

Un estudio elaborado por Meetic analiza las diferencias entre solteros y emparejados a la hora de dormir

8 DE CADA 10 PAREJAS ESPAÑOLAS PREFIEREN NO DORMIR ABRAZADAS

- Por el contrario, casi un 40% de los *singles* duerme abrazado a un peluche o a la almohada
- Más de la mitad de los españoles que vive en pareja engorda una media de 9 kg
- El uso de Internet se convierte en uno de los primeros hábitos de los singles al levantarse
- Pañuelos (36%), libros (28%), el teléfono móvil (26%) y ropa interior (25%) son objetos habituales en las mesillas de noche
- Elsa Pataki, Angelina Jolie, Brad Pitt y George Clooney, protagonistas de los sueños de solteros y emparejados

Madrid, Octubre de 2009.- Al **78% de los emparejados españoles no les gusta dormir abrazados** (especialmente a las mujeres), pero sí a los singles, de los que **4 de cada 10 admite dormir abrazado a la almohada o a un peluche**. Así lo afirma el estudio *“El arte de dormir”* elaborado por Meetic, que analiza en profundidad el comportamiento de los españoles en uno de los momentos más rutinarios del día. El estudio se centra sobre todo en las principales diferencias entre solteros (“singles”) y los que viven en pareja.

El hecho de tener o no pareja no interfiere en la postura elegida a la hora de dormir, siendo de lado la opción preferida para la gran mayoría (70% de los singles y 76% de los emparejados). Tampoco lo es la indumentaria: **los tradicionales pijamas y camisones se siguen imponiendo a cualquier moda (56%)**, aunque **gana terreno la ropa interior, especialmente entre los singles**, por la que se decanta el 36%. Sólo un 11% de los españoles duerme completamente desnudo.

El frenético ritmo de vida de singles y emparejados provoca también que no haya grandes diferencias a la hora de conciliar el sueño: **el 71% de los singles tarda entre 5 y 30 minutos en dormirse, frente al 67% de los que tienen pareja**. Además, el **76% de los españoles afirma no afectarle el hecho de dormir acompañado a la calidad del sueño**.

Dulces sueños... y kilos de más

Dinero y trabajo lideran el ranking de los sueños de los emparejados (40%), si bien **los singles sueñan con viajes en la misma medida (27%)**. La familia y los amigos también ocupan los primeros puestos, sobre todo para los singles (24% frente al 19%), seguidos del amor y el romanticismo (21% y 11% respectivamente).

Ya seamos singles o tengamos pareja, las famosas de nuestros sueños son, por este orden, **Elsa Pataky, Angelina Jolie y Penélope Cruz**. Con los famosos, sin embargo, no compartimos los gustos: los singles se decantan por **Brad Pitt (43%)**, mientras **que las mujeres en pareja prefieren a George Clooney (28%)**

Pañuelos, libros, el teléfono móvil y la ropa interior copan nuestras mesillas de noche, seguidos de lejos por otros objetos cotidianos como MP3, anticonceptivos o cigarrillos, a los que cada vez se les concede menos sitio.

Con respecto a los hábitos al levantarse, merece especial mención **el uso de Internet, que se ha convertido en la actividad más frecuente entre los singles después de rutinas como el cuidado personal, el desayuno y las tareas domésticas.**

Lo mismo sucede antes de acostarse, momento en que **los singles prefieren navegar por Internet (27%) antes que leer (22%), dedicarse al cuidado personal (12%), escuchar música (4%) o hablar por teléfono (1%)**. Cualquier actividad es válida antes de picar algo: el **66% de los españoles asegura no comer nada antes de acostarse**. No obstante, **el 53% de los que viven en pareja reconoce haber aumentado de peso una media de 9 kgs., a pesar de que el 36% afirma no haber modificado su dieta**. Por último, **7 de cada 10 españoles no adopta ningún hábito de su pareja, y siguen cuidando su aspecto de igual manera.**

El estudio *“El arte de dormir”* ha sido elaborado por IMMarket a petición de Meetic durante los meses de agosto y septiembre de 2009 tomando en cuenta la opinión de más de 1.000 españoles

Acerca de MEETIC: líder en Europa en búsqueda de pareja y amistad a través de Internet, MEETIC gestiona dos líneas de negocio: dating y matchmaking, asociados principalmente a las marcas [Meetic](#), [Match.com](#), [MeeticAffinity](#) y [MatchAffinity](#), y comercializa dos modelos económicos totalmente complementarios en el mercado del dating, uno basado en Internet y el otro en teléfonos móviles.

Con la adquisición de las actividades europeas del líder mundial Match.com en junio de 2009, Meetic ha reforzado su posición de liderazgo en el viejo continente. El Grupo se encuentra actualmente en 16 países de Europa, así como en Latinoamérica, y sus servicios están disponibles en 13 idiomas diferentes. Desde el inicio, el Grupo ha seguido una clara estrategia de liderazgo, centrándose en la calidad, un marketing innovador y su perfecto conocimiento de la tecnología. Meetic trabaja exhaustivamente en mejorar permanentemente la calidad de sus servicios y en satisfacer cada una de las expectativas de sus usuarios en Europa. En 2008 MEETIC obtuvo unas ventas de €133,60 millones y un beneficio antes de impuestos de € 12,5 millones.

Jaime Domingo
Director de Comunicación y RR. PP.
Meetic España y Portugal
j.domingo@meetic-corp.com
Tel.- 91 521 52 69
Mov.- 647 641 343