

# Arquetipos de personalidad de marca

- Definir la personalidad de tu marca es importante para captar tu segmento de mercado mediante estrategias de *marketing* que conecten humanamente con tu público.



¡Aquí te contamos todo sobre los **arquetipos** que puedes utilizar!

Aquellas empresas que tienen su personalidad definida y aprovechan sus mejores cualidades para comunicarse con sus públicos generan confianza con mayor facilidad. Además, alcanzan una mejor posición al tomar mejores decisiones en procesos de gastos y compras.

Antes de definir el papel de los arquetipos en las prácticas de comportamiento y posicionamiento de marca, es importante que conozcas cuáles son los principales y cómo han sido utilizados por grandes empresas para posicionarse en el mercado.







## ¿Por qué es importante para tu negocio adoptar un **arquetipo de personalidad**?



Definir una personalidad de marca es necesario para diferenciarte de la competencia, generar conexión emocional con tu público y hacerte reconocible. También te permitirá:

- Contribuir al trabajo de posicionamiento e imagen que quieres transmitir a tu público.
- Conectarte y tener engagement con comunidades que se identifiquen con la personalidad de tu marca.
- Definir tu identidad verbal para que exista una comunicación exitosa con tus usuarios.
- Conocer qué tipo de acciones de marketing te servirán para organizar eventos.
- Concretar tu estrategia de contenidos para tus canales de comunicación.

# Los 12 arquetipos de marca

¿Quieres hacer que tu negocio sea más humano? Los 12 arquetipos, propuestos por el psicólogo suizo Carl Jung, te ayudarán a darle personalidad propia, pues estos permiten clasificar patrones de conducta a través de valores y comportamientos específicos. Su papel en *marketing* hace que las marcas sobresalgan dentro de la competencia y que su forma de comunicarse sea transparente y cercana.



## 1. El inocente

**Actitud:** son marcas optimistas que transmiten honestidad y confianza al tratar de generar bienestar en los demás.

**Objetivo:** ser feliz.

**Descripción:** son soñadoras que inspiran valores ideales. Transmiten nostalgia por la infancia y la juventud en su forma de comunicarse.

## 2. El hombre corriente

**Actitud:** son marcas que no muestran ostentación y que buscan conectar con su público a través de la empatía.

**Objetivo:** dar respuestas realistas a las necesidades y preocupaciones cotidianas.

**Descripción:** son realistas, empáticas y sencillas de entender. Como los buenos ciudadanos, siempre son amables y colaborativas.

## 3. El explorador

**Actitud:** son marcas con personalidad auténtica, libre, independiente y atrevida.

**Objetivo:** descubrir y explorar nuevos retos, experimentar el mundo a su manera, escapar del aburrimiento, reinventarse y sorprender continuamente.

**Descripción:** inspiran deseo de libertad, autenticidad, atrevimiento y valentía.

## 4. El sabio

**Actitud:** son marcas que creen en la importancia del conocimiento y en el análisis del entorno para entender el mundo.

**Objetivo:** expandir el conocimiento y posicionarse como referentes de su sector.

**Descripción:** inspiran sabiduría, inteligencia, maestría e innovación tecnológica.





## • 5. El héroe

**Actitud:** son marcas que representan el esfuerzo, el honor, la victoria y la implicación. Tienen actitud y espíritu de ganador.

**Objetivo:** demostrar valentía a través de actos heroicos como la superación personal y la lucha por el bien común.

**Descripción:** transmiten motivación, esfuerzo, disciplina, triunfo, competencia y valentía.

## • 6. El forajido

**Actitud:** son marcas rebeldes que tratan de romper los esquemas de cualquier protocolo.

**Objetivo:** luchar contra los convencionalismos.

**Descripción:** marcas innovadoras, extravagantes, irreverentes y rebeldes.

## • 7. El mago

**Actitud:** son marcas que quieren crear algo especial para transformar el mundo. Transmiten seguridad personal.

**Objetivo:** inspirar al público para ayudarlo a tener confianza en sí mismo y encontrar su propio potencial.

**Descripción:** son imaginativas, soñadoras, emocionales y muy inspiradoras.

## • 8. El amante

**Actitud:** las marcas de este arquetipo son muy pasionales y seductoras. Transmiten entusiasmo, complacencia e impulsan a vivir la vida con pasión.

**Objetivo:** ayudar a las personas a sentirse deseadas.

**Descripción:** transmiten romanticismo, sensualidad, elegancia, sensibilidad e idealismo.

## • 9. El bufón

**Actitud:** es encarnado por marcas frescas y cómicas que muestran una actitud divertida y despreocupada.

**Objetivo:** divertir y ofrecer un buen rato.

**Descripción:** transmiten humor, optimismo, alegría, irreverencia, diversión y creatividad.

## • 10. El cuidador

**Actitud:** son marcas protectoras que velan por el cuidado de sus usuarios.

**Objetivo:** ayudar y proteger a los demás.

**Descripción:** proyectan generosidad, compasión, altruismo y cercanía.

## • 11. El creador

**Actitud:** son todas aquellas que dan a sus usuarios la posibilidad de desarrollar su propia creatividad a través de sus productos. También ofrecen servicios personalizados con variedad de opciones adaptables a cada tipo de público.

**Objetivo:** materializar las ideas y hacer que los objetivos permanezcan en el tiempo.

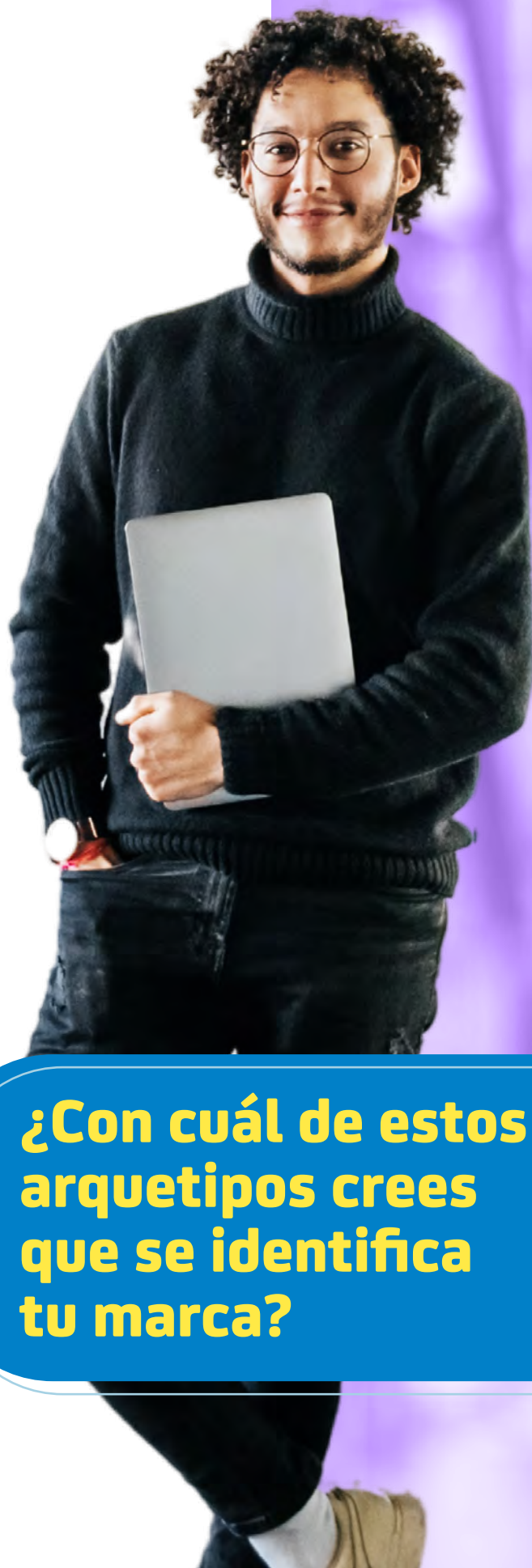
**Descripción:** proyectan imaginación, anticipación, espíritu de superación, vocación, creatividad y perfeccionismo.

## • 12. El gobernante.

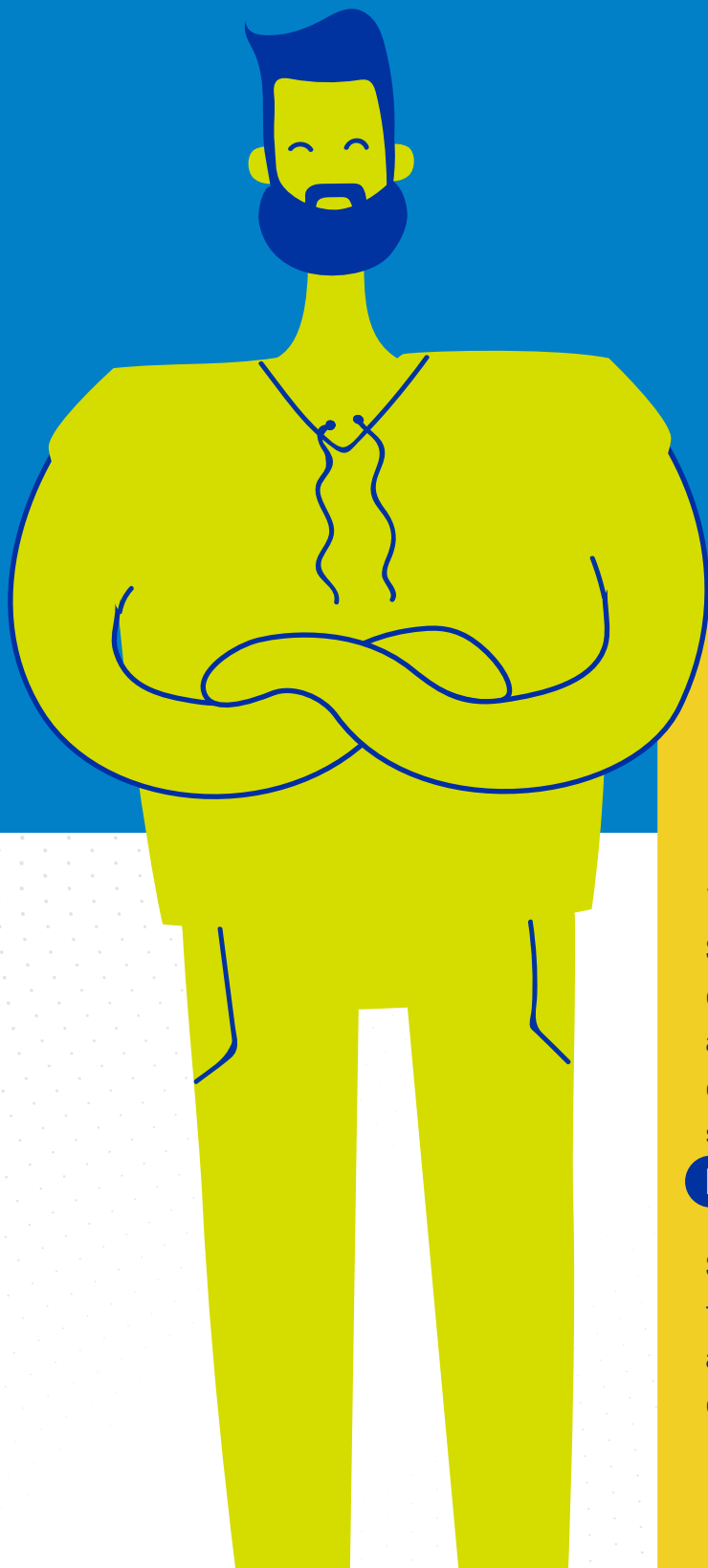
**Actitud:** son marcas premium cuyo público tiene un estatus socioeconómico alto.

**Objetivo:** crear una comunidad exclusiva unida por el éxito profesional y que tenga en común el prestigio y una posición social privilegiada.

**Descripción:** demuestran responsabilidad, liderazgo, poder, éxito, prestigio, exclusividad y prosperidad.



**¿Con cuál de estos  
arquetipos crees  
que se identifica  
tu marca?**



**Con el arquetipo de personalidad de tu marca podrás implementar campañas de comunicación y marketing coherentes con tus objetivos.**




**¡Agenda tu cita con nosotros [aquí!](#)**

**¡Participa en nuestros eventos!**

Si eres emprendedor, micro, pequeño o mediano empresario te invitamos a que participes de las actividades mensuales que Empresas SURA organiza para potenciar el desarrollo y sostenibilidad de los negocios.

**Haz clic aquí.** 

Si deseas obtener más información sobre este tema y conocer cómo Empresas SURA y sus aliados podemos acompañarte en la definición de la personalidad de tu marca, **contáctanos.** 

Los servicios, materiales, contenidos, información, opiniones y artículos publicados o compartidos constituyen recomendaciones o lineamientos generales. Por lo tanto, SURA o los terceros autorizados no se hacen responsables del uso e interpretación que se dé por parte del empresario, ni por los daños o perjuicios que puedan derivarse del mismo.

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de ninguna parte de esta obra, ni su comercialización ni publicación en cualquier medio, sin el permiso previo y escrito de Suramericana S.A.



