

# SU DINERO

EL MUNDO

SEMANARIO DE ECONOMIA FAMILIAR, CONSUMO Y EMPLEO

Número 42 / Domingo 8 de Septiembre de 1996

## Trabajar de Celestina

### 6 millones para montar una agencia matrimonial

Necesitará al menos 15 clientes al mes para conseguir que su negocio sea rentable

Por Paloma Bravo

La soledad e incomunicación que conlleva la vida en las grandes ciudades hacen que las agencias matrimoniales se hayan convertido en un suculento negocio para aquellas personas que ejercen de 'cupidos' profesionales. El sistema, en principio, puede parecer sencillo: chico busca chica, chica busca chico y la agencia tan sólo se encargará de ponerlos en contacto, de presentarlos y, si es posible, de que acaben emparejados. Pero, lo que parece tan fácil, puede convertirse en una ardua tarea si no se dispone de un buen fichero de clientes: la herramienta imprescindible para que este negocio funcione.

Este trabajo puede resultar idóneo para los psicólogos, ya que en la selección de clientes necesitarán emplear todos sus conocimientos para retratar e intentar conocer las preferencias de cada uno de ellos, a través de cuestionarios, entrevistas y test. Más tarde, cruzando datos, buscarán entre todos los candidatos las futuras parejas. Aunque, si no es psicólogo, no hay ningún problema, usted puede ser el gerente y contratar a uno de estos profesionales para que se encargue de estudiar y analizar el perfil de sus clientes.

#### **Normas.**

Siempre ha de tener presente que debe ser muy estricto a la hora de seleccionar a los clientes que llenarán su fichero si quiere que su agencia tenga buena reputación, ya que de lo contrario podrían surgirle sorpresas desagradables y tener problemas legales si alguno de sus clientes se siente perjudicado durante alguna cita. Por ejemplo, puede ocurrir que una de las personas que acude al encuentro no sea todo lo seria que usted creía.

Estas empresas no tienen por costumbre aceptar a personas que estén casadas y casi siempre exigen a sus clientes que acrediten su estado civil, ya que lo que buscan es "que se formen parejas estables y no citas esporádicas", afirma la directora de la agencia matrimonial Lazos, Angeles Dopico. Por este motivo, los que acuden a estos centros deben ser solteros, viudos, separados o divorciados; de lo contrario, la agencia se guarda el derecho de rechazar a aquellas personas que no cumplan este requisito o demuestren, durante la entrevista o encuesta, que no persiguen fines serios. Los primeros pasos que ha de dar, como en cualquier negocio, son: buscar una oficina situada en una zona céntrica pero que su entrada sea discreta, a fin de que nadie pueda ver desde la calle a los clientes que vayan a su agencia; es conveniente que el local tenga al menos unos 80 metros cuadrados y que disponga de recepción, sala de espera, una sala para las presentaciones de las parejas y uno o dos despachos; y, como siempre, deberá solicitar las licencias necesarias de apertura y darse de alta en la Seguridad Social y en Hacienda.

Durante el primer año tendrá que poner todas sus energías en lograr que su fichero vaya aumentando. Para su elaboración, necesitará insertar anuncios en prensa y atender gratuitamente, durante los primeros meses, a las personas que se acerquen a su oficina.

Los ordenadores también desempeñarán un papel importante en este trabajo, pues la primera preselección de las parejas se hace mediante ordenador. Más tarde, los psicólogos serán los encargados de llevar a cabo la selección final.

---

**Las tarifas.**

Otro aspecto fundamental, una vez que su negocio haya empezado a despegar, es fijar a cuántas citas tendrá el cliente derecho y el precio. En la actualidad, en el mercado hay tarifas y modalidades para todos los gustos: cobrar un precio fijo -entre 100.000 y 46.000 pesetas- por el que el cliente podrá tener todas las citas necesarias hasta encontrar pareja; también puede optar por la fórmula de que pague una cuota con un número limitado de citas -45.000 pesetas por 10 citas, por ejemplo-. Decantarse por una u otra dependerá del servicio que desee dar a sus clientes y de su necesidad de ingresos. Sepa que, a partir del tercer año, su negocio comenzará a ser rentable y, siempre que tenga más de 250 clientes, obtendrá sustanciosos beneficios.

Aunque su agencia esté en Madrid, Barcelona, Sevilla o Valencia, esto no significará que sus clientes vivan en estas ciudades, usted podrá tener a solitarios de toda España en su fichero. Por ello, no será imprescindible que abra su oficina en una gran ciudad. Tampoco debe descartar la posibilidad de iniciarse en esta profesión por el hecho de no vivir en una gran urbe.

**Lazos.**

Esta agencia matrimonial, con tres oficinas en España y dos más a punto de inaugurarse, presta sus servicios a miles de clientes desde hace 14 años. De un tiempo a esta parte, ha ido surgiendo un gran número de empresas de este tipo, pero no todas alcanzan el éxito y son muchas las que acaban cerrando sus puertas, asegura su directora Angeles Dopico. A su juicio, la única receta mágica para lograr que una agencia matrimonial salga adelante es que sus máximas sean ante todo la seriedad, la confidencialidad y la ambición de disponer de un fichero de candidatos amplio y con una gran gama de perfiles, edades y preferencias para que cualquier persona pueda encontrar pareja.

---

**Direcciones Útiles**

- Lazos  
C/ Carranza, 25, 4ª planta, oficina 5. 28004 MADRID. Tf: 91/ 448 44 77  
C/ Bolivia, 16, entreplanta. 36203 VIGO. Tf: 986/48 17 39
  - Tiempos Nuevos  
Avda. de Brasil, 4, 11º 28020 MADRID. Tf: 91/556 86 38
-