

El retorno de las agencias matrimoniales

Los desencantados con las aplicaciones de citas buscan ahora relaciones cara a cara, pero con **el retorno de las agencias matrimoniales**

Kelu Robles 2018-03-31

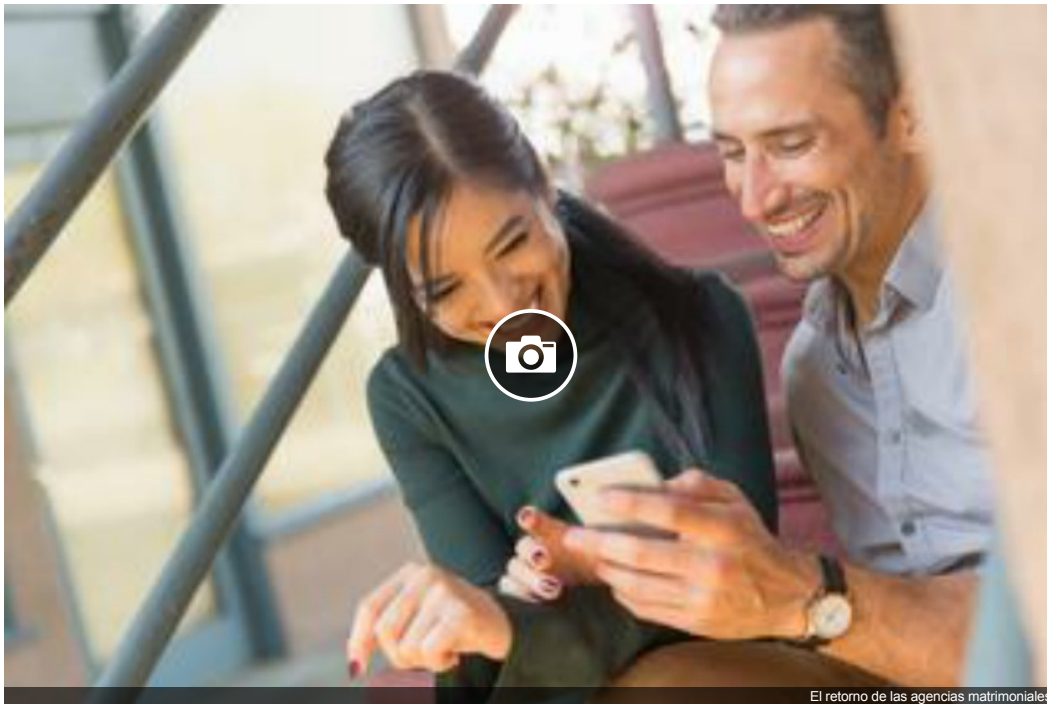
es la red de seguridad de nada"

El Gobierno, dispuesto a perdonar deuda a las CCAA: la factura del rescate asciende a 190.000 millones

El Gobierno quiere imponer aranceles a 1.300 productos chinos

La Campaña de la Renta 2017 estrena nueva app y el plan 'Le llamamos'

0



El retorno de las agencias matrimoniales

Anuncian que su método es infalible para buscar el amor. Exclaman en sus lemas "¡Alguien te quiere mucho!" y garantizan el uso de métodos artesanales. Las mentiras y el *ghosting* — desaparición sin explicaciones de la pareja tras una cita— provocan que **cada vez clientes más jóvenes se inscriban en agencias matrimoniales físicas**, eso sí, previo pago.

La Celestina de Fernando de Rojas, la Melénide de Plauto, la Trotaconventos del *Libro del Buen Amor*... La lista de mediadoras sentimentales célebres es tan larga como los prejuicios que rodean al mundo de las agencias matrimoniales. Pero después de unos años de letargo debido a la crisis y la **irrupción de las aplicaciones de citas**, las agencias matrimoniales resurgen con fuerza. **Ya no basta con una app que nos busque pareja**. O al menos una relación estable. Cansados de encuentros sexuales esporádicos, los jóvenes empiezan a necesitar a alguien que les ayude a buscar su media naranja. Este fenómeno explica que las agencias matrimoniales en España facturen hoy **cuatro millones de euros más que hace diez años**, aunque se hayan reducido a casi la mitad. La veteranía y la profesionalización del sector han garantizado su supervivencia.

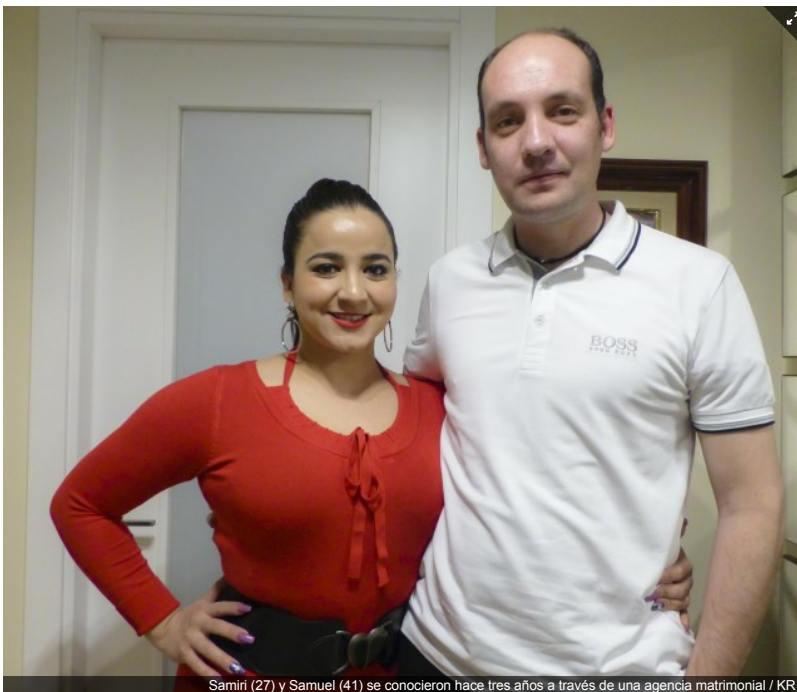
Nombres como SamSara, Amor&Co, Nazareth o Alter Ego copan los primeros resultados en Google, Lazos cuenta con 10 oficinas repartidas por toda España y Unicis se extiende a través de sus franquicias. Vislumbran un futuro dorado. Bajo sus nombres se guardan historias de amor como la de Samuel (41) y Samiri (27), que ayuda a explicar este resurgir.

Su experiencia personal también pasa por el fracaso tras el uso aplicaciones de citas, cuyas cifras son arrolladoras. Badoo, Tinder, Meetic, Adoptauntio.com, Happn, eDarling, Lovoo y Grindr suman más de 230 millones de descargas en todo el mundo y Meetic presume de haber formado 600 mil matrimonios. Entonces, ¿por qué vuelven las agencias matrimoniales? La clave está en que **ofrecen relaciones formales** y el hecho de que sean de pago ahuyenta a los que sólo buscan encuentros sexuales esporádicos.

Reconocer que se necesita ayuda

Los pacientes más jóvenes de Paloma Díez, psicóloga de Psicología Europa, asumen de forma natural el uso de aplicaciones para ligar porque "son nativos digitales, es lo que han vivido y eso hace que muchos tampoco tengan problemas en acudir después a agencias matrimoniales para encontrar pareja. No le ven nada malo".

Pero los tabúes siguen existiendo entre los más adultos. La razón para no hablar claro según Alicia López Losantos, socióloga de la agencia Lazos, es que "se cree que acudir a nosotros es reconocer que necesitas ayuda, **que por ti solo no puedes encontrar pareja**. Antes ocurría lo mismo con el mundo de los psicólogos y se ha avanzado mucho. En otros países esto no supone un problema".



Samirí (27) y Samuel (41) se conocieron hace tres años a través de una agencia matrimonial / KR

"Tenía prejuicios al contar cómo nos conocimos"

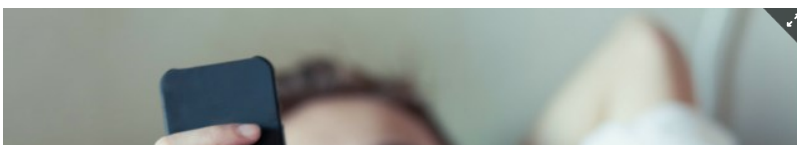
Pocas parejas como Samirí (27) y Samuel (41) están dispuestas a revelar su experiencia amorosa a través de una agencia matrimonial. Son conscientes de que la forma en la que se conocieron no es muy común y que despierta mucho interés en su entorno. No han tenido problemas en confesar a su familia, amigos y compañeros de trabajo que sus vidas se cruzaron al inscribirse en una agencia, pero Samirí confiesa que tenía prejuicios al contar cómo conoció a Samuel. "A veces prefieres mentir si no confías en la persona a la que se lo estás comentando. Cuando no me apetece dar explicaciones o responder preguntas, digo que nos conocimos en un bar".

Su pareja añade que "todo el mundo se piensa que eres una especie de condenado que necesita ayuda, pero **se lo recomendaría a los que buscan algo serio**. La única pega es el coste económico". Samuel se lamenta por los 1.400 euros que pagó para inscribirse en Unicis, donde valoran de forma individual el precio con cada cliente. Su pareja ingresó 350 euros. Esta agencia ofrece desde grupos de amistad y encuentros personalizados hasta actividades organizadas y Samuel eligió el paquete más completo. Pero lo que parecía ser un problema para Samuel fue, a su vez, una virtud "**el alto coste económico garantiza la seriedad del resto de clientes** (y potenciales parejas)".

El abanico de precios varía tanto como el número de agencias matrimoniales. En Lazos, una de las más reputadas del panorama nacional, el importe es de 700 euros, un coste único y "vitalicio" —al cabo de un año de relación con la pareja elegida el contrato finaliza—. La fórmula de Alter Ego pasa por poner límite de tiempo y número de citas y sus precios parten desde los 350 euros. En otras agencias como Unicis afirman tener una tarifa previa establecida - aunque prefieren no publicarla - valoran personalmente cada caso y la cifra puede variar. Su CEO en Madrid, Patricia López señala que "predecir el tiempo que va a costar invertir en esa persona es lo que hace que un servicio cueste más o menos".

El mundo del lujo también tiene su parcela en las agencias matrimoniales, son los llamados *matchmaker ambassadors*, profesionales que de forma independiente colaboran con agencias de todo el mundo para encontrar pareja a clientes que pagan desde 4 mil euros. **La cifra puede ascender a los 25 mil euros** que Livia Taradella llegó a ganar con un cliente al que tardó dos años en encontrar pareja.

La autodenominada *matchmaker connoisseur* y psicóloga L. Taradella, de origen estadounidense, asegura que su máster en criminología le ayuda a la hora de conocer mejor a sus clientes, a quienes cobra en función del tiempo que les dedica. Esta endogamia elitista de ricos con ricos se explica porque "para muchos clientes es importante saber que su pareja no está ahí por su dinero. Por eso prefieren que la otra persona sea de su mismo nivel adquisitivo". Agencias como Velvet, Ivy International o Dating Option Limited se dirigen a personas con alto poder económico y sus sedes se encuentran en Estados Unidos, Reino Unido y Bélgica.





"Los jóvenes llegan frustrados"

Las mentiras que se encuentran tras ciertos perfiles de internet, la desaparición del usuario tras una cita —comportamiento conocido como *ghosting* o efecto fantasma— y la excesiva oferta de millones de perfiles provocan un sentimiento de desazón entre los usuarios que realmente buscan el amor. Es la conocida en márketing como **Paradoja de la Elección**, por la que **elegir entre muchas opciones no nos hace más felices**, sino que nos paraliza y nos produce insatisfacción.

Según esta teoría desarrollada por el psicólogo Barry Schwartz, cuantas más opciones existen, peor. "El usuario se pregunta qué habría pasado si hubiera escogido a otra persona de entre las miles que existen en las aplicaciones", ese remordimiento produce que se disfrute menos la alternativa escogida, algo que Olga López, asesora de Gay Affinity, comprueba entre los clientes que han probado las apps de citas. Cuando se abren tantas posibilidades, las expectativas ante lo que se ha de elegir aumentan irremediablemente, pero una vez acometida la elección, el placer esperado también disminuye, aunque los resultados sean buenos.

¿Cómo buscan la pareja perfecta?

Las **entrevistas personales y los cuestionarios de personalidad** son elementos básicos para conocer al cliente pero, a la hora de buscar pareja, la socióloga de Lazos Alicia López opina que hay algo que pesa más que el carácter "**el enamoramiento se consolida gracias al estilo de vida**". Es lo que queda cuando el enganche inicial se desvanece. El amor romántico ha hecho mucho daño en la sociedad y cuando la gente nos pide un perfil de persona poco realista les decimos que esto no es Lourdes, que tienen que ser un poco flexibles. Nosotros no usamos programas informáticos de compatibilidad porque se basan en algoritmos, nosotros escuchamos a la gente".

La agencia matrimonial Nazareth tampoco parece muy a favor del uso de las nuevas tecnologías y en su web señalan que aplican *métodos artesanales*. Los softwares filtran aspectos como la edad de los usuarios o si tienen ciertos hábitos como el consumo de tabaco. Su uso es habitual en Unicis y Alter Ego, donde afirman que filtrando lo que no se quiere se llega antes a lo que sí.

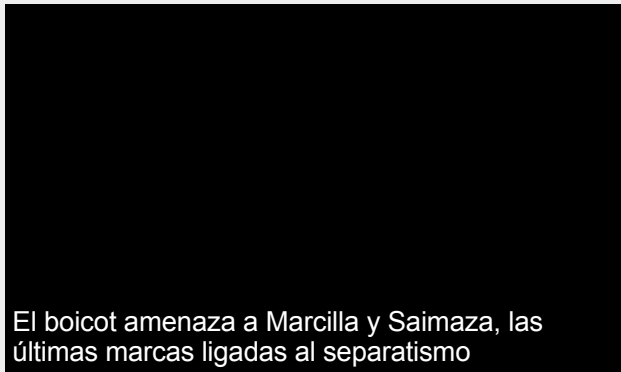
La **discreción en torno a los datos personales de los clientes** se blinda en la firma del contrato y la información se guarda en servidores propios. Esto atrae a clientes que por sus perfiles laborales prefieren permanecer en el anonimato. Para ciertos profesionales esta forma de buscar pareja garantiza que no se encontrará con compañeros de trabajo, algo que en las apps de citas no está garantizado. Esta cuestión promueve que en las agencias matrimoniales de España no se use material audiovisual de los usuarios, sólo antes de la cita se intercambia el número de teléfono entre los dos pretendientes. Samuel reconoce que el concepto cita a ciegas tiene su punto romántico, aunque "cuando te dan el número de la chica es inevitable pedirle fotografías o husmear en su foto de perfil en WhatsApp".

Las nuevas tecnologías han marcado para siempre nuestra forma de relacionarnos, aunque la vuelta a los orígenes gana atractivo entre los más nostálgicos. Mientras **3 de cada 4 españoles aseguran que no podrían vivir sin móvil**, cada vez son más los usuarios que anhelan encuentros cara a cara, sin tener contacto virtual previo. En esta convivencia de lo digital con lo natural ya no aparecen aquellas afeijas casamenteras, ni los alcahuetes con intereses espurios. Para la tarea ya existen algoritmos, psicólogos, sociólogos y softwares que intentan poner un poco de orden en este enredoso mundo del amor. Será por herramientas.





Descubren uno de los órganos más grandes del cuerpo humano e invisible al microscopio



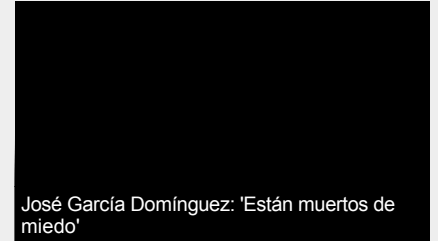
El boicot amenaza a Marcilla y Saimaza, las últimas marcas ligadas al separatismo



"Sofía quiso chupar cámara pese a llevar dos años sin ver a sus nietas"

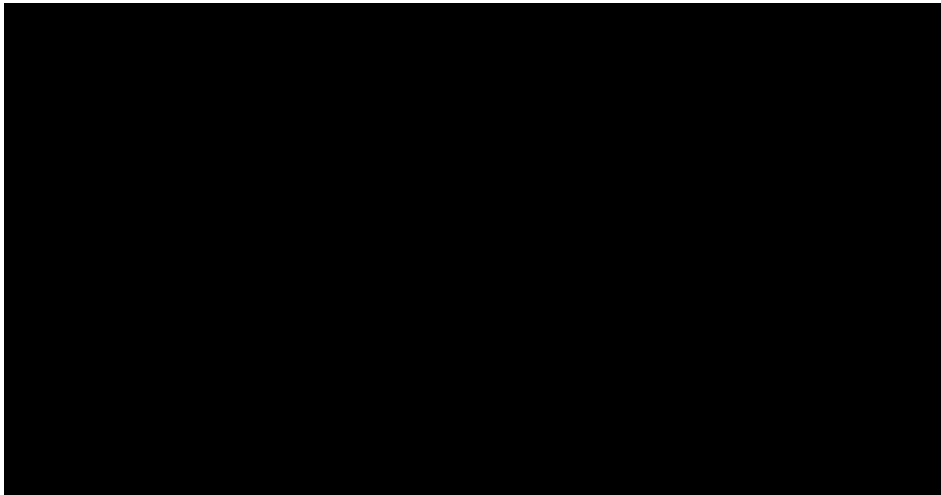


Marie-Chantal de Grecia sobre el incidente entre Letizia y Sofía: "Ninguna abuela merece ese trato"



José García Domínguez: 'Están muertos de miedo'

Videos recomendados: ¿Podrá la UE mantener el gran crecimiento económico de 2017?



SERVICIOS

Programación TV

Tráfico

El Tiempo

Precio gasolineras

Radars

Hemeroteca

TIENDA LD | DESCUENTOS | TUJAMÓN | FINANCIACIÓN

