

EL CICLO DEL AMOR

Estudio PARSHIP 2007-2008
sobre singles mexicanos



Media Summary

 **PARSHIP.com.mx**

El ciclo del amor

Estudio PARSHIP 2007-2008 sobre singles mexicanos

Contenido

Prólogo.....	3
<i>Internet, la Celestina del s.XXI</i>	3
<i>Del contacto virtual al amor real</i>	5
1. Metodología.....	7
1.1. Objetivos del estudio.....	7
1.2. Diseño del estudio	7
1.3. Definición de soltero/single	7
2. El ciclo del amor. Estudio PARSHIP 2007-2008 sobre singles mexicanos	8
2.1. ¿Vivir la vida en singular o plural?	8
2.2. Internet, lugar de encuentro.....	10
“Nos vemos en Internet”	11
Internet, más y mejor.....	14
La elección del portal	18
2.3. En busca de la pareja ideal.....	19
Explorando las posibilidades.....	19
La distancia, ¿importa?.....	20
Si no te veo, no te creo	20
2.4. La cita: lo importante para él; lo importante para ella.....	21
En qué se fijan las mujeres; qué buscan los hombres.....	22
3. Conclusiones	24
4. Sobre PARSHIP.....	26



Prólogo

Internet, la Celestina del s.XXI

PARSHIP, la agencia *online* de relaciones personales estables líder en Europa y con presencia en México desde octubre de 2007, ha realizado un estudio entre la población *online* mexicana para conocer el papel que juega Internet en la búsqueda de pareja, así como las actitudes y experiencias de los usuarios frente a este medio. El presente documento recoge los resultados más significativos extraídos de este trabajo.

El ciclo del amor supone el primer acercamiento representativo a la población *online* mexicana usuaria de los servicios del *online dating*. La investigación nace con la voluntad de averiguar cómo los mexicanos viven su soltería, experimentan sus relaciones personales y afrontan la búsqueda de pareja, en consonancia con sus hábitos, actitudes y preferencias.

El número de solteros crece cada década

Según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la cifra de solteros¹, separados, divorciados y viudos en México alcanza los 31,144,917 millones. Esta cifra ha experimentado un aumento continuo en las últimas décadas, registrando un crecimiento del 17.12% en el 2000, respecto a 1990.

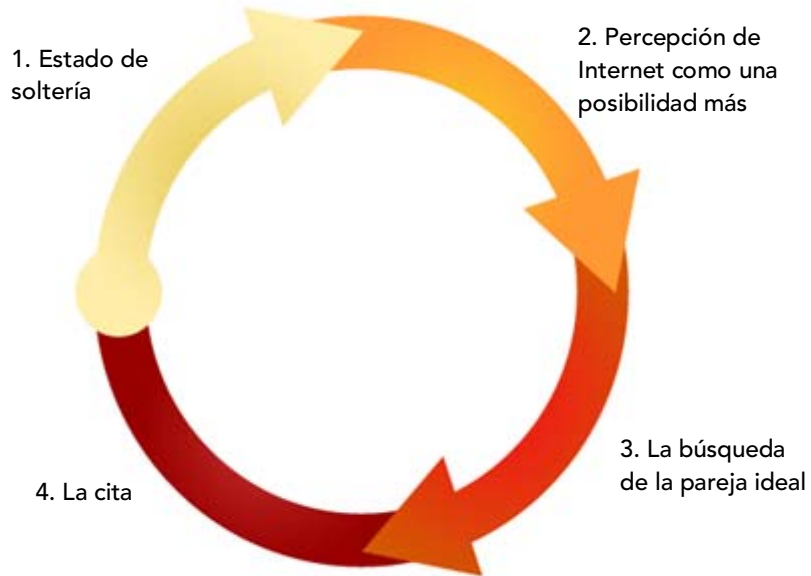
Hay tres conclusiones que se desprenden de este estudio que se revelan claves ante esta realidad demográfica: 1. El estado de soltería es desagradable para la mayoría; 2. Gran parte de los consultados busca o buscaría una relación estable, y, 3. Internet es una herramienta cada vez más y mejor considerada para entablar relaciones personales.

Ante esta situación, PARSHIP.com.mx llega a México en el momento más adecuado. Los servicios de PARSHIP.com.mx responden a las nuevas demandas de los solteros mexicanos. Y es que las nuevas posibilidades que ofrece la red permiten contactar con diferentes personas de todo el mundo de manera anónima, confidencial y paralela.

¹ El INEGI considera solteros a todos aquellos individuos de 12 o más años.

Cómo funciona el amor *online*

PARSHIP estructuró el estudio en función de un ciclo, el del amor, que explica cada una de las fases que afronta un single desde que toma conciencia de su estado de soledad y decide cambiarlo; piensa en Internet como una herramienta más donde conocer gente; inicia su búsqueda selectiva de agencia *online* e introduce sus criterios; y, finalmente, encuentra su pareja ideal.



Representación del ciclo del amor según PARSHIP

Conocer para mejorar

PARSHIP desea conocer más de cerca los motivos que llevan cada vez a más mexicanos a usar Internet como espacio para relacionarse. Para conseguirlo, la empresa ha impulsado este estudio del que ahora les presentamos las principales conclusiones.

Agustín Marreins

Responsable de PARSHIP

para Latinoamérica



Del contacto virtual al amor real

En este mundo global, los últimos estudios sociológicos y psicológicos hablan de un creciente individualismo, el aumento del aislamiento y una excesiva competitividad. Al mismo tiempo, la ansiedad y el stress se posicionan como los males de este nuevo siglo. Mientras tanto, un exacerbado culto a la autonomía y un cierto temor al compromiso figuran como los factores que impiden que se esté produciendo un encuentro fluido entre hombres y mujeres.

De todos modos, los tiempos avanzan pero las personas siguen teniendo las mismas aspiraciones que en otras épocas. Si hace unos años, la fiesta de la universidad o del pueblo eran los lugares más propicios para conocer al hombre o la mujer para compartir la vida, ahora Internet se suma a la lista, como un posible lugar de encuentro más. Las personas siguen comunicándose, siguen interrelacionándose en sitios tradicionales de encuentro como bares, discotecas, centros de estudio, ámbito laboral. Pero al mismo tiempo, recurren al chat, a los mensajes, al correo electrónico, etc. para iniciar el contacto. Internet se revela, pues, como un medio fabuloso para encontrarse, conocerse y enamorarse.

Bajo esta premisa, PARSHIP llega a México. Como referencias, PARSHIP cuenta con más de 5 millones de usuarios, la existencia de miles de historias de amor, el nacimiento de cientos de niños en Alemania, Austria, Holanda, Italia, Francia, España, Inglaterra y la certificación de ser la agencia *online* líder en relaciones estables en Europa. Y ahora también en México, país emblema del romanticismo, cuna del bolero y el melodrama, donde las personas aprovechan igualmente el avance de las nuevas tecnologías para la búsqueda de pareja y la constitución de una familia.

Con el éxito y la experiencia cosechada en los países europeos, PARSHIP.com.mx adapta las bondades del Test de Personalidad PARSHIP y trae el servicio de Single Coaching para asesorar a los "singles" mexicanos en su búsqueda de pareja.

PARSHIP.com.mx no sólo tiene como objetivo que sus usuarios encuentren una pareja a largo plazo. También tiene como meta promover el análisis y la reflexión en el conjunto de la sociedad. Ante este nuevo escenario, donde la condición de "single" es analizada por múltiples disciplinas, presentamos *El ciclo del amor*, estudio que investiga el proceso que lleva a los mexicanos a encontrar pareja por Internet. Los sentimientos ante la ausencia de pareja, los métodos y caminos que utilizan para encontrarla, y la pareja como factor de felicidad, son algunos de los temas indagados, que arrojan conclusiones que no dejarán indiferente a nadie.



Leticia Brando De Camilli

Single Coach de PARSHIP.com.mx
Licenciada en Psicología

1. Metodología

1.1. Objetivos del estudio

PARSHIP.com.mx encarga este estudio con la voluntad última de averiguar cuál es la percepción que tienen los mexicanos de Internet como posible herramienta para buscar pareja.

Nuestro objetivo final es descubrir la manera cómo los mexicanos buscan a su media naranja; conocer las reacciones y las expectativas de los mexicanos frente a cada una de las fases del Ciclo del Amor establecido por PARSHIP.com.mx. De manera que profundiza en cuáles son los ideales respecto al encuentro de una futura pareja, es decir, qué se busca en la otra persona, cómo la gente amplía su círculo de conocidos o cómo se percibe la posibilidad de hallar a alguien a través de la red.

1.2. Diseño del estudio

El universo de la investigación lo configura una muestra representativa de 1000 mexicanos y mexicanas de edades comprendidas entre los 18 y 69 años, con o sin pareja estable (en el momento de contestar la encuesta) y usuarios habituales de Internet. El cuestionario se realizó *online* en septiembre de 2007 y contempla tanto cuestiones cualitativas como cuantitativas.

La representatividad de las distintas franjas de edad se establece en tres grupos: de 18 a 34 años, de 35 a 54 años y de 55 a 69 años.

1.3. Definición de soltero/single

El concepto de soltero que estudia PARSHIP.com.mx, también denominado con el término **Single**, engloba a todas aquellas personas de entre 20 y 64 años que **en la actualidad no tienen pareja estable**, bien sean solteras, separadas, divorciadas o viudas.

Según las últimas cifras del INEGI, en la actualidad hay en México un total de 13,820,126 singles con estas edades. Dentro de este grupo de población de entre 20 y 64 años podemos encontrar:

- 10,246,883 personas solteras
- 1,358,260 personas viudas
- 1,588,289 personas separadas
- 626,694 personas divorciadas

2. El ciclo del amor. Estudio PARSHIP 2007-2008 sobre singles mexicanos

2.1. ¿Vivir la vida en singular o plural?

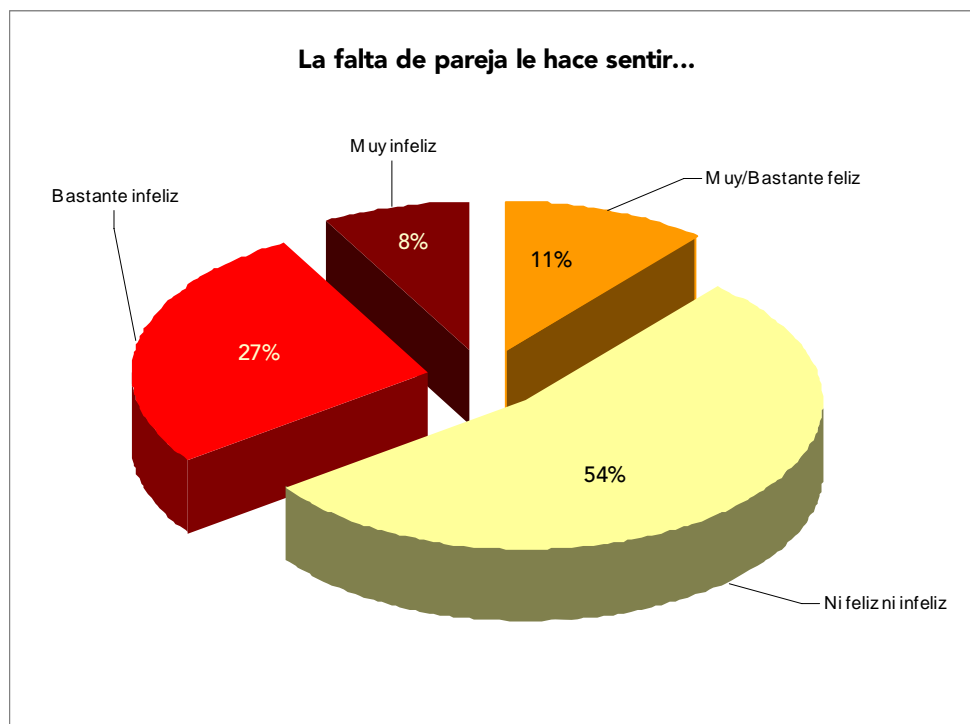


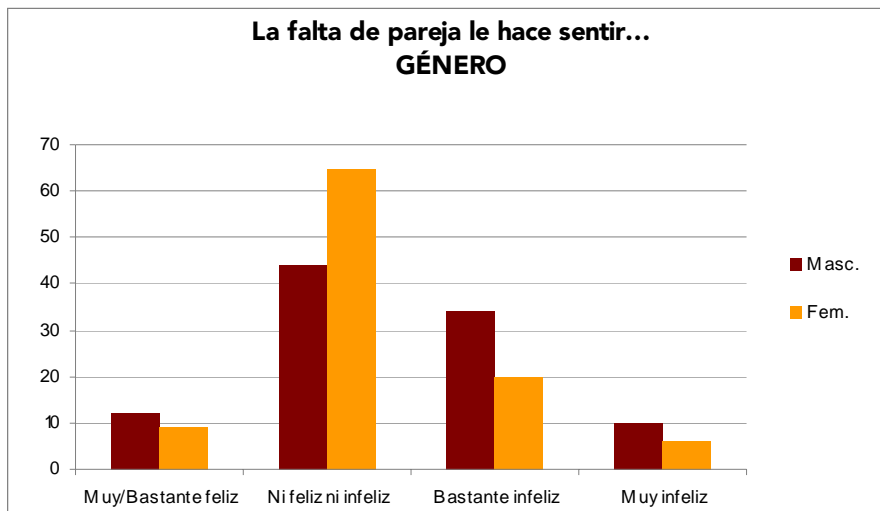
Un 89% de los mexicanos no se declararía abiertamente feliz ante un posible estado de soltería y solamente un 1% confiesa preferir vivir solo.

A juzgar por los resultados, la respuesta de los mexicanos sería claramente: "en plural".

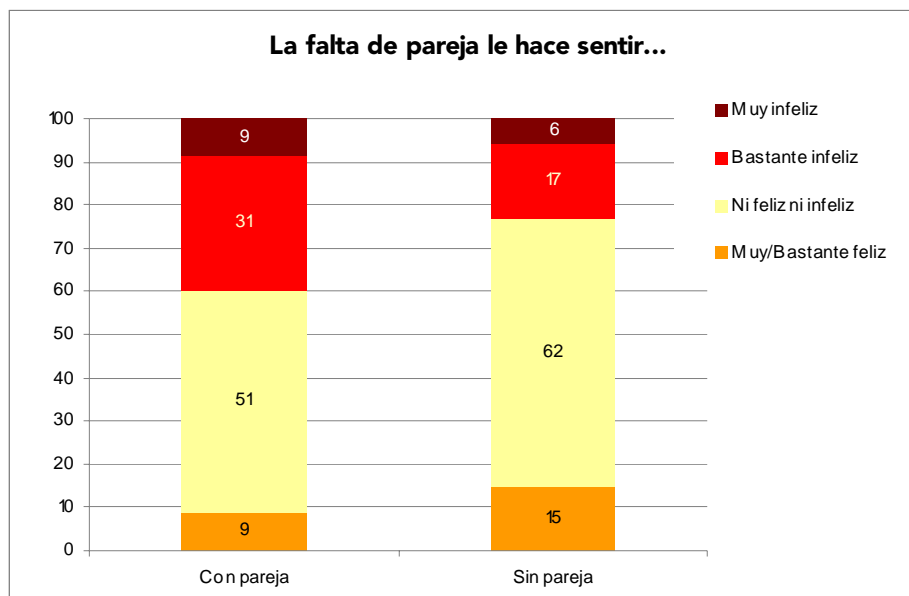
Tan sólo un 1% de los encuestados afirma preferir vivir solo. Uno de los resultados más llamativos del estudio es la poca satisfacción de los mexicanos ante una posible soltería. Preguntados acerca del sentimiento que les provoca el estar solteros, un **89% de los encuestados no se atreve a declararse feliz.**

Si analizamos los resultados por sexos, contrariamente a lo que se puede pensar, **los hombres se declaran más infelices** que las mujeres ante la falta de pareja (44% de ellos frente al 26% de ellas).





Es curioso observar que **para los encuestados con pareja, pensar en un posible estado de soltería es más desagradable** que para los que realmente están solteros.



No en vano, y según la gran mayoría, estar en pareja es sinónimo de mayor felicidad, y a la inversa. De hecho, ante las asociaciones relativas al hecho de compartir la vida con otra persona, **el 82% está de acuerdo con afirmaciones como "Vivir en pareja hace que todo sea más bonito", "por naturaleza estamos predestinados a vivir juntos" o "si vives en pareja todo es más sencillo"**.

Leticia Brando, Single Coach de PARSHIP.com.mx comenta:

“Estos datos confirman el mito romántico que envuelve a la sociedad mexicana cuando se piensa en sus boleros, sus telenovelas, o la caballeridad de sus hombres. El amor como una condición intrínseca del ser humano. Aún hoy en el siglo XXI la pareja sigue siendo la institución social a la que aspiran tanto hombres como mujeres. No es sólo que hace la vida más placentera, los mexicanos ven la pareja como un factor importante de felicidad”.

2.2. Internet, lugar de encuentro



Internet es cada vez mejor valorada como posible herramienta para buscar y encontrar pareja.

Un 26% de los encuestados afirma estar buscando activamente pareja en la actualidad, y otro 26% afirma que iniciaría una relación si la oportunidad se le presentase.

El trabajo, el centro de estudios o los bares y las discotecas, son tradicionalmente los principales lugares donde entrar en contacto con gente nueva, ya sea para entablar amistad o relaciones. En un listado de 11 opciones (trabajo, vacaciones, compras, estudio, etc.), **Internet alcanza la segunda posición como posible lugar o situación en la que encontrar pareja**, después de la mediación de amigos y conocidos.



Este dato revela que cada vez está más aceptado y asumido entre la comunidad usuaria de Internet el rol de "celestina" que adquiere la red como lugar de encuentro de la media naranja. De hecho, ante el dilema: "¿dónde se conocen las parejas?", los encuestados le dan un valor elevado a la hipótesis de conocerse por Internet.



Un 76% de los encuestados probaría la red para buscar pareja. Esta tendencia aumenta si hablamos de los singles mexicanos, quienes, en una proporción del 83% confiesan no dudaría en usar Internet para encontrar una futura pareja.

Un 76% del total de encuestados estaría dispuesto a probar la red para encontrar a aquella persona especial. Esta cifra es aún más alta si nos centramos tan sólo en aquellos que actualmente no tienen pareja, ya que **un 83% de los singles mexicanos encuestados no dudaría en utilizar este medio.**

Muy significativo es el hecho de que la predisposición al uso de la red para conocer gente no descienda a medida que avanza la edad, más bien esta tendencia se mantiene constante (**un 74% de las personas de 55 a 69 años lo utilizarían; un 78%, entre los de 35 y 54 años; y un 76% de 18 a 34 años.**)

"Nos vemos en Internet"

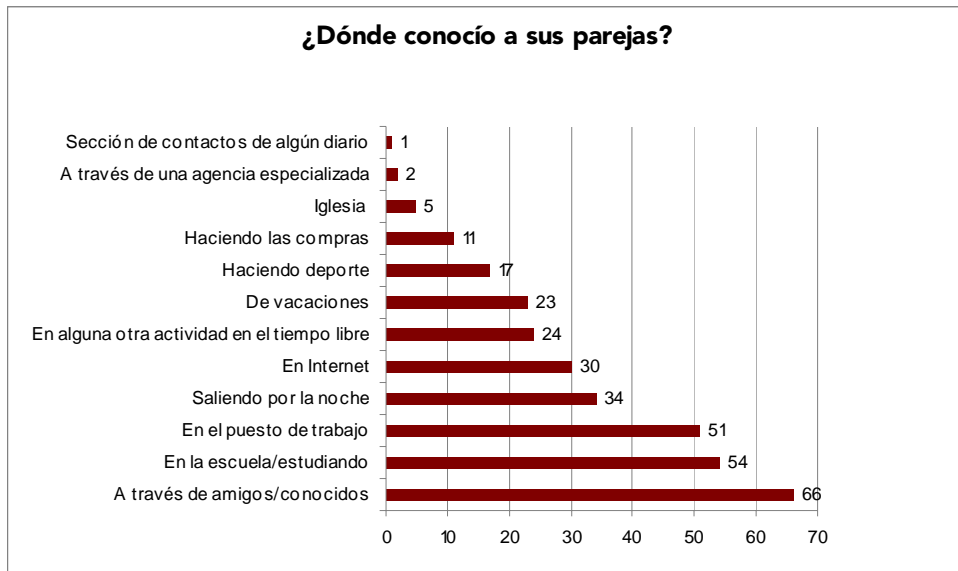


El 30% de los participantes en el estudio conoció a alguna de sus parejas (actuales o anteriores) en Internet.

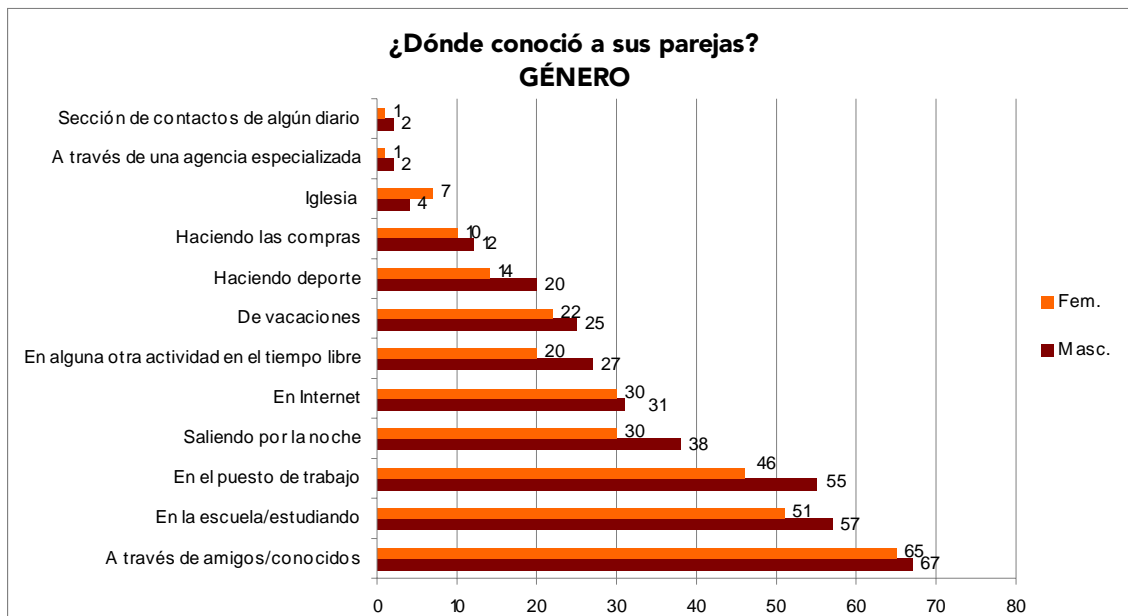
Hemos podido observar, que Internet supone una nueva forma de relación, una opción más a la que muchas personas acuden para fines diversos, entre ellos, el que ahora nos ocupa.

Más datos avalan esta hipótesis:

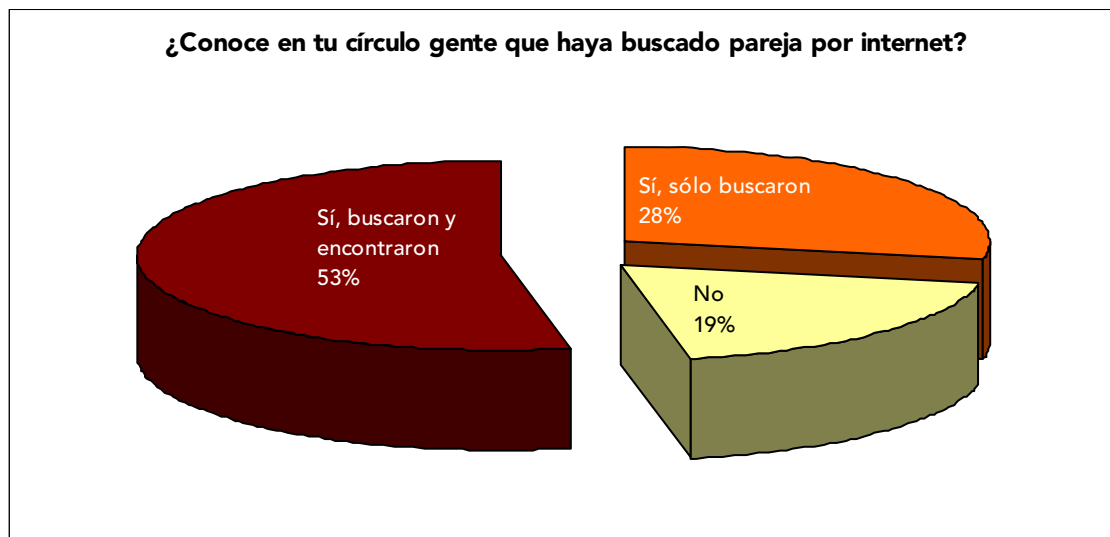
1. Un 30% de los encuestados confesó haber conocido a alguna de sus parejas (actuales o anteriores) en la red. Esto coloca a Internet en el cuarto puesto de un listado de 11 lugares posibles donde conocer gente.



Diferencias entre hombres y mujeres:



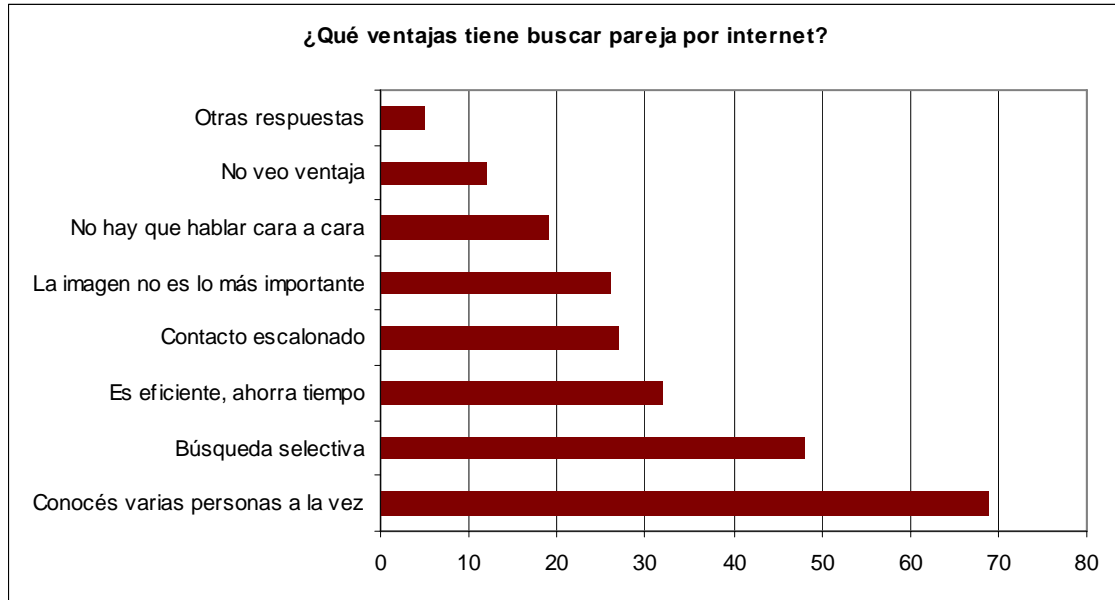
2. En esta misma línea, es significativo que el **81% de los encuestados declare conocer a alguien en su círculo de amistades más cercano** que haya buscado pareja por Internet.
3. Aún más contundente, el **53% de ellos conoce a alguien que buscó y encontró pareja**.



Leticia Brando, Single Coach de PARSHIP.com.mx comenta:

“Frente a este auge de las nuevas tecnologías, Internet es una opción más para conocer a la posible pareja. El aumento de los mensajes a teléfonos celulares, los mails y chats no se relaciona con la incomunicación y con el individualismo, como sentencian algunos. Con estas acciones, las personas están demostrando un afán de comunicación. El aumento del contacto virtual no implica necesariamente ausencia del contacto real. Las personas recurren a Internet para buscar pareja como una alternativa que funciona tan bien como cuando conocen a alguien en un centro de estudio, un ámbito laboral o una fiesta”.

Internet, más y mejor



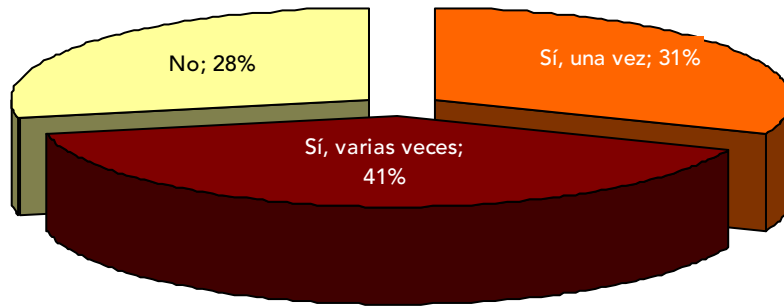
Buscar pareja *online* ofrece una serie de recursos y posibilidades que no se dan en otros espacios de relación social habituales. Conocer varias personas a la vez, buscar selectivamente en función de los gustos y las preferencias o la posibilidad de ahorrar tiempo, son algunas de las ventajas más valoradas a la hora de buscar pareja por Internet.



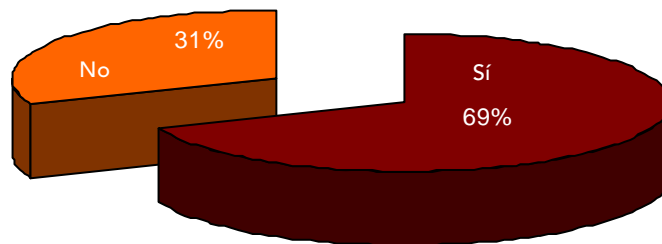
3 de cada 4 participantes del estudio de PARSHIP.com.mx han visitado en una o más ocasiones alguna agencia online de relaciones. El 59% de los usuarios de agencias online busca una relación estable.

Para los encuestados, la motivación principal que les lleva a visitar una página o un portal de relaciones personales es la búsqueda de pareja estable (**59% de las respuestas**). Las mujeres acuden con este propósito en mayor medida (**70% de ellas frente al 49% de los hombres**).

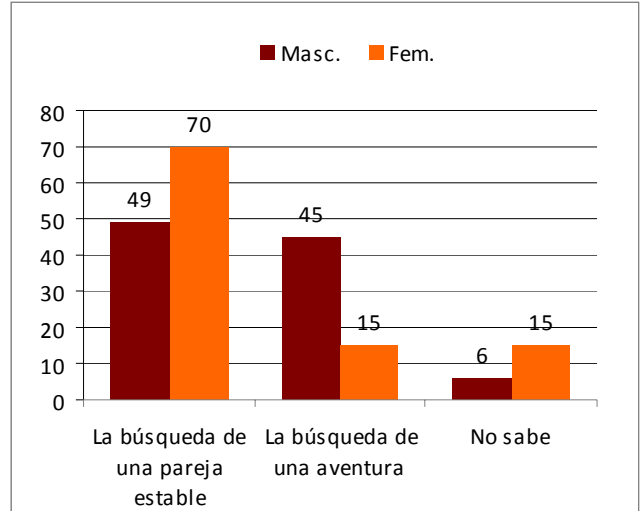
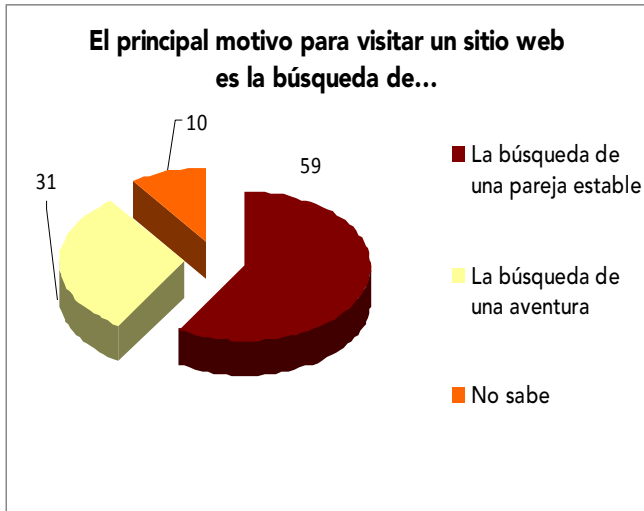
¿Has visitado sitios especializados en buscar pareja?



Habiendo entrado, ¿te has registrado?

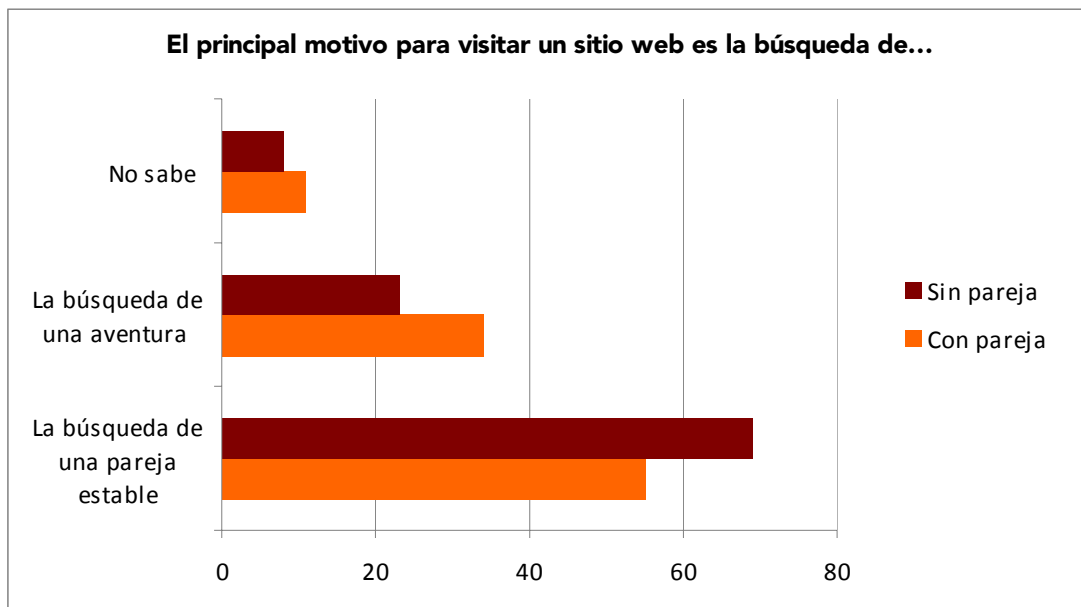


Para los encuestados, la motivación principal que les lleva a visitar una página o un portal de relaciones personales es la búsqueda de pareja estable (**59% de las respuestas**). Las mujeres acuden con este propósito en mayor medida (**70% de ellas frente al 49% de los hombres**).

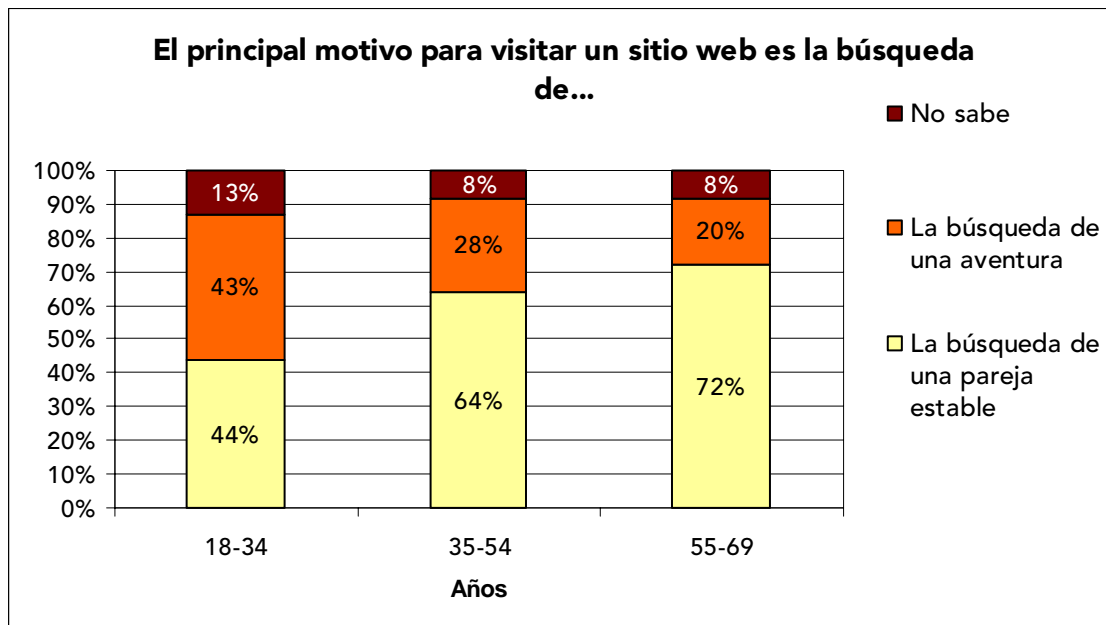


En relación a esta pregunta, destacan dos datos:

1. **Un 34% de los encuestados que declaran tener pareja** confesaron que visitarían una agencia *online* con el **objetivo de vivir una aventura**.



- De entre los participantes con edades comprendidas entre los 55 y los 69 años, el 72% acudiría en busca de una relación estable.



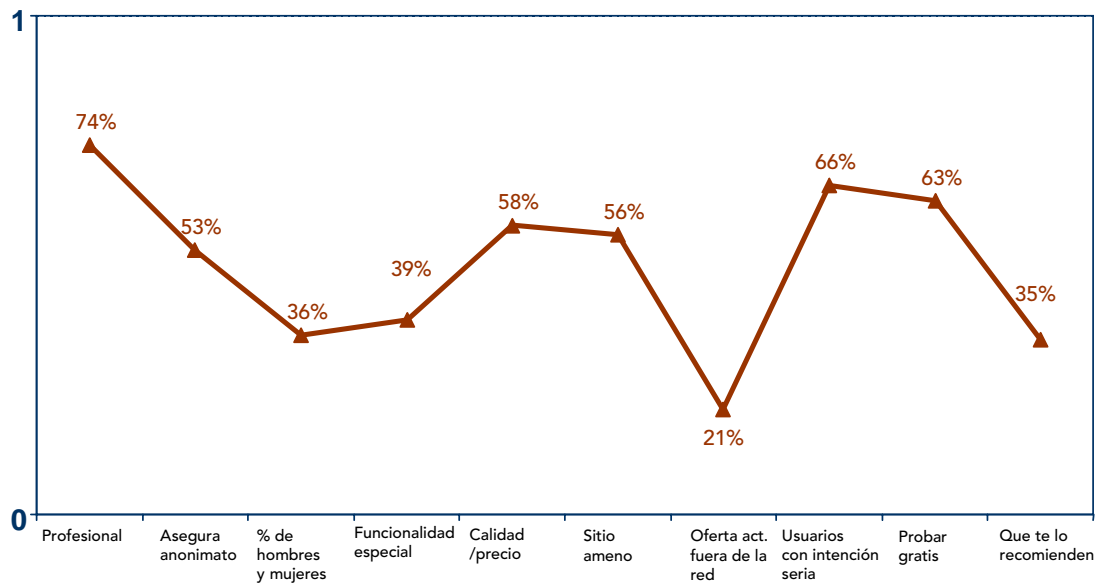
Para encontrar pareja, **el 49% de los encuestados estaría dispuesto a desembolsar cierta cantidad de dinero** a cambio de un servicio de calidad que pudiese garantizar el contacto con personas de su interés para futuras relaciones.

La experiencia de las personas que se registraron y utilizaron asiduamente un portal de relaciones personales **ha sido positiva en un 41% de los casos.**

La elección del portal

Los aspectos que condicionan al usuario a elegir uno de entre los diversos portales que configuran la oferta *online* de servicios de contactos son, por orden de preferencia:

1. Profesionalidad
2. La posibilidad de ponerse en contacto con personas con intenciones serias
3. La posibilidad de poder probar gratis los servicios que se ofrecen
4. La relación calidad/precio
5. Lo ameno del sitio



2.3. En busca de la pareja ideal

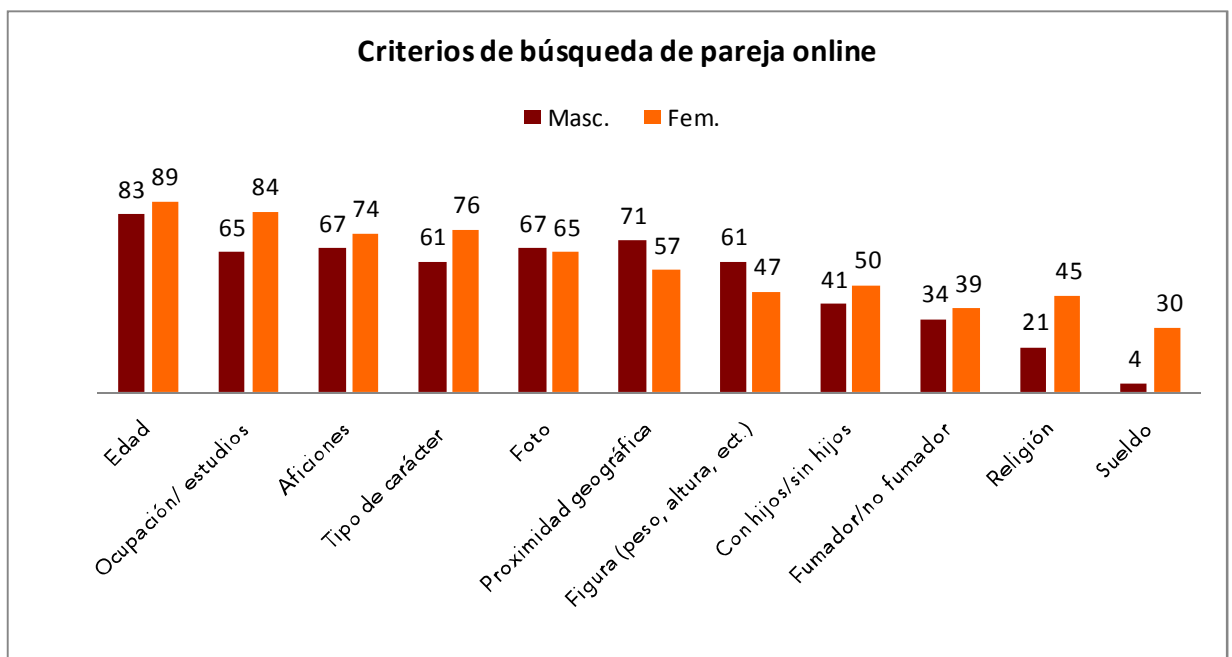
Explorando las posibilidades

En cuanto a los criterios principales para elegir a una potencial pareja, podemos observar cómo la edad, la ocupación o nivel de estudios, las aficiones o el tipo de carácter son los factores que más peso tienen.



Para ellas, los estudios, el carácter y la edad son los criterios con los que se mostrarían más selectivas y exigentes.

En cambio, para ellos, la edad, la proximidad geográfica y la apariencia física son tres rasgos destacados en la elección de pareja online.



Resulta destacado el peso que **para las mujeres mexicanas** tienen cuestiones como la **religión** (un 40% votaron esta opción, entre una posibilidad de 5) o el **sueldo** (30%) a la hora de elegir pareja.

A la hora de buscar pareja *online*, algunos optan por tomar la iniciativa e iniciar el contacto, otros simplemente esperan a ser contactados. Es interesante observar la diferencia de comportamiento por sexos:

- El **50 % de mujeres** prefiere esperar a que sea la otra persona la que decida iniciar los contactos.
- En el mismo caso, **un 70% de los hombres** tomaría la iniciativa contactando a la persona escogida.

La distancia, ¿importa?



Un 43% de los encuestados aceptaría trascender las distancias y mantener una relación con una persona que no se encontrase en México.

Una consecuencia muy usual de la búsqueda de pareja por Internet puede ser encontrar a la persona perfecta a quilómetros de distancia. Preguntados acerca del límite de kilómetros que podría soportar su amor, los mexicanos han respondido de esta manera:

- Un **43% de los encuestados aceptaría trascender las distancias** y mantener una relación con una persona que no se encontrase en su mismo país.
- **Las mujeres se muestran mucho más dispuestas** a relacionarse con personas de fuera de sus fronteras (58% de ellas frente al 30% de los hombres)
- Sorprende el porcentaje de **mayores de 55 años** que afirman que mantendrían relaciones con personas de otros países (un 49% de ellos).

Si no te veo, no te creo



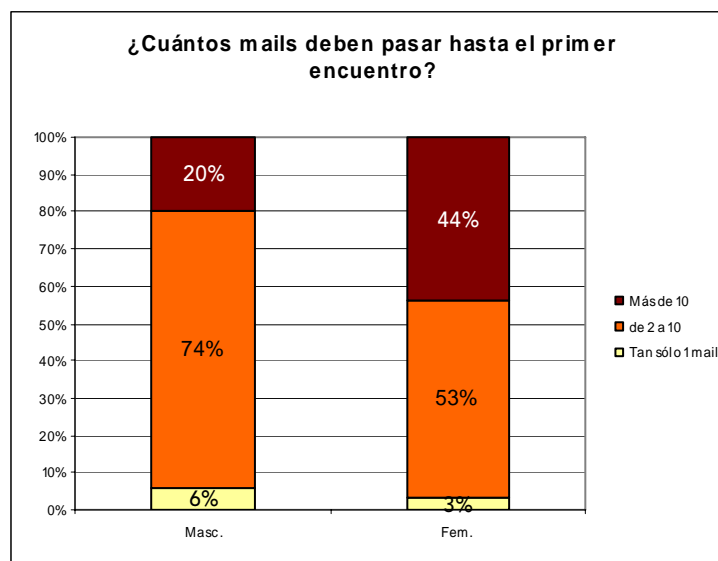
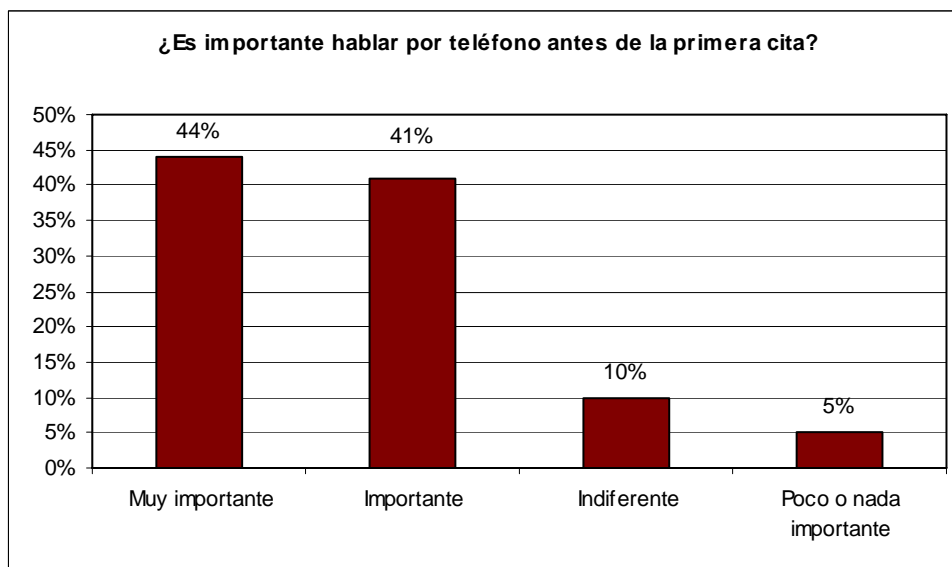
Para más de la mitad de los encuestados, la presencia de la foto en el perfil es indispensable.

La falta de contacto visual a la hora de contactar con alguien por Internet es uno de los frenos más generalizados en la sociedad de la información en la que vivimos. La imagen dice mucho de uno mismo y aunque no es un criterio primordial, es importante saber cómo es la otra persona para acceder a conocerla en mayor profundidad. Tanto es así que para **más de la mitad de los encuestados**, la presencia de la foto en el perfil es **indispensable**. Ante la pregunta "¿Estarías dispuesto a colgar tu foto en Internet?", surgen diferencias significativas por sexos:

- Los hombres están más dispuestos a mostrar su imagen en la red (62% de ellos frente a 43% de las mujeres)
- La mitad de las mujeres prefiere reservar su fotografía y mostrarla exclusivamente a aquellos usuarios por los que estén interesadas. Por el contrario, tan sólo 3 de cada 10 hombres considerarían esta opción.

2.4. La cita: lo importante para él; lo importante para ella

Antes del primer encuentro personal, la mayoría de los usuarios de agencias de contactos *online* necesita varias conversaciones vía mail para plantear una cita personal. Para el 85%, además, es importante comunicarse por teléfono previamente. Esta tendencia es mayor entre las mujeres.



En el primer encuentro tras conocerse brevemente a través de la red, se detectan dos juegos:

- **Los hombres interpretan el papel de conquistadores:** buscan rasgos y actitudes agradables en ella pero sobre todo, impresionarla.
- **Las mujeres interpretan el papel de evaluadoras de los candidatos:** tienen un grado de exigencia más elevado, requieren un perfil capaz de reunir condiciones psicofísicas, sociales y económicas. Esto supone una cierta ruptura con los roles sociales y culturales aceptados por la mayoría. La mujer abandona su actitud pasiva en las citas para hacer valer su criterio. Ante el gran abanico de posibilidades que despliega ante ella la red, la mujer no se conforma con poco y exige más que antes a sus candidatos.

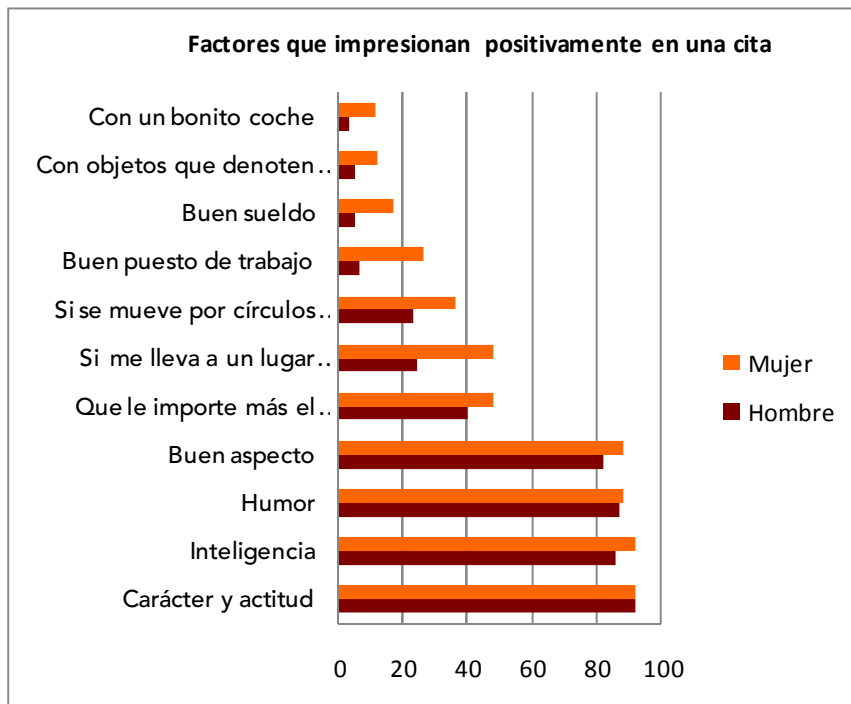
Leticia Brando, Single Coach de PARSHIP.com.mx comenta:

"Aún en la sociedad mexicana, conocida por su persistencia de ciertos valores muy tradicionales, los roles de las mujeres y los hombres han cambiado. La conquista de espacios de poder por parte de la mujer en el ámbito de trabajo ha propiciado cambios en la subjetividad. El hombre no es el único proveedor del hogar. Por otro lado, esta independencia femenina se refleja claramente en la búsqueda de pareja por Internet. Ellas tienen la posibilidad de dar el primer paso, enviar el primer mensaje y no esperar que ellos tomen la iniciativa. La mayoría de los hombres reacciona positivamente a esta nueva actitud femenina. Tras varias décadas de ser los responsables del primer acercamiento, ellos valoran a esta mujer decidida, segura y que sabe lo que quiere".

En qué se fijan las mujeres; qué buscan los hombres

El carácter, la actitud, la inteligencia, el humor y el buen aspecto son criterios que tanto ellos como ellas buscan en su pareja en la primera cita. Estos rasgos pueden influir positivamente en la imagen que se creen respectivamente.

Ahora bien, las mujeres tienden a fijarse también en aspectos relacionados con la posición socioeconómica y laboral del candidato. De tal manera que, para ellas, son destacados aspectos, tales como: que las lleven a lugar romántico; que el hombre se mueva en círculos interesantes o que tenga un buen puesto de trabajo. Si para ellos, estos son factores igualmente importantes, no lo son en la misma medida que para ellas.



Por el contrario, un aspecto poco aseado o si finalmente es distinto a como había explicado, pueden ser factores que decepcionen y por los que el candidato sea rápidamente descartado.

Las mujeres se muestran más intransigentes y tajantes que los hombres ante ciertas actitudes. Aunque tampoco están bien valoradas por ellos, no suelen ser tan severos. Para ellas, sería una impresión absolutamente negativa si el candidato insinúa su intención de tener sexo en la primera cita. Los malos modales, el egocentrismo o una actitud muy infantil son igualmente actitudes nefastamente consideradas por las mujeres para una primera cita. Por los hombres también, pero en menor medida.

Factores que impresionan negativamente en una cita

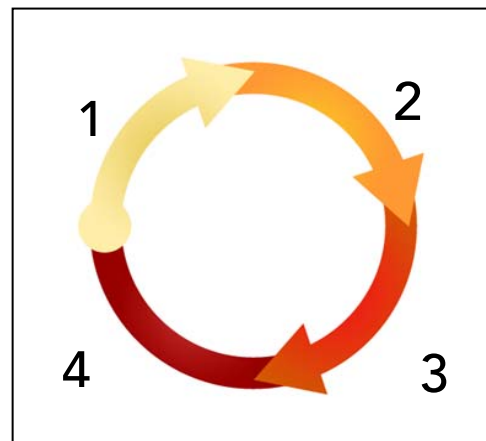


3. Conclusiones

Con este estudio, PARSHIP intenta desvelar las fases por las que pasan los mexicanos cuando deciden buscar pareja *online*.

Tras las fases, PARSHIP va más allá, y desgrana las actitudes e intereses que mueven a los singles por el espectro del *online dating*.

PARSHIP destaca 4 fases en el proceso de búsqueda de pareja *online*:



1. **La toma de conciencia frente a la soltería**, en la que se revela un rechazo rotundo a este estado. Tan sólo un 1% de los mexicanos prefiere vivir solo que en pareja. El 89% no se atreve a declararse feliz ante un posible estado de soltería.

Desmintiendo mitos sociales, los hombres se declaran infelices en mayor número que las mujeres ante una posible ausencia de pareja. Para los emparejados, pensar en un posible es más desagradable que para los que realmente están solteros.

Todo ello viene a confirmar el "mito romántico" que envuelve la idea de amor en la sociedad mexicana. Y hoy por hoy, la pareja es la institución social a la que aspiran tanto hombres como mujeres.

2. **La valoración de internet como otro posible lugar donde encontrar** a la media naranja. No en vano, en un ranking de posibilidades donde encontrar una posible pareja, Internet ocupa el segunda lugar hipotético.

Por otro lado, el 76% de los encuestados probaría la red para buscar pareja. Concretamente, entre los singles mexicanos, el 83% no dudaría en hacerlo.

Más aún, un 30% de los encuestados ha conocido a alguna de sus parejas a través de la red. Y más de la mitad conoce a alguien que buscó y encontró.

Una de las motivaciones principales que llevan a los usuarios a visitar este tipo de páginas es la búsqueda de una relación estable, y en mayor medida las mujeres que los hombres (el 70% de las mujeres encuestadas acudirían con estas intenciones, así como el 49% de los hombres).

3. **Buscando la pareja ideal**. Si algo permite internet es la búsqueda selectiva y rigurosa. Factores como la religión y el sueldo se revelan de gran importancia para ellas, mientras que para ellos, la edad, la proximidad geográfica y el físico son criterios importantes.

Las mujeres se muestran más dispuestas a relacionarse con personas ubicadas más allá de sus fronteras, en una proporción de 58% de las mujeres, frente al 30% de los hombres.

4. Y finalmente, si todo cuaja, **llegamos a la cita**: en este punto, las mujeres mexicanas han abandonado definitivamente una posible actitud pasiva ante los hombres y se muestran exigentes e intransigentes. Evalúan escrupulosamente los candidatos y su competencia y exigen que reúnan una serie de aspectos tanto socioeconómicos como laborales.

El hombre mexicano, en cambio, interpreta el papel de conquistador y otorga mayor importancia a los rasgos físicos.

Para todos es importante varios contactos vía mail previos a la primera cita e, imprescindible, para la mayoría, mantener un primer contacto telefónico antes de saltar a la realidad.

En ese momento, un aspecto poco aseado o si el candidato/a es distinto a lo descrito previamente al encuentro, pueden ser factores de fracaso para una primera cita fuera de Internet.

4. Sobre PARSHIP

PARSHIP es la agencia online líder europeo en la búsqueda de relaciones estables. Cuenta con una amplia base de datos de miembros solteros interesados en una relación estable y con una tasa de éxito del 38% gracias a su exclusivo Test de Personalidad basado en criterios científicos.

En el portal www.parship.com se puede acceder a los dominios de Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Italia, España, Francia, Reino Unido, Bélgica, Suecia, Dinamarca, Irlanda, México y Noruega.

La compañía tiene su sede en Hamburgo, Alemania. PARSHIP pertenece al grupo Holtzbrinck, uno de los grupos de medios más importantes de Alemania, y ha implantado con éxito sus servicios en catorce países desde sus inicios en 2001. Paralelamente, se puede acceder al portal a través de enlaces en los sitios web de más de 200 colaboradores, todos ellos, cabeceras de referencia en sus respectivos países.