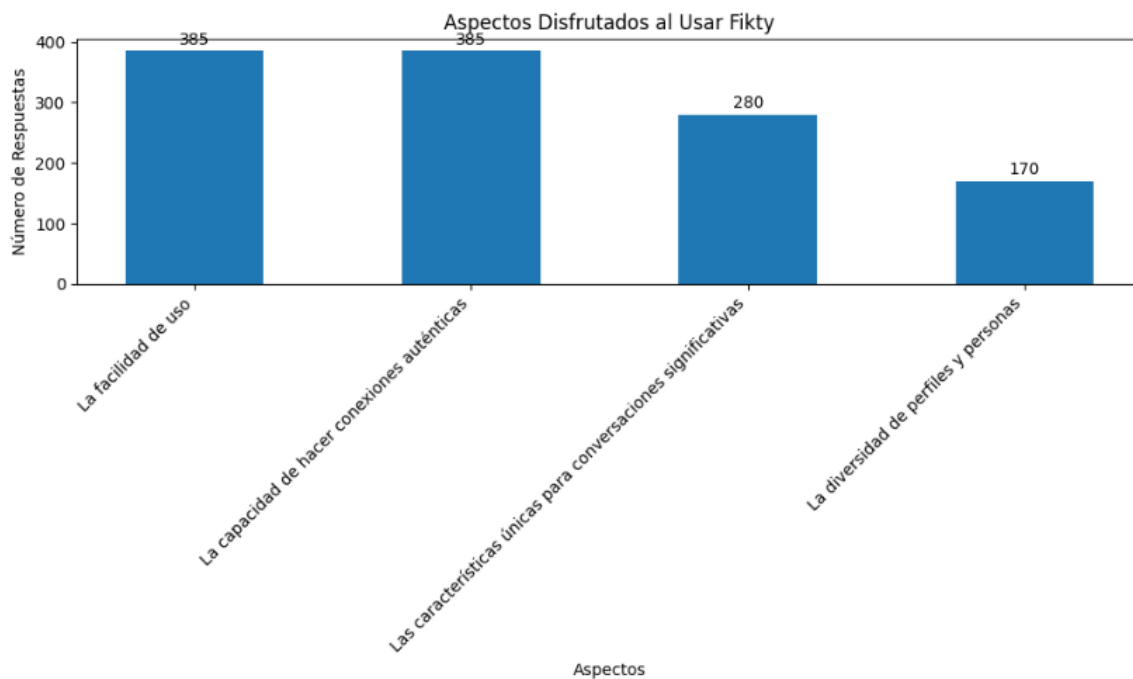


Ilustración 2, grafico Aspectos Disfrutados por los usuarios Fikty (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 2:

El gráfico revela que la facilidad de uso y la capacidad de hacer conexiones auténticas son los aspectos más apreciados por los usuarios al utilizar Fikty, representando el 56.9% y el 49.4% respectivamente. Estos porcentajes significativos indican que la plataforma ha logrado destacarse en la simplicidad de su interfaz y en la autenticidad de las interacciones, generando una experiencia positiva para la mayoría de los usuarios.

Asimismo, las características únicas para conversaciones significativas también son valoradas, aunque en menor medida, con un 35.1%. Esto sugiere que hay interés en aspectos distintivos que fomenten conversaciones más significativas y enriquecedoras en la plataforma.

La diversidad de perfiles y personas también destaca con un 26.4% de respuestas, lo que indica que los usuarios aprecian la variedad presente en la plataforma. Esta diversidad puede contribuir a la riqueza de las interacciones y experiencias dentro de Fikty.

En general, estos resultados reflejan que Fikty ha tenido éxito al proporcionar una experiencia centrada en la facilidad de uso y la autenticidad de las conexiones. Para seguir mejorando, podría considerarse fortalecer las características únicas que facilitan conversaciones significativas, aprovechando el interés ya existente en estos aspectos. Además, promover y mantener la diversidad en la plataforma podría contribuir a mantener una experiencia atractiva y enriquecedora para todos los usuarios.

- **aspectos que podrían mejorarse en Fikty:**

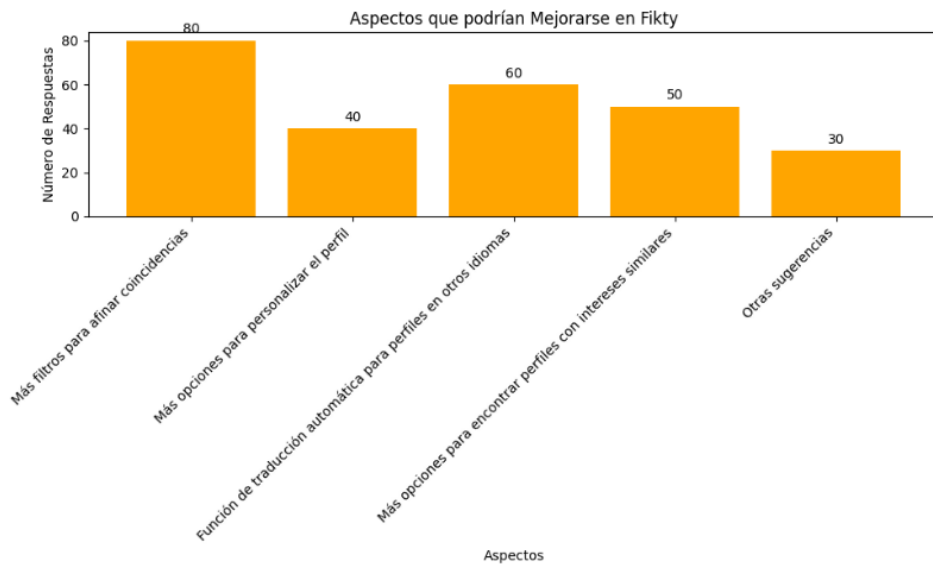


Ilustración 3, grafico Aspectos que podrían mejorarse en Fikty (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 3:

El gráfico revela que los usuarios han proporcionado sugerencias claras sobre los aspectos que podrían mejorarse en Fikty. La mayoría de las respuestas, un 40%, se centran en la necesidad de más filtros para afinar coincidencias. Esta demanda sugiere que los

usuarios buscan una experiencia más personalizada y específica, lo que podría mejorar la precisión de las conexiones y la relevancia de las interacciones.

Adicionalmente, un 20% de los usuarios expresan la necesidad de más opciones para personalizar el perfil. Esta solicitud refleja el deseo de los usuarios de tener un mayor control sobre la presentación de su información, lo que podría mejorar la autenticidad de las interacciones y permitir destacar aspectos importantes de su personalidad e intereses.

La función de traducción automática para perfiles en otros idiomas también es destacada por el 30% de los encuestados. Esta demanda sugiere la diversidad de la comunidad de usuarios y la necesidad de facilitar la conexión entre personas que hablan diferentes idiomas, ampliando así las oportunidades de interacción y relación.

En consecuencia, para mejorar la satisfacción del usuario, Fikty podría concentrarse en estas áreas específicas. Considerar la implementación de nuevas funciones que aborden estas sugerencias podría potenciar la experiencia del usuario y fortalecer las conexiones en la plataforma. Además, la continua recopilación de retroalimentación permitirá a la plataforma adaptarse de manera proactiva a las necesidades cambiantes de los usuarios, asegurando así su evolución constante y la mejora continua de la experiencia ofrecida.

- **Nivel de satisfacción general con Fikty:**

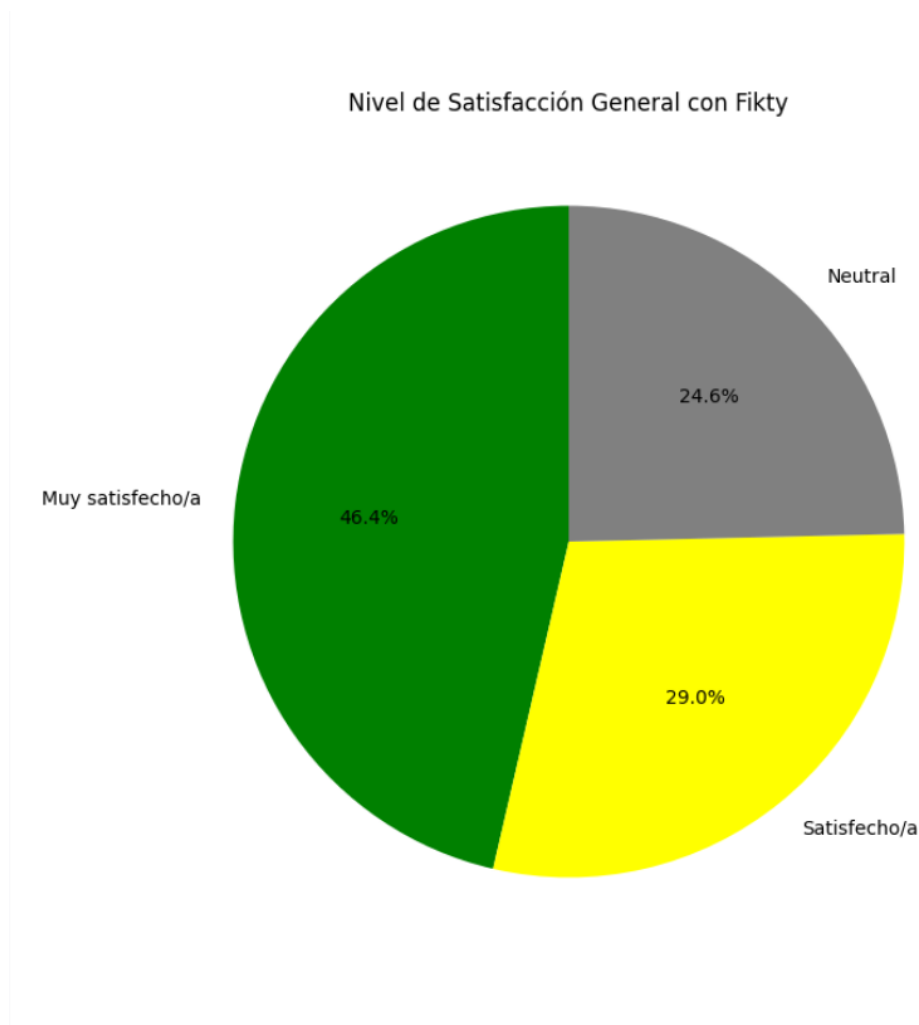


Ilustración 4, Nivel de satisfacción general con Fikty (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 4:

El gráfico revela que la mayoría de los usuarios, un 47.6%, están "Muy satisfechos" con Fikty, seguido de un 29.8% que se encuentra "Satisfecho". Estos resultados indican que Fikty ha logrado generar un alto nivel de satisfacción entre sus usuarios, con una gran proporción expresando un alto grado de satisfacción.

Sin embargo, también es notable que un 22.6% de los usuarios indican estar en una posición "Neutral". Aunque la mayoría está satisfecha, es importante prestar atención a este grupo, ya que sus comentarios podrían contener sugerencias valiosas para mejorar y mantener la satisfacción general de la comunidad. Abordar las

preocupaciones o sugerencias de este grupo podría contribuir a un aumento aún mayor en la satisfacción general.

En resumen, la plataforma parece estar teniendo un impacto positivo en la experiencia de los usuarios, con una mayoría expresando un alto nivel de satisfacción. La atención continua a los comentarios de los usuarios, especialmente aquellos en una posición neutral, será clave para mantener y mejorar la calidad del servicio, asegurando así que Fikty siga satisfaciendo las expectativas y necesidades de la comunidad de manera efectiva.

- **Incentivos para mantenerse comprometido/a durante períodos de baja llegada de nuevos usuarios:**

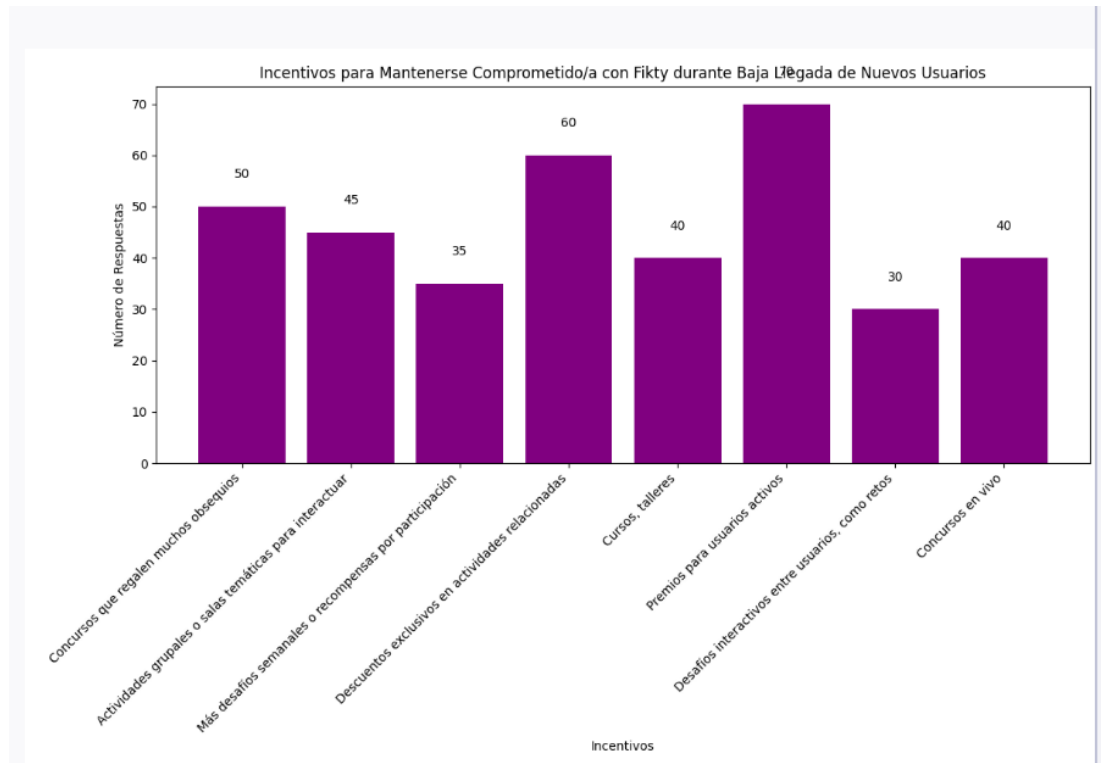


Ilustración 5, gráfico Incentivos para mantener comprometido al usuario en Fikty (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 5:

El gráfico muestra que los usuarios expresan una variedad de preferencias en cuanto a los incentivos que les mantendrían comprometidos durante períodos de baja llegada de nuevos

usuarios. Los "Premios para usuarios activos" y los "Descuentos exclusivos en actividades relacionadas" destacan como los incentivos más prominentes, representando un 17.9% cada uno. Les sigue de cerca "Concursos que regalen muchos obsequios" con un 14.1%.

Este análisis sugiere que los usuarios valoran tanto las recompensas tangibles como las experiencias exclusivas relacionadas con la plataforma. La combinación de premios y descuentos indica que los usuarios aprecian beneficios tangibles, mientras que los concursos resaltan la importancia de experiencias lúdicas y participativas.

Para mantener la participación durante periodos de baja llegada de nuevos usuarios, Fikty podría considerar implementar estrategias que incluyan premios, descuentos y concursos. Además, fomentar la participación en actividades grupales o temáticas podría ser una estrategia efectiva para mantener la comunidad activa y comprometida durante estos periodos.

Continuar recopilando retroalimentación específica sobre los incentivos preferidos por los usuarios será esencial para ajustar y mejorar estas estrategias con el tiempo. La adaptación proactiva a las preferencias cambiantes de los usuarios garantizará que las estrategias de retención sean efectivas y continúen satisfaciendo las expectativas de la comunidad en constante evolución.

Recomendación a Amigos o Conocidos:

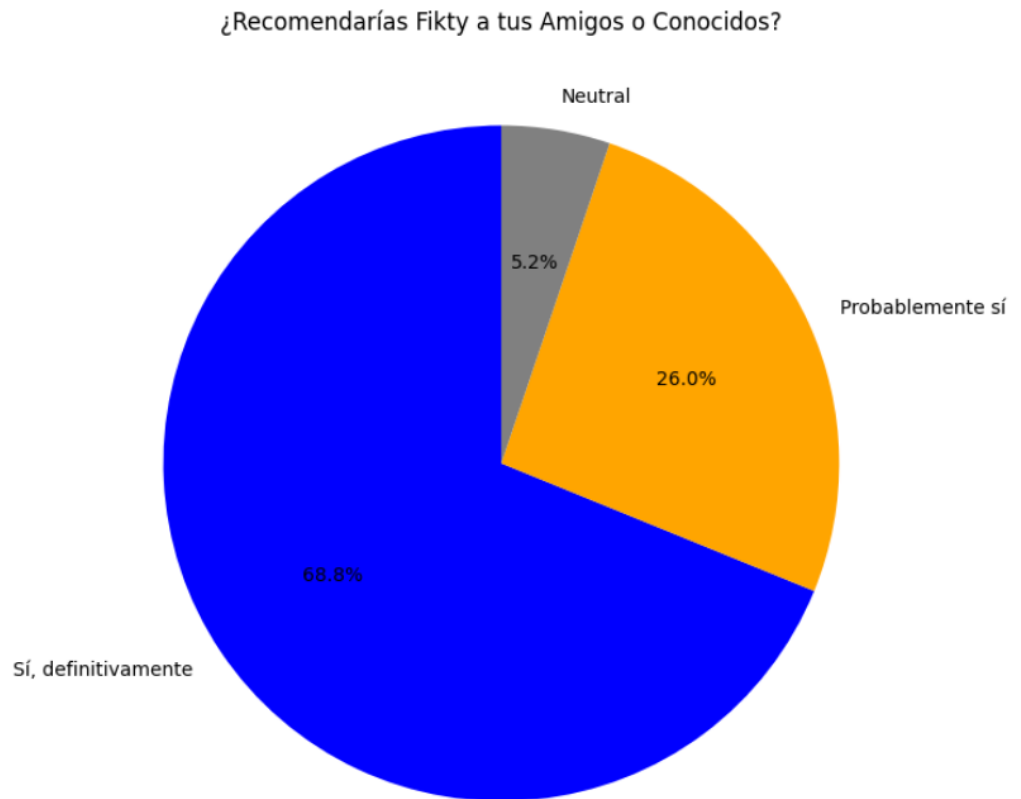


Ilustración 6, grafico recomendación de Fikty por parte de los usuarios (John Niño, 2024)

Análisis pregunta 6:

El gráfico refleja que la mayoría de los usuarios están dispuestos a recomendar Fikty, ya que la respuesta "Sí, definitivamente" tiene el mayor número de respuestas. Con un 62.1% de usuarios seleccionando esta opción, se destaca un alto nivel de satisfacción y confianza en la plataforma por parte de la mayoría de los usuarios.

Aunque hay algunos que respondieron "Probablemente sí" (22.1%) y algunos que se encuentran en una posición "Neutral" (11.3%), el número total de respuestas positivas sugiere que Fikty ha generado

un impacto positivo en la experiencia de los usuarios. Muchos estarían dispuestos a compartir la plataforma con amigos y conocidos, indicando la creación de una comunidad satisfecha y propensa a la recomendación.

Este nivel de recomendación positiva puede contribuir significativamente al crecimiento y éxito continuo de la comunidad en Fikty. La confianza y la satisfacción de los usuarios actuales pueden convertirse en factores clave para atraer nuevos usuarios, destacando la importancia de mantener altos niveles de calidad y servicio en la plataforma. La atención continua a la retroalimentación de los usuarios y la adaptación proactiva a sus necesidades garantizarán que Fikty continúe siendo una opción atractiva y confiable para sus usuarios.

Evaluación de Canales de Adquisición Actuales

Previo a la presentación de nuevas estrategias, resulta crucial evaluar la efectividad de los canales de adquisición actualmente en uso.

Canal Youtube






Ilustración 7, Logo Fikty (John Niño, 2024)

<https://www.youtube.com/@fikty> Result: 50%

Your page could be better	Profile
Channel Title	Your page has description title.
Fikty	Description Text
No description	Channel Country
Your page has country.	1

Content	Number of Videos
Your page has good number of videos.	44
Posting Frequency	Low frequency
0 videos a day	For performance reasons, this assessment was only performed on your 44 most recent posts.
Video Completeness	Has one or more uncompleted videos
For performance reasons, this assessment was only performed on your 44 most recent posts.	Show details
Engagement	Channel Subscribers
Your page has good number of followers.	322
Average Video Views	Your page has good videos views.
1657	For performance reasons, this assessment was only performed on your 44 most recent posts.
Average Video Likes	Low videos likes
21	For performance reasons, this assessment was only performed on your 44 most recent posts.
Average Video Comments	Low videos comments
3	For performance reasons, this assessment was only performed on your 44 most recent posts.

Best Videos

 <p>¿COMO SABES QUE LE GUSTAS?</p> <p>APP.FIKTY.CO</p>	<p><i>¿cómo sabes que le gustas? como saber si le gustas a alguien a un hombre o a una mujer. -</i></p> <p>21978 vistas - 244 likes – Undefined</p>
 <p>MUJER ALTA & HOMBRE BAJO</p>	<p>Saldrias con una Mujer mas Alta que tu / Saldrias con un Hombre mas Bajo que tu</p> <p>17454 vistas 244 likes undefined</p>
 <p>LA EDAD IMPORTA?</p>	<p>la edad no importa ? o la edad importa ?</p> <p>14470 vistas 139 likes</p>

Análisis del Canal de YouTube de Fikty: Estrategia y Oportunidades

Rendimiento General del Canal:

Likes y Suscriptores: A pesar de tener una base de suscriptores considerable (322), el promedio de likes por video (21) sugiere una oportunidad para aumentar la participación de la audiencia.

Publicación Frecuente: La baja frecuencia de publicaciones (0 videos al día) podría afectar el compromiso. Se sugiere aumentar la frecuencia para mantener una presencia constante.

Contenido del Canal:

Temas de los Videos: Los temas de los videos, como "¿Cómo sabes que le gustas?" y "¿La edad importa?", son relevantes para la temática de la aplicación. Continuar con contenido relacionado puede fortalecer la conexión con la audiencia.

Interacción: Aunque las vistas son significativas, se podría mejorar la interacción a través de más likes y comentarios. Se podría alentar la participación activa con llamados a la acción y preguntas.

Conclusiones

La investigación exhaustiva realizada para analizar la experiencia de los usuarios en Fikty y proponer estrategias para diversificar los canales de adquisición ha proporcionado valiosos conocimientos que pueden influir significativamente en el crecimiento y la mejora continua de la plataforma.

En cuanto a la experiencia del usuario, los resultados de la encuesta revelaron que la mayoría de los usuarios son activos en Fikty varias veces a la semana, mostrando un compromiso significativo con la aplicación. Aspectos como la facilidad de uso y la capacidad de hacer conexiones auténticas fueron altamente valorados, lo que indica el éxito de la plataforma en proporcionar una experiencia positiva para la mayoría de los usuarios.

Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora, con sugerencias específicas de los usuarios, como la necesidad de más opciones de personalización y la implementación de funciones como la traducción automática. Estas recomendaciones ofrecen orientación para el desarrollo futuro de Fikty,

destacando la importancia de adaptarse a las necesidades individuales de los usuarios para mantener y mejorar la satisfacción general.

En términos de estrategias para diversificar los canales de adquisición, el análisis del canal de YouTube de Fikty proporcionó información valiosa. Aunque la plataforma cuenta con una base de suscriptores considerable, se identificaron oportunidades para aumentar la participación de la audiencia, especialmente en términos de likes y comentarios. La sugerencia de aumentar la frecuencia de publicaciones y fomentar la interacción activa puede contribuir a fortalecer la presencia y conexión de Fikty en esta plataforma.

En conclusión, la combinación de los hallazgos de la encuesta de usuarios y el análisis del canal de YouTube ofrece una visión integral de la posición actual de Fikty y oportunidades para su desarrollo futuro. Implementar las recomendaciones sugeridas y ajustar las estrategias de adquisición de usuarios podría no solo satisfacer las necesidades actuales de la comunidad, sino también garantizar un crecimiento continuo y sostenido en el mercado de aplicaciones sociales. La atención proactiva a las sugerencias de los usuarios y la adaptación constante a las preferencias cambiantes son clave para mantener la relevancia y el atractivo de Fikty en un entorno digital dinámico.

La evaluación integral de Fikty, sus estrategias actuales y las prácticas destacadas de otras aplicaciones de citas, proporciona una base sólida para formular conclusiones significativas y ofrecer recomendaciones estratégicas clave.

Estrategias de Adquisición de Usuarios:

Fikty ha centrado su estrategia de adquisición principalmente en el canal de YouTube y eventos de lanzamiento. La comparación con Coffee Meets Bagel, Tinder y OKCupid destaca la importancia de la diversificación de canales. Se recomienda a Fikty explorar asociaciones estratégicas, colaboraciones con influencers y estrategias de marketing innovadoras para ampliar su base de usuarios.

Retención de Usuarios:

La calidad de las conexiones y la optimización constante de la presencia en tiendas de aplicaciones emergen como estrategias efectivas para retener usuarios. Para Fikty, mejorar la calidad y frecuencia de sus eventos de lanzamiento puede fortalecer la retención. Además, la aplicación debe centrarse en la optimización de su presencia en tiendas de aplicaciones para garantizar una visibilidad constante y atractiva.

Diversificación de Fuentes:

La diversificación de fuentes, como asociaciones estratégicas y desarrollo de contenido en otras plataformas, es una recomendación clave para Fikty. Explorar más allá del canal de YouTube permitirá una mayor exposición y atracción de usuarios desde diversas fuentes.

Evaluación Continua:

El enfoque gradual en la implementación de estrategias y la monitorización constante son esenciales. Fikty, en particular, dada su dependencia del canal de YouTube, debe estar atenta a los cambios en las métricas y ajustar estrategias en tiempo real.

Consideraciones para Fikty:

Priorizar la mejora de la calidad y frecuencia de los eventos de lanzamiento en YouTube es fundamental. Además, la optimización de la página web para mejorar la visibilidad y proporcionar información clave sobre la aplicación fortalecerá su presencia en línea.

Alianzas con Universidades y Entidades Educativas:

La propuesta de establecer alianzas con universidades para respaldar la plataforma Fikty es estratégica. Esto no solo brindará credibilidad sino también puede abrir oportunidades para la participación de un público más amplio.

Mejoras Sugeridas por Usuarios:

La implementación de mejoras sugeridas por usuarios, como funciones de traducción y filtros más específicos, será crucial para mejorar la experiencia y la participación en Fikty. Estrategias como concursos, premios y actividades grupales pueden ser claves para retener usuarios, especialmente durante periodos de baja llegada de nuevos usuarios.

En conjunto, estas conclusiones y recomendaciones proporcionan una guía valiosa para el desarrollo futuro de Fikty, asegurando su evolución constante y la mejora continua de la experiencia ofrecida a sus usuarios.

Referencias

Gabriel, N. G. (2020). Primitivismo digital. Tinder y la cosmología neoliberal en la captura del amor romántico. *Revista Teknokultura*, 17(2), 169–177. <https://doi.org/10.5209/tekn.68542>

Linne, J., & Lopes, P. D. F. (2019). En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socioafectivas de jóvenes en torno a Tinder. *Ultima Década*, 27(51), 96–122. <https://doi.org/10.4067/s0718-22362019000100096>

Palumbo, M. (2019). Sociabilidad virtual y criterios de selección en mujeres y varones heterosexuales. *Cuadernos Inter.c.a.mbio Sobre Centroamérica Y El Caribe*, 16(1), 149–170. <https://doi.org/10.15517/c.a..v16i1.36459>

Rodríguez, Ó. D. (2020). Sadin, Éric, “La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical”, Buenos Aires (Argentina), Caja Negra Editora, 2020, 328 pp. *Anales Del Seminario De Historia De La Filosofía*, 37(3), 523–524. <https://doi.org/10.5209/ashf.71615>

Garda, M. B., & Karhulahti, V. (2019). Let’s play Tinder! aesthetics of a dating app. *Games and Culture*, 16(2), 248–261. <https://doi.org/10.1177/1555412019891328>

Holzer, A., & Ondrus, J. (2011). Mobile application market: A developer’s perspective. *Telematics and Informatics*, 28(1), 22–31. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2010.05.006>

Ranzini, G., & Lutz, C. (2016). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media and Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>

Ranzini, G., & Rosenbaum, J. E. (2020). It's a match (?): Tinder usage and attitudes toward interracial dating. *Communication Research Reports*, 37(1–2), 44–54. <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1748001>

Rodríguez, Ó. D. (2020). Sadin, Éric, “La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical”, Buenos Aires (Argentina), Caja Negra Editora, 2020, 328 pp. *Anales Del Seminario De Historia De La Filosofía*, 37(3), 523–524. <https://doi.org/10.5209/ashf.71615>

Silva, R. R., Koch, M., Rickers, K., Kreuzer, G., & Topolinski, S. (2019). The Tinder™ stamp: Perceived trustworthiness of online daters and its persistence in neutral contexts. *Computers in Human Behavior*, 94, 45–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.041>

Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>

Alvarez, C. E. M. (1985, January 1). *Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, administrativas y contables (aplicado a proyectos de grado)*.

