

## Cada año más españoles buscan pareja en internet.

**Arantxa Sánchez, responsable de eDarling en España, explica por qué cada vez hay más páginas de intermediación de pareja en nuestro país y las posibilidades que éstas ofrecen para los usuarios.**

En España hay más de 7 millones de solteros, un grupo objetivo suficientemente grande como para incentivar la proliferación de sitios webs para relacionarse. **Desde 2002, el mercado de relaciones online no ha parado de crecer** y en la actualidad, aproximadamente 3,1 millones de españoles se registran al mes en sitios de encuentros ([La Gran Guía de Sitios de Encuentros](#)).

Este crecimiento tiene su origen en dos aspectos diferentes. Por un lado, el uso de internet se ha diversificado y generalizado en los últimos años; la penetración de internet en los hogares españoles ha aumentado en más de un 20% desde 2004 (Eurostat). Por otro lado, **el ritmo de vida actual, el aumento del nivel de estrés, la falta de tiempo y la dificultad de originar encuentros con personas fuera del propio círculo social, explican que cada vez más personas se animen a conocer gente en la red.**

Y es que los solteros también están dispuestos a pagar por un servicio de calidad. Aunque el mercado en España aún no sea comparable con países como Alemania y Estados Unidos, donde el sector de las relaciones personales por internet está más desarrollado, en 2009 los españoles gastaron un promedio de 0,75 euros por persona en la búsqueda de pareja por internet ([La Gran Guía de Sitios de Encuentros](#)).

Actualmente, **la dificultad para el usuario es saber elegir entre la gran oferta de servicios que existe.** Aquí es importante hacer una diferenciación entre sitios de Matchmaking (realización de compatibilidades) y sitios de Online Dating (citas online). Mientras que las empresas de Online Dating se limitan a ofrecer una plataforma para la rápida generación de contactos casuales, las empresas de Matchmaking, como [eDarling](#), ponen en contacto sólo a aquellas personas con un alto nivel de compatibilidad en términos de personalidad, gustos y costumbres.

El test de compatibilidad de [eDarling](#), por ejemplo, está basado en los últimos descubrimientos sobre psicología de la personalidad. Estos estudios, en constante evolución desde los años 30, concluyen que la personalidad se ve influida por un limitado número de características. En línea con estos estudios y el "modelo de los cinco factores" (MCF) de McCrae y Costa, [eDarling](#) ha desarrollado un test que identifica las treinta dimensiones más relevantes de la personalidad para una exitosa y plena relación de pareja y de esta manera lograr encontrar aquellas personas que mejor se compatibilizan con los usuarios.

**Pero antes de elegir un servicio, el usuario deberá pararse a pensar qué es lo que está buscando:** una amistad, una aventura o quizás el amor de su vida. No todos los sitios ofrecen el mismo servicio. Así, [eDarling](#) es un servicio para aquellas personas que buscan una relación duradera. Esto se asegura a través de la verificación manual de los perfiles.

Como se indicaba anteriormente, **muchas personas recurren a servicios de intermediación online también por timidez, introversión o porque no les resulta tan fácil conocer gente nueva.** En [eDarling](#) se concede mucha importancia no sólo a la calidad de los perfiles sino también a la comunicación que se establece entre ellos. Se trata de la única plataforma en Europa que ha introducido entre sus funciones el "Conocerse Mutuamente", un proceso que ayuda y hace más sencillo para los usuarios entrar en contacto y averiguar fácilmente si esa persona es la que estábamos buscando.

Sin duda alguna, **la oferta para el usuario seguirá creciendo en los próximos años** en España pues todavía queda mucho para llegar al nivel de desarrollo de otros países Europeos o de Estados Unidos. Los servicios no sólo se multiplicarán, sino que se diversificarán también, respondiendo a nichos de mercado mucho más específicos. De todos esos nuevos sitios web, dominarán el mercado, aquellos que consigan ofrecer un producto de calidad y prioricen la experiencia satisfactoria del usuario.