

Mi yo animal

Javier Álvarez

Director senior de Trends, Ipsos Perú
Mail: javier.alvarez@ipsos.com

En una entrevista de trabajo, generalmente habrá que responder a preguntas relacionadas con la experiencia profesional, aptitudes, proyección a 5 años e incluso pretensión salarial; pero en ocasiones, para intentar descifrar rasgos de nuestra personalidad, nos sorprenderán con preguntas proyectivas: ¿Si fueses un animal cuál serías? ¿Por qué? Representarse a sí mismo identificándose con alguna especie que se asemeje en valores, actitud y habilidades, nos puede dar pistas de la identidad y marca personal. Incluso es un interesante recurso de conversación para conocer un poco mejor nuestra forma de pensar o sentir.

En esta línea, cuáles son los animales con los que nos identificamos los peruanos y por qué motivo. Un sondeo⁽¹⁾ de Ipsos sobre el tema revela que para el grueso de la población (73 %), el set de consideración lo conformarían no más de 10 especies, entre las que destacan principalmente los mamíferos y las aves. Entre los primeros destacan el perro, el león y el gato. En aves, las preferencias se inclinan por el águila y la paloma. En ambos grupos existe el contraste entre lo silvestre y doméstico, y entre poder y nobleza. La decena se completa con las menciones a favor de ser un conejo, mariposa, delfín, caballo o pez. Cabe señalar que la lista es larga, alrededor de 80 especies fueron mencionadas entre las que figuran: loro, tigre, oso, ballena, mono, vaca, pingüino e incluso un mapache.

Si bien no hay diferencias por género o edad de las personas en la elección de ser un perro, si las hay cuando se trata de león y águila, que son opciones más atractivas para los hombres y los jóvenes. Ser paloma o gato es una elección más femenina. Las personas que optarían por ser un perro, verían en él amistad, cariño, fidelidad y lealtad. Además de compañía, protección y nobleza. El león simboliza: dominio, ferocidad, fuerza, independencia, liderazgo, poder y valentía. El águila: efectividad, libertad, observación, rapidez, sagacidad y visión. La paloma además de libertad, sería: amor, espiritualidad, paz, pureza y tranquilidad. El gato es: agilidad, astucia, cariño, caza, curiosidad, descanso, independencia y limpieza. El conejo es sinónimo de belleza, docilidad, inquietud, sosiego y ternura. La mariposa es color, evolución y libertad. El delfín es amigabilidad, inteligencia y nobleza. El caballo: fortaleza y elegancia.

Cabe la posibilidad que algunos respondieran eligiendo un animal cuyos rasgos reflejen su autopercepción y que otros respondieran pensando en lo que quisieran proyectar. Me inclino a pensar que la mayoría encaja en el segundo grupo. Por otro lado, es relevante hacer notar que para los peruanos los valores más importantes que los representan como ciudadanos son: la amistad, la alegría, el compañerismo y la solidaridad. Haciendo *match* con lo que simboliza cada animal, podría concluir entonces que nos reconocemos más como animales caseros que como silvestres o indomables.

El tipo de animal elegido refleja ciertas peculiaridades en el comportamiento, hábitos y actitudes de las personas en su rol de consumidor. Los resultados del sondeo⁽¹⁾ evidencian que para los leones o águilas, las responsabilidades dentro y fuera del hogar se comparten con la pareja, son más activos socialmente e impulsivos en los momentos de compra. Tienden a tener una conducta diferente como clientes, que se traduce en que a veces sienten deseos de comprar algo y no se resisten. Acostumbran a premiarse comprándose algo. No les importa pagar más por un buen servicio. Les gusta probar nuevos productos. Para los leones, incluso, la marca es importante a la hora de comprar y pagarían más por marcas exclusivas. Suelen comprar marcas *premium*.

Los gatos y palomas hacen sus compras en varios lugares a fin de encontrar el mejor precio. Para ellos, la vitrina de la tienda influye en sus decisiones de compra. Los gatos son más racionales en sus compras, están al tanto de las promociones de los productos que compran. Los perros, águilas y palomas se sienten más contentos con su imagen personal. Los gatos son más preocupados por su aspecto físico y las águilas se declaran más felices.

Ahora que sabemos algo más del sentir y autopercepción de los peruanos, incorporemos en nuestra estrategia comercial acciones para generar mayor impacto hablándole al *target* en su yo animal. Recuerda que primero hay que conectar para luego hacer *clic*.

Fuentes:

(1) Ipsos: Perfil del adolescente, joven y adulto 2019.