





1. El Inocente

Valores: fe y optimismo

Valora la libertad para ser uno mismo y busca ser feliz. Se asocia a una identidad de marca construida sobre la sencillez, la nostalgia, la tradición, la niñez y la inocencia pura. Es un eterno optimista y soñador.

Lema: Libertad para ser tú mismo

Deseo básico: Llegar al paraíso

Objetivo: Ser feliz

Mayor temor: Ser castigado por hacer algo incorrecto

Estrategia: Hacer las cosas bien

Debilidad: La aburrición

Talento: La fe y el optimismo en sí mismo

El inocente es también conocido como utópico, tradicionalista, ingenuo, místico, santo, romántico, soñador.

Marcas asociadas: Coca Cola, Disney, McDonald's



2. El Hombre Corriente

Valores: igualdad, amistad

Parte de la base que todos somos iguales. Sentido común, empatía y realismo. No juega con ostentación ni aspiración, sino que busca una conexión de marca empática.

Lema: Todos los hombres y mujeres son creados iguales

Deseo básico: La conexión con otros

Objetivo: Pertenencia a un grupo

Mayor temor: ser dejados de lado

Estrategia: El sentido común

Debilidad: perder la personalidad propia

Talento: el realismo, la empatía, la falta de pretensión

También se conoce como el realista, el niño viejo, el ciudadano sólido, el buen vecino.

Marcas asociadas: Ikea, Seat, Dos Pinos, Salsa Lizano



3. El Explorador

Valores: autonomía, libertad

Independiente, ambicioso, atrevido. Interpreta su mundo desde su propia óptica. Libertad y autenticidad, el reto es encontrarse a uno mismo y vivir en el mundo sin barreras, ni control.

Lema: No me encierres

Deseo básico: la libertad para descubrir

Objetivo: experimentar un mundo mejor, más auténtico, la vida más plena

Mayor temor: el vacío de quedar atrapado, conformidad

Estrategia: viajar y experimentar cosas nuevas, escapar del aburrimiento.

Debilidad: vagar sin rumbo, convertirse en un inadaptado

Talento: autonomía, ambición, ser fiel a su propia alma

También se conoce como "el que busca", iconoclasta, vagabundo, individualista, peregrino.

Marcas asociadas: Virgin, Nike, Amazon, Jeep, Red Bull



4. El Sabio

Valores: inteligencia, sabiduría

Es un libre pensador que cree en la importancia del conocimiento y el descubrimiento de la verdad. Cuyo objetivo es utilizar la inteligencia y el análisis para entender el mundo, y donde la información y el conocimiento son la base analítica del proceso de comprensión.

Lema: La verdad os hará libres

Deseo básico: encontrar la verdad

Objetivo: utilizar la inteligencia y análisis para entender el mundo

Mayor temor: ser engañados o la ignorancia

Estrategia: la búsqueda de información y conocimiento, la auto-reflexión y la comprensión de los procesos del pensamiento

Debilidad: puede analizar los detalles, pero no llegar a actuar nunca

Talento: sabiduría, inteligencia

También se conoce como el experto, investigador, detective, consejero, pensador, filósofo, académico, investigador, pensador, planificador y maestro.

Marcas asociadas: HP, Google, Philips, CNN



5. El Héroe

Valores: esfuerzo, valentía

Representa el poder, el esfuerzo, el honor y la victoria. Su objetivo es probar su valor a través de actos heroicos. Intentar dominar el mercado desde una posición que mejore el mundo, es un ganador valiente.

Lema: Donde hay voluntad, hay camino

Deseo básico: Demostrar la propia valía a través de actos valientes

Objetivo: Superarse a sí mismo y mejorar el mundo con sus actos

Mayor temor: la debilidad, la vulnerabilidad, ser un cobarde

Estrategia: ser tan fuerte y competente posible

Debilidad: arrogancia, siempre necesita otra batalla para luchar

Talento: la competencia y la valentía

También se conoce como el guerrero, el paladín, socorrista, súper héroe, soldado, cazador de dragones.

Marcas asociadas: Nike, Marines, Tag Heuer, Hummer, Duracell



6. El Forajido (fuera de la Ley)

Valores: inconformismo, rebeldía

Las marcas que siguen el arquetipo del Forajido son escandalosas, rebeldes y buscan siempre sorprender. No sienten apego por el modo en el que su industria opera, sino que proponen una nueva forma de afrontar sus retos.

Lema: Las reglas se hicieron para romperse

Deseo básico: la venganza o la revolución

Objetivo: derrocar lo que no funciona

Mayor temor: ser impotente o ineficaz

Estrategia: interrumpir, destruir o llamar la atención

Debilidad: cruzar al lado oscuro, el crimen

Talento: extravagancia, la libertad radical

También se conoce como el rebelde, el hombre revolucionario, salvaje, inadaptado.

Marcas asociadas: Diesel, Harley-Davidson



7. El Mago

Valores: ilusión, transformación

Soluciona problemas, transforma el mundo, es imaginativo. Su objetivo es que las cosas se hagan realidad, intentado ser el líder carismático con capacidad de desarrollar una visión y vivir por ella.

Lema: Puedo hacer que las cosas sucedan (o como diría Gandalf: "un mago nunca llega tarde ni pronto, llega exactamente cuándo se lo propone")

Deseo básico: la comprensión de las leyes fundamentales del Universo.

Objetivo: hacer que los sueños se hagan realidad

Mayor temor: consecuencias negativas no deseadas

Estrategia: desarrollar una visión y vivir por ella

Debilidad: convertirse en manipuladores

Talento: la búsqueda de soluciones

También se conoce como El Visionario, Catalizador, Inventor, líder carismático, hechicero

Marcas asociadas: Axe, Absolut Vodka, Steve Jobs,



8. El Amante

Valores: pasión, compromiso

Romántico, idealista, busca los valores superiores. Les gusta estar en relación con la gente en un entorno agradable, complacer con pasión y entusiasmo, sentirse deseados.

Lema: Tú eres el elegido

Deseo básico: la intimidad y la experiencia

Objetivo: estar en relación con personas, trabajo y el entorno que les gusta

Mayor temor: la soledad, no ser amado

Estrategia: llegar a ser cada vez más atractivo-física y emocionalmente.

Debilidad: perderse en los placeres o convertirse en una marioneta en manos de otros

Talento: la pasión, gratitud, compromiso

También se conoce como La pareja, amigo íntimo, apasionado, sensual

Marcas asociadas: Martini, Alfa Romeo, L'Oreal, Häagen-Dazs



9. El Bufón

Valores: humor, alegría

Irreverente, divertido y original. Sólo se vive una vez y hay que disfrutar de ello. Disfrutar el momento desde la alegría y la diversión desde una óptica ligera de responsabilidades.

Lema: Sólo se vive una vez

Deseo básico: disfrutar el momento al máximo

Objetivo: pasar un buen rato

Mayor temor: ser un aburrido más

Estrategia: Jugar, hacer bromas, ser gracioso

Debilidad: frivolidad, perder el tiempo

Talento: alegría

También se conoce como El tonto, embaucador, joker, bromista o cómico

Marcas asociadas: Fanta, Ben & Jerry, 7UP



10. El Cuidador

Valores: protección, seguridad

Generoso, caritativo, compasivo, altruista y proteccionista. Ve al mundo como algo propio y responsable de él. Clara vocación paternal, cuyo objetivo es proteger y ayudar a los demás.

Lema: Amarás a tu prójimo como a ti mismo
Deseo básico: Proteger y cuidar a los demás
Objetivo: Ayudar a los demás
Mayor temor: el egoísmo y la ingratitud
Estrategia: hacer cosas por los demás
Debilidad: el martirio y ser explotados
Talento: la compasión, la generosidad

También se conoce como El padre santo, altruista, ayudante

Marcas asociadas: Volvo, Flora, Actimel, Nestlé, INS,



11. El Creador

Valores: creatividad, innovación

Artista, innovador, inventor. Le gusta crear cosas que permanezcan en el tiempo a través de la imaginación y la creatividad, promoviendo la autoexpresión y desarrollo de habilidades.

Lema: Si lo puedes imaginar, se puede hacer
Deseo básico: crear cosas que permanezcan en el tiempo
Objetivo: realizar una visión
Mayor temor: la visión o la ejecución mediocre
Estrategia: desarrollar habilidades artísticas
Debilidad: perfeccionismo, malas soluciones
Talento: la creatividad y la ejecución

También se conoce como el artista, inventor, innovador, músico, escritor o soñador.

Marcas asociadas: Apple, Lego, Sony, Swatch



12. El Gobernante

Valores: responsabilidad, liderazgo

Impone las reglas del juego, autoritario, es un líder responsable. Asume el control desde el poder. Otorgan una garantía de seguridad, calidad y estabilidad.

Lema: El poder no lo es todo, es lo único
Deseo básico: control
Objetivo: crear una familia o comunidad próspera y exitosa
Mayor temor: el caos, ser derrocado
Estrategia: el ejercicio del poder
Debilidad: ser autoritario, incapaz de delegar
Talento: la responsabilidad, el liderazgo

También se conoce como el jefe, el soberano, aristócrata, rey, reina, político, modelo, gerente o administrador.

Marcas asociadas: Mercedes-Benz, IBM, American Express, Rolex