

Los singles mexicanos se gastarán 12,6 billones de pesos en regalos de Navidad este año

La crisis crediticia en México no arruina el espíritu navideño

- **En general se encuentran satisfechos con los regalos que recibieron la Navidad pasada**
- **Lejos del estereotipo de tacaños, el estudio de Parship.com.mx demuestra que los norteños son los más generosos a la hora de gastar en los regalos de Navidad**

México D.F, a 10 de diciembre de 2008.- A pesar de la crisis económica, los singles mexicanos no dejan de lado la generosidad, y menos cuando de mostrar el espíritu navideño se trata. Según la encuesta realizada por la agencia **Parship.com.mx**, los más de **25 millones de singles mexicanos gastarán 12'6 billones de pesos en regalos para Navidad**, no en vano, un contundente **66% de los solteros mexicanos gasta más de 600 pesos** en regalos de Navidad.

La **media de gasto por persona** que resultó de este estudio fue de **504 pesos**. Cabe destacar que los singles de más de 36 años de edad son los que más invierten. Es decir, a mayor edad, mayor gasto.

Contrario a lo que marca el estereotipo de tacaños, los habitantes de la **zona norte** del país **resultaron ser más generosos**, ya que el 71% de los encuestados de esa región, desembolsa más de 600 pesos en obsequios.

Acierto en los regalos

Una abrumadora mayoría **del 85% se mostró en general satisfecha con los presentes** que recibieron en la Navidad pasada, mientras que el 4% no se vio nada complacido. A este respecto, los oriundos de la zona oeste del país son los más encantados con sus regalos, ya que del total de los encuestados de ese sector, el 49% respondió que todos sus regalos les gustaron.

"Nuestra investigación indica que **las mujeres se encuentran más satisfechas con los regalos recibidos de sus parejas en comparación con los hombres**. Esto no necesariamente implica que las mujeres sean peores a la hora de escoger los regalos. Simplemente, algunos hombres mexicanos se han acostumbrado a agasajar antes que a ser agasajados. Eso hace que ellas no tengan tantas pistas a la hora de elegir un presente. Contrariamente, tras años de romanticismo y culto a la caballerosidad, los hombres han aprendido a descifrar los deseos femeninos. Si ellas han aprendido a expresar sus gustos, ellos han aprendido a interpretarlos", opina **Leticia Brando psicóloga y Single Coach de Parship.com.mx**.

¿A dónde van los regalos indeseados?

Al interrogarles sobre el fin que tienen los regalos que no les gustaron en absoluto, es curioso observar que un **45% de ellos simplemente los guarda en su clóset**. La mayoría (60%) que respondió a esta opción fueron jóvenes de entre 18 y 29 años. Los más altruistas (el 20%) fueron los de mayor edad, quienes donan sus obsequios para alguna acción de caridad.

Al momento de hacer las compras, el **53% dijo pensar en sus gustos personales a la hora de elegir** y el 26% afirmó hacerlo de prisa y sin planear.

“Está claro que muchos dejan las cosas a última hora y no se toman el tiempo necesario para decidir, por ello muchas veces resuelven precipitadamente o piensan sólo en lo que les gustaría a ellos, razón por la cual la pareja no queda complacida con su presente. De todas formas, queda reflejado que, a pesar de las prisas, el mexicano es romántico por naturaleza a la hora de halagar”, agregó Leticia Brando.

Respecto a los **regalos que les gustaría hacer a su futura pareja**, los más nombrados, con un 40% de los votos fueron: **chocolates, joyería, flores, maquillaje y perfumes**. Los más pasionales, con regalos como ropa interior y juegos fueron sólo el 12%, claro está que los más jóvenes se decidieron por este tipo de regalo.

Metodología del estudio

El estudio, independiente y representativo de la población mexicana, gira en torno al gasto que los asuntos de la Navidad generan en la sociedad mexicana. PARSHIP.com.mx ha querido averiguar cuánto dinero destinan los singles mexicanos a actividades relacionadas con ello. Por otra parte, se buscó saber si se encuentran satisfechos con los regalos que reciben, y de no ser así, qué hacen con los regalos no deseados.

Esta encuesta se realizó consultando a **1151 miembros de Parship.com.mx con edades comprendidas entre los 18 y los 69 años y mediante panel online**. Asimismo, un 51% eran mujeres y 49% de los entrevistados eran hombres.

La encuesta online se realizó del 12 al 17 de noviembre de 2008.

Sobre PARSHIP

PARSHIP es la agencia online líder europeo en la búsqueda de relaciones estables. Ofrece una excelente posibilidad de encontrar a un compañero de viaje en esta aventura que es la vida. Para ello, PARSHIP ofrece a sus usuarios un innovador **Test de Personalidad, basado en la investigación científica**. La principal seña de identidad de PARSHIP es su empeño por ofrecer un **servicio de extremada calidad**. Las fotografías y los perfiles que cuelgan los usuarios son revisados por el **equipo de psicólogos que velan por la calidad y credibilidad de PARSHIP**. Por todo ello, PARSHIP cuenta con una de las **tasas de éxito entre sus miembros más elevadas del sector del online matching**. El **38%** de los usuarios de PARSHIP encuentran a la persona que esperaban.

La compañía tiene su sede en Hamburgo, Alemania. PARSHIP pertenece al grupo editorial MacMillan presente en México, así como en una veintena de países de todo el Mundo.

En el portal www.parship.com se puede acceder a los dominios de los 14 países en los que presta servicio: Alemania, Austria, Suiza, Holanda, Italia, España, Francia, Reino Unido, Bélgica, Suecia, Dinamarca, Irlanda, México y Noruega.

Para más información

Esther Shueke
Relaciones Públicas
NEW GROUND PARTNERS
esthers@newgroundpartners.com

Presidente Masaryk 360-B Depto 101
Polanco C.P. 11550
Ciudad de México
T. (52)(55) 5281 8952 / 5281 1204

ⁱ Singles: solteras/os, separadas/os, viudas/os y divorciadas/os. La cifra de 25 millones de singles se obtuvo con base a datos oficiales del INEGI, teniendo en cuenta el rango de edades antes mencionadas.